

ЗПБ Загальнопрофесійний блок

Тема уроку №2: Знайомство з торговельним підприємством. Кваліфікаційні вимоги до Продавця продовольчих товарів 3-го розряду

1. Ознайомлення з підприємством. Ознайомлення з режимом роботи та правилами внутрішнього розпорядку, методами продажу товарів.
2. Ознайомлення з видами матеріальної відповідальності в підприємстві, з правами та обов'язками продавців щодо збереження товарно-матеріальних цінностей.
3. Ознайомлення з книгою відгуків та пропозицій.
4. Вивчення кваліфікаційних вимог до продавця продовольчих товарів 3 розряду.

1.Ознайомлення з підприємством

Торгівельні підприємства – магазини – є замовниками професійних кадрів - продавців, касирів, товарознавців, менеджерів.

Магазини — основна ланка стаціонарної торговельної мережі. Разом з дрібно роздрібними підприємствами вони становлять біля 90 % загальної кількості торговельних одиниць. Велика кількість магазинів, порівняно з іншими торговельними підприємствами, свідчить про те, що магазини мають більше переваг. А саме: в них широкий асортимент товарів, створені кращі умови для зберігання, підготовки до продажу та власне продажу товарів, а також кращі умови для працівників магазину та відвідувачів. У магазинах можна застосовувати прогресивні методи продажу, використовувати сучасне обладнання та забезпечувати повний комплекс послуг, пов'язаних із торговельним обслуговуванням населення. Вони в основному розміщуються у відокремлених капітальних будівлях чи приміщеннях.

Магазини можуть бути як торговельними підприємствами, так і торговельними одиницями.

Кожне таке підприємство має свій імідж, свою організацію роботи, свої традиції, своє «обличчя», дизайн, характерні ознаки, свою марку. Бореться за престиж, за свого постійного покупця.

Бесіда по темі: «Ознайомлення з базовим підприємством»

за питаннями:

- Як називається ваше підприємство?
- Який режим роботи вашого магазину?
- До якого типу воно належить?
- Якої форми власності ваш магазин?
- Яке ваше підприємство в залежності чисельності працівників, кількості відділів, видів, асортименту товарів?
- Назвіть які відділи є в вашому магазині?
- Яке торгівельне, ваговимірювальне та розрахункове обладнання використовується в вашому магазині?
- Як і де зберігаються товари в магазині?
- Який інвентар використовують при підготовці товарів, при обслуговуванні покупців?
- Хто відповідає за матеріальні цінності магазину?
- Хто є керівником магазину?
- Хто приймає товари в магазині?

Чи має магазин свої традиції (як проводять свята, день народження, чи є якісь конкурси , наприклад, «Кращий продавець», «Кращий касир місяця», реклами «Кращий товар», «Товар тижня» тощо).

Ознайомлення з типом магазину, організацією торгівлі в магазині, з відділами.

Типи магазинів

І за своїми ознаками МАГАЗИНИ поділяються на типи:

універсальні магазини, спеціалізовані, вузькоспеціалізовані, комбіновані.

Тип магазину — це його різновид, який характеризується асортиментним профілем, товарною спеціалізацією, розміром торговельної площі, номенклатурою послуг, типовим набором торговельно-технологічного обладнання, формами продажу товарів.

Універсальні магазини — це магазини з широким асортиментом продовольчих товарів, із застосуванням прогресивних методів продажу. Вони є найбільш раціональними типами торговельних підприємств. До них відносять магазини типу: універсам, гастроном, супермаркет тощо.

Універсам — торговельне підприємство, яке розраховане на реалізацію продовольчих товарів у широкому асортименті і непродовольчих товарів часткового попиту з використанням методів самообслуговування. Торговельно-оперативні процеси в універсамі механізовані та автоматизовані. Таке торговельне підприємство відзначається високою культурою обслуговування. Це магазини з торговельною площею від 400 до 2000 м² залежно від чисельності населення, яке обслуговується.

Спеціалізовані магазини реалізують товари однієї чи двох груп. Наприклад: «Фрукти—овочі», «Молоко—хліб». У таких магазинах створені кращі умови для вивчення попиту покупців, широкий асортимент певної групи товарів, тісний зв'язок з постачальниками. Це позитивні моменти в роботі спеціалізованих магазинів. Проте їх недоліком є те, що вони не можуть задовольнити комплексного попиту населення. А тому покупець, щоб придбати все йому необхідне, мусить відвідати кілька магазинів.

Вузькоспеціалізовані магазини реалізують товари, які охоплюють неповну товарну групу. Наприклад: «Мінеральні води», «Ковбаси», «Чай». Такі магазини здебільшого працюють у великих містах.

У зв'язку з переходом до ринкових відносин та приватизацією магазинів спеціалізація втрачає свій сенс, оскільки в магазинах формується універсальний асортимент товарів та утворюються малі підприємства, в яких продають товари кількох товарних груп, проте вони пов'язані комплексністю попиту. Наприклад: «Товари для дитячого харчування».

Комбіновані магазини — це торговельні центри та супермаркети, де можна придбати продовольчі і непродовольчі товари, розташовані підприємства громадського харчування та культурно-побутового призначення.

Досить часто комбіновані магазини включають і аптеки. Вони можуть розміщуватися поруч і працювати як самостійні підприємства або розташовуватися в одному приміщенні.

Супермакет — порівняно велике торговельне підприємство самообслуговування з низьким рівнем витрат, а також великим обсягом продажу. Асортимент такого підприємства розрахований на повне задоволення потреб покупців у продуктах харчування, прально-мийних засобах і товарах для догляду за житлом. Особливістю супермаркетів є самообслуговування, відкрита викладка, централізоване обслуговування покупців (тільки через касові апарати), велика торговельна площа, широкий асортимент товарів. Успішна діяльність торговельних підприємств залежить від місця розташування, часу роботи, архітектури будівлі, наявності автостоянок, додаткових послуг.

Гіпермаркет — магазин самообслуговування загальноміського значення, торговельною площею понад 3000 м², з широким асортиментом (більше як 15 тис. асортиментних позицій) продовольчих та непродовольчих товарів.

Міні-маркет — магазин самообслуговування, торговельною площею до 200 м² з обмеженим асортиментом (500 асортиментних позицій) продовольчих товарів.

Торговельний комплекс. Головним принципом його роботи є масова викладка товарів з мінімальними витратами обігу. У торговельних комплексах ціни порівняно нижчі, бо товари надходять безпосередньо від виробників. Їх площа більша за будь-які інші типи торговельних підприємств, вона може становити від 7500 до 7950 м². Тут розміщуються супермаркет, склади-магазини (поширені для продажу меблів), магазини знижених цін, в асортимент товарів включають також

меблі, одяг, електротовари, можуть розміщуватись підприємства громадського харчування, культурно-побутового призначення.

Найбільш поширеним і зручним типом магазину для житлової зони є **універсам**. У житловій зоні раціонально відкривати також **магазини типу: «Овочі—фрукти», «Хлібно—кондитерські»**.

У міській зоні набувають поширення великі універсальні, спеціалізовані та вузькоспеціалізовані магазини.

Магазини таких типів є дуже зручними, оскільки пропонують широкий асортимент товарів, необхідних для щоденного попиту покупців.

Основні типи торговельних підприємств, поняття, правила, порядок організації торгівлі та торговельної діяльності в цілому, викладені в Законі України «Про підприємства», листі Міністерства зовнішніх економічних зв'язків і торгівлі України від 17 березня 1998 р. № 15-0329-192.

Роздрібна торговельна мережа представлена

павільйонами, кіосками, палатками, бутіками, кіосками, торговельними автоматами

У дрібно роздрібних торговельних підприємствах — павільйонах, палатках, кіосках тощо організовують здебільшого торгівлю кондитерськими виробами, морозивом, напоями, тютюновими виробами, овочами, фруктами, квітами.

Вони ніби доповнюють мережу магазинів, особливо у періоди сезонної торгівлі сільськогосподарськими продуктами.

Дрібно роздрібні підприємства переважно розміщуються не в капітальних будівлях, а в спорудах полегшеної конструкції. Відкривають їх у невеликих населених пунктах, у районах новобудов, де ще немає широкої мережі торговельних підприємств, або просто доповнюють ними торговельну мережу з метою повнішого охоплення населення торговельним обслуговуванням. Саме така торгівля дає можливість максимально наблизити товар до покупця.

Організація торгівлі у магазині

У роздрібній торговельній мережі товари реалізують різними формами і методами.

Форми продажу — магазинна і поза межами магазину.

До методів обслуговування належать: традиційний, самообслуговування, відкритої викладки, на замовлення, за зразками, за каталогами, вдома у покупця, «з дверей у двері».

Традиційний — продаж товарів через прилавок з індивідуальним обслуговуванням.

Самообслуговування — коли товари в торговельному залі відбирають в інвентарні кошики самі покупці і розраховуються за товар у вузлах розрахунків з контролерами -касирами.

Щоб організувати продаж товарів методом самообслуговування, необхідно попередньо товари розфасувати, упакувати, про маркувати, вивезти в торговельному залу, розкласти на полицях, вітринах, в контейнерах, іншому обладнанні, призначеному для вільного доступу покупців.

Дозволяється деякі товари продавати через прилавок, але розрахунок проводити у вузлах розрахунків.

Важливим у магазині самообслуговування є довіра до покупця і знання останніми правил обслуговування. За цими правилами:

- не дозволяється обмежувати вхід покупців у відділи самообслуговування, вхід має бути вільним;

- * не дозволяється змушувати покупців залишати особисті речі в пунктах зберігання;

- якщо покупець залишає речі, то продавець зобов'язаний їх зберегти;
- забороняється перевіряти особисті речі покупців;
- забороняється подвійний контроль покупця, але дозволяється перевіряти роботу контролера-касира;

- контролер-касир має право не проводити розрахунки з покупцем, котрий відібрав товар у власну сумку (кошик);

- у касі має бути достатня кількість розмінних грошей;

Після закінчення роботи контролер-касир зобов'язаний підрахувати суму виручки за день (якщо цього не робить касовий апарат) і здати гроші до головної каси магазину .

Торгівля з відкритою викладкою подібна до методу самообслуговування, оскільки товари розміщують у торговельному залі на спеціальному обладнанні, в контейнерах з вільним доступом до них покупців. Товари добирають самі покупці, але різниця утім, що товари попередньо не фасують. Покупець, відібравши товар, підходить до продавця. Продавець зважує товар. Покупець розраховується. Методом відкритої викладки працюють переважно овочеві магазини.

На замовлення. Замовити товари можна у магазинах замовлень, у відділах замовлень магазинів, на виробництві. Замовлення оформлюють на спеціальних бланках замовлень, але тільки на товари, наявні в магазині. За комплектування замовлення з покупця беруть певний відсоток від суми замовлення. Замовити товари можна з доставкою додому. Оплачується таке замовлення залежно від відстані. Замовлення на товари також приймаються за телефоном.

За зразками. Великогабаритні товари реалізують за зразками, які знаходяться у торговельному залі. Оплатити вартість такого товару, його можна отримати на складі чи базі. За каталогами. Цей метод подібний до методу продажу за зразками. Зразки таких товарів представлені в різного роду ілюстрованих каталогах.

Вдома у покупців. Покупець сплачує мінімальну суму за доставку товару.

«З дверей у двері» - це «канадський» метод продажу товарів через мережу дистриб'юторів. Дистриб'ютори розповсюджують товари, відвідуючи різні підприємства, організації, установи, де пропонують свої товари, отримують відсоток від вартості товару.

2.Ознайомлення з видами матеріальної відповідальності.

МАТЕРІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ

Поняття про матеріальну відповідальність

Головним завданням бухгалтерського обліку є здійснення контролю за збереженням товарно-матеріальних цінностей і грошових коштів.

Для того, щоб зберегти кількість і якість товарно-матеріальних цінностей і готівки, на працівників торгівлі покладається матеріальна відповідальність (МВ).

МВ — різновид юридичної відповідальності, за якої працівник торгівлі зобов'язаний відшкодувати збитки у передбаченому законодавством порядку і розмірі.

МВ — правові стосунки між торговельним підприємством і його працівниками, що зобов'язують працівників відшкодувати збитки у разі нестачі, розкрадання цінностей, псування товарів.

Матеріально відповідальні особи (МВО) — завідувач магазину (відділу, секції); заступники завідувача магазину (відділу, секції); продавці I, II, III категорій; контролер, старший контролер; касир (старший, головний) головної каси.

МВО мають повний доступ до товарів, тари, грошей. Вони зобов'язані забезпечити їх збереження. Адміністрація магазину (торговельного підприємства) не несе МВ.

До *адміністрації* належать: директор (голова правління); заступник директора (голови правління); головний бухгалтер (на правах заступника). Робота адміністрації не пов'язана безпосередньо з прийманням, зберіганням, реалізацією товарно-матеріальних цінностей.

Форми матеріальної відповідальності та її документальне оформлення

Індивідуальна МВ встановлюється у разі, коли є можливість розмежувати відповідальність кожного працівника за довірені йому особисто цінності.

Індивідуальна МВ встановлюється також у разі передачі матеріальних цінностей працівнику під звіт для самостійної роботи або коли працівник має окреме приміщення для роботи з цими цінностями.

За індивідуальної МВ працівнику під звіт передають товарно-матеріальні цінності. У разі нестачі або псування працівник несе повну МВ.

За індивідуальної МВ працівник один має доступ до цінностей і один зобов'язаний відшкодувати збитки, якщо не буде доведено причетність до цього інших осіб.

За колективної МВ цінності передаються групі працівників, які несуть відповідальність за їх збереження і майбутню реалізацію.

Колективна МВ встановлюється при спільному виконанні робіт і неможливості розмежувати МВ кожного наявного працівника.

Колективна МВ ґрунтується на принципах добровільності, взаємодопомоги.

Про колективну МВ керівник видає наказ. Колективом (бригадою) керує бригадир, старший за посадою. Усі бригадири підпорядковуються керівникові підприємства.

Між адміністрацією торговельного підприємства і його працівниками укладається договір про МВ: у письмовій формі, у 2-х примірниках (1-й примірник знаходиться у адміністрації, 2-й — у працівника).

Договір про МВ — двостороння угода, згідно якої сторони беруть на себе певні зобов'язання.

Договір про МВ не повинен суперечити законодавству за змістом, і за формою.

Договір вважається укладеним тоді, коли сторони досягли згоди за всіма пунктами та оформили відповідну документацію. Договір набуває чинності з дня його підписання. Підписують договір про МВ головний бухгалтер та особи, які досягли 18-літнього віку. Відповідальність за зберігання договору покладається на окремих працівників наказом керівника підприємства.

Договір МВ може розірвати будь-яка сторона у разі невиконання іншою стороною зобов'язань.

Основні види договорів МВ:

- договір про повну індивідуальну МВ;
- типовий договір про колективну МВ.

Обов'язки матеріально відповідальних осіб і адміністрації

Працівник зобов'язаний:

- дбайливо ставитися до цінностей і вживати заходів у разі заподіяння шкоди;

- в установленому порядку вести облік, складати і своєчасно подавати звіти про переміщення та залишки цінностей;

- своєчасно інформувати власника про всі обставини, які не дозволяють забезпечити зберігання цінностей.

Адміністрація зобов'язана:

- створити для МВО умови, необхідні для нормальної роботи і забезпечення повного збереження цінностей;

- своєчасно вживати заходів для виявлення та усунення причин, що перешкоджають забезпеченню зберігання цінностей;

- забезпечити умови, необхідні для своєчасного обліку та звітності про переміщення і залишки цінностей;

- ознайомлювати усіх працюючих з чинним законодавством про МВ, інструкціями і правилами приймання і зберігання цінностей.

Норми та правила відшкодування втрат

За умовами договору МВ відшкодування збитків матеріально відповідальними особами відбувається:

- тільки після ретельної перевірки причин завданої матеріальної шкоди, нестачі тощо, з урахуванням письмового пояснення;

- розмір збитків визначається відповідно до ст. 135 Кодексу законів про працю України; розмір відшкодування збитків залежить від суми (загальної), розміру заробітної

плати, кількості працюючих (при колективній МВ) і фактично відпрацьованого часу;

- порядок відшкодування збитків регулюється чинним законодавством України;

- розрахунки щодо відшкодування збитків проводять працівники бухгалтерії;

- МВО не повинні відшкодовувати збитки, завдані не з їхньої вини

3. Ознайомлення з книгою відгуків та пропозицій.

Книга скарг та пропозицій

Кожен магазин згідно з Основними правилами роботи магазину повинен бути забезпечений книгою скарг та пропозицій, яка є важливим документом оцінювання роботи колективу магазину покупцями.

Зберігається книга скарг та пропозицій у торговельному залі на видному і доступному покупцеві місці. Вона обов'язково повинна бути пронумерована, прошнурована, скріплена печаткою торговельного підприємства і завірена підписом його керівника. Перші сторінки книги містять текст інструкції, адреси і номери телефонів вищестоящої торговельної організації. Книга скарг повинна видаватися покупцеві на першу його вимогу. Крім цього, слід створити відповідні умови для внесення записів, не вимагаючи при цьому ніяких пояснень покупця, який вирішив зробити записи.

На скаргу працівник магазину зобов'язаний подати письмове пояснення своїх дій. А керівник даного підприємства в дводенний термін розглядає скаргу і вживає відповідних заходів. Відгуки розглядає адміністрація, в обговоренні також може брати участь колектив.

Після розгляду скарги адміністрація і контролюючі особи роблять у книзі скарг і пропозицій на зворотному боці аркуша заяви помітку про вжиті заходи. Якщо покупець, котрий написав скаргу чи пропозицію, залишив свою адресу, то в п'ятиденний термін в обов'язковому порядку йому надсилають письмову відповідь про вжиті заходи.

Кількість скарг, пропозицій впливає на вирішення питань морального та матеріального стимулювання працівників. Забирати книгу скарг та пропозицій з магазину для перевірки чи з іншою метою не допускається.

Закріплення нового матеріалу

ЗПБ Загальнопрофесійний блок

Тема уроку №2: Знайомство з торговельним підприємством.

Кваліфікаційні вимоги до Продавця продовольчих товарів 3-го розряду

Завдання.

1. Визначить типи торговельних підприємств, які є в торговельній галузі країни.
2. Визначить форми і методи продажу товарів.
3. Поясніть мету застосування в торговельній галузі матеріальної відповідальності працівників?
4. Визначить документ, який оформлює стосунки між МВО і адміністрацією торговельного підприємства. Його реквізити.
5. Визначить форми матеріальної відповідальності, які використовуються в торгівлі?
6. Визначить обов'язки МВО та адміністрація підприємства?
10. Визначить мету і необхідність ведення книги відгуків та пропозицій в магазині?
11. Визначить де повинна зберігатися книга відгуків та пропозицій?
12. Визначить, чи впливає кількість скарг, пропозицій на вирішення питань морального та матеріального стимулювання працівників?

Завдання на поточний інструктаж

1. Ознайомтесь з магазином – базою практики, Статутом підприємства за завданням
2. Інформацію, дані о підприємстві оформіть в робочому зошиті.
3. Ознайомтесь з безпечними умовами праці продавця в магазині та на робочому місці.
4. Ознайомтесь з типами магазинів. Нормативними документами з організації торгівлі: законом, правилами організації торгівлі у магазині.

5. Визначить відділи магазинів

6. Ознайомтесь з матеріальною відповідальністю в магазині:

- видами
- формами,
- документальним оформленням,
- правами та обов'язками продавця та адміністрації.

6. Ознайомтесь з договором МВ, реквізитами договору. Правилами, вимогами його заповнення.

7. Ознайомтесь з Книгою відгуків і пропозицій, її розділами, правилами оформлення, ведення, з місцем її знаходження, правилами розгляду відгуків і пропозицій.

ІНСТРУКЦІЙНА КАРТКА №2

ЗПБ Загальнопрофесійний блок

Тема уроку №2: Знайомство з торговельним підприємством.

Кваліфікаційні вимоги до Продавця продовольчих товарів 3-го розряду

Хід роботи:

№	Завдання	Інструкція до виконання
1	Ознайомитись з підприємством – замовником кадрів.	1. Ознайомтесь з магазином – базою практики, Статутом підприємства за завданням: ВИЗНАЧИТЬ: • Як називається ваше підприємство? • Який режим роботи вашого магазину? • До якого типу воно належить? • Якої форми власності ваш магазин? • Яке ваше підприємство в залежності чисельності працівників, кількості відділів, видів, асортименту товарів? • Назвіть які відділи є в вашому магазині? • Яке торговельне, ваговимірювальне та розрахункове обладнання використовується в вашому магазині? • Як і де зберігаються товари в магазині? • Який інвентар використовують при підготовці товарів, при обслуговуванні покупців? • Хто відповідає за матеріальні цінності магазину? • Хто є керівником магазину? • Хто приймає товари в магазині? • Чи має магазин свої традиції (як проводять свята, день народження, чи є якісь конкурси, наприклад,

		«Кращий продавець», «Кращий касир місяця», реклами «Кращий товар», «Товар тижня» тощо). 2. Інформацію, дані о підприємстві оформіть в робочому зошиті.
2	Ознайомитись з типами магазинів, організацією торгівлі. З відділами магазину.	1.Ознайомтесь з типами магазинів. Нормативними документами з організації торгівлі: законом, правилами організації торгівлі у магазині. Основні типи торговельних підприємств, поняття, правила, порядок організації торгівлі та торговельної діяльності в цілому, викладені в Законі України «Про підприємства», листі Міністерства зовнішніх економічних зв'язків і торгівлі України від 17 березня 1998 р. № 15-0329-192. В «Правилах торгівлі», в розділі: «Порядок заняття торговельною діяльністю і правила торговельного обслуговування населення» 2.Визначить відділи магазину.
3	Ознайомитись з видами матеріальної відповідальності, договором о матеріальній відповідальності	1.Ознайомтесь з матеріальною відповідальністю в магазині: - видами - формами, - документальним оформленням, - правами та обов'язками продавця та адміністрації. 2.Ознайомтесь з договором МВ, реквізитами договору, правилами, вимогами його заповнення.
4	Ознайомитись з Книгою відгуків і пропозицій.	Ознайомтесь з Книгою відгуків і пропозицій, її розділами, правилами оформлення, ведення, з місцем її знаходження, правилами розгляду відгуків і пропозицій.

Контрольні питання

1. До якого типу, форми власності належить ваше підприємство – база практики.

- 2 Назвіть відділи які є у вашому магазині.
- 3.Які типи торговельних підприємств ви знаєте.
- 4.Назвіть форми продажу товарів та методи обслуговування покупців.
- 5.Хто є матеріально відповідальними особами в торговельному підприємстві.
6. Який договір МВ підписує продавець магазину і в скількох екземплярах.
- 7.Де зберігається Книга відгуків і пропозицій.