

ПОЗАМАГАЗИННІ ФОРМИ ПРОДАЖУ ТОВАРІВ

ПЛАН

- 1. Організація дрібнороздрібної торгівлі.*
- 2. Торгівля на базарах і ярмарках.*
- 3. Посилкова торгівля.*

Позамагазинними формами роздрібного продажу товарів вважається реалізація товарів через дрібнороздрібні торговельні підприємства (стаціонарна та пересувна мережа), роздрібну посилкову торгівлю, а також ярмарки та базари. Використання позамагазинних форм продажу дозволяє організовувати торговельне обслуговування невеликих і віддалених населених пунктів, де відсутні підприємства стаціонарної роздрібної торгівлі, сприяє наближенню продажу товарів до місць проживання, роботи, відпочинку.

1. Організація дрібнороздрібної торгівлі

Порядок продажу, організація обслуговування покупців на підприємствах дрібнороздрібної торгівлі на території України регламентується «Правилами роботи дрібнороздрібної торговельної мережі». Вони обов'язкові для господарюючих суб'єктів усіх форм власності, які здійснюють підприємницьку діяльність у сфері торгівлі та громадського харчування і визначають вимоги до приміщень і обладнання та формування і продажу в ній товарів.

Забороняється продаж у дрібнороздрібній мережі:

- продовольчих товарів, якщо для них не створені умови для дотримання санітарних норм, температурних режимів, умов зберігання та продажу;
- алкогольних напоїв і тютюнових виробів через засоби пересувної мережі;
- в стаціонарних пунктах, якщо зберігання товарів у них не відповідає вимогам нормативних документів;

- технічно складних та великогабаритних товарів;
- дорогоцінних металів, коштовного каміння та виробів з них;
- товарів складного асортименту, що потребують приміряння (одяг, взуття, тканини).

Для роботи у дрібнороздрібних пунктах продажу продовольчих товарів продавці повинні мати особисті медичні книжки, систематично проходити медичне обстеження, дотримуватися правил особистої гігієни, тримати робоче місце, приміщення та навколишню територію в належному стані, не курити на робочому місці, бути охайно одягненими у формений чи санітарний одяг і головні убори.

Місце розміщення пунктів дрібнороздрібного продажу товарів встановлюється з письмового дозволу органу місцевого самоврядування за погодженням із службами санітарно-епідемічного нагляду, пожежної охорони, Державтоінспекції та архітектури.

Право здійснення торговельної діяльності у відведеному місці засвідчується оригіналом дозволу та копіями спеціальних дозволів (ліцензій, сертифікатів). Режим роботи дрібнороздрібних пунктів продажу товарів погоджується з місцевими органами державної виконавчої влади з урахуванням місць їх розташування.

Однією з обов'язкових умов організації продажу товарів у дрібнороздрібній торговельній мережі є наявність супровідних документів на товари, що реалізуються, та засвідчення відповідності якості товарів вимогам нормативних документів. Товари, що надійшли без супровідних документів, із простроченим терміном реалізації прийому і продажу не підлягають.

Зразки товарів, що є в продажу, встановлюються на видному місці і оформлюються цінниками. Згідно із Законом України «Про застосування ЕККА і товарно-касових книг при розрахунках із споживачами у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг» за кожний невивішений цінник на товар до підприємства застосовується фінансова санкція в розмірі п'яти неоподатковуваних мінімумів доходів

громадян.

На вимогу покупця продавець зобов'язаний надати йому можливість перевірити вагу відпущеного товару, ознайомитися з документами, які підтверджують ціну та якість товару.

Під час продажу продукції громадського харчування застосовується відповідний інвентар та пакувальний матеріал. У разі продажу товарів чи продукції громадського харчування неналежної якості продавець зобов'язаний замінити їх на якісні або повернути сплачені гроші.

2. Торгівля на базарах і ярмарках

Ярмарки і базари належать до активних позамагазинних форм продажу товарів. Розрізняють оптові та роздрібні ярмарки.

Оптові — короткострокова реалізація товарів, яка періодично повторюється, основною метою є оптовий продаж товарів, укладання прямих договорів чи контрактів між оптовими продавцями чи покупцями.

Роздрібні — великі роздрібні торги, що періодично в установлені строки проводяться для продажу товарів народного споживання покупцям і приурочені до певних дат чи традицій. Вони проводяться на колгоспних чи речових ринках, в центрах житлових масивів, в місцях скупчення торговельних підприємств, за участю підприємств оптової і роздрібної торгівлі, виробників товарів, а також культурно-освітніх закладів для організації концертів, змагань.

Базари — це періодичні роздрібні торги, в яких беруть участь підприємства торгівлі і товаровиробники. Вони проводяться у вихідні та в дні перед загальнодержавними святами.

Ярмарки і базари бувають сезонними, традиційними, цільовими, тематичними.

Порядок організації та проведення загальнодержавного ярмарку регламентується положенням. Виставки та продаж товарів проводяться в окремих павільйонах або на окремо визначених місцях, стендах.

Основною метою ярмарку є:

- пропонування здобутків вітчизняних виробників;
- сприяння розширенню господарських зв'язків та розвитку підприємництва;
- створення умов для залучення інвестиції в Україну;
- сприяння розвитку української культури і мистецтва.

Організатором ярмарку є координаційний комітет, який несе відповідальність за підготовку і проведення ярмарку, визначає на конкурсних засадах юридичну особу — генерального розпорядника. Генеральний розпорядник забезпечує виконання заходів з підготовки та проведення ярмарку. На генерального розпорядника покладено

відповідальність за надання учасникам ярмарку та відвідувачам таких послуг:

- утримання території ярмарку у належному санітарно-гігієнічному стані;
- забезпечення пожежної безпеки на території ярмарку;
- громадського харчування;
- інформування учасників та відвідувачів ярмарку з питань його роботи;
- обмін валюти;
- постачання електроенергії, води, забезпечення телефонного зв'язку.

Учасниками ярмарку вважаються юридичні та фізичні особи, включені до реєстру учасників ярмарку генеральним розпорядником відповідно до замовлень.

Учасник ярмарку зобов'язаний визначити форму участі, сплатити мито за участь у ярмарку в передбачених розмірах, забезпечити своєчасну доставку і розміщення стендів, експозиції, продукції та товарів і реєстрацію своїх представників, дотримуватися чинного законодавства, а також умов, визначених договором.

3.Посилкова торгівля

Посилкова торгівля – це форма дистанційної роздрібної торгівлі непродовольчими товарами за каталогами, проспектами, спеціальними переліками, оголошеннями, за якими покупець здійснює попередній вибір та замовлення товарів і отримує їх на підприємствах поштового зв'язку. Реалізують товари поштою суб'єкти господарювання – підприємства та громадяни-підприємці різних форм власності. Для придбання товарів поштою покупець відправляє заяву-замовлення на адресу суб'єкта господарювання.

Для здійснення посилкової торгівлі між суб'єктом господарювання і підприємством поштового зв'язку укладається договір, в якому визначаються всі необхідні

умови продажу і доставки товарів та реквізити сторін.

Для придбання товарів покупець заповнює заяву-замовлення на бланку встановленої форми у двох примірниках (один залишається у покупця, інший – надсилається на адресу посилкової фірми), строк виконання замовлення не повинен перевищувати 5 робочих днів з дня одержання замовлення. Розрахунки за продаж товарів поштою можуть здійснюватися у вигляді попередньої оплати – грошовими поштовими переказами, чи післяплатою – готівкою в момент одержання замовлення у відділенні поштового зв'язку. До суми оплати входять вартість товару та вартість його пересилання.

Під час видачі покупцеві поштового відправлення працівник відділення поштового зв'язку повинен розкрити його і звірити вміст з рахунком – фактурою чи описом. У разі виявлення розбіжностей, пошкодження, нестачі, недоліків чи фальсифікації товару покупець має право вимагати від фірми:

- безплатного усунення недоліків або відшкодування витрат на їх виправлення покупцям;
- заміни на аналогічні товари належної якості;
- відповідного зменшення його купівельної ціни;
- заміни на аналогічний товар іншої моделі з відповідними перерахунками купівельної ціни;
- розірвання договору та відшкодування збитків.

Почебець має право протягом 14 днів обміняти товар належної якості на аналогічний, якщо він не підійшов за формою, фасоном, розміром, кольором. Для цього на адресу посилкового підприємства направляється відповідна заява, до якої додаються пломби, ярлики. Обмін здійснюється за рахунок покупця.

Ціна товару, який доставляється посилкою, складається з ціни за каталогом і суми націнки. Націнка включає транспортні витрати і дохід представникам посилкових фірм, тому ціни на товари, які купуються за каталогами, вищі, ніж у стаціонарній торговельній мережі.

Замовлений товар доставляють через місяць-півтора на склад фірми або за окрему плату додому покупцю.