**Содержание**

1. Типизация розничной торговой сети: основные принципы, определяющие тип магазина. Характеристика основных типов розничных торговых объектов

2. Понятие об ассортименте товаров. Классификация ассортимента: класс товаров, группа, вид, разновидности. Показатели, характеризующие ассортимент товаров

3. Приемка товаров в магазине по качеству, поступивших в закрытой, открытой таре и без тары, сроки приемки

4. Правила торговли на рынках

5. Санитарные правила для объектов торговли. Характеристика раздела: санитарные требования к отпуску пищевых товаров

Список использованных источников

**1. Типизация розничной торговой сети: основные принципы, определяющие тип магазина. Характеристика основных типов розничных торговых объектов**

Типизация представляет собой систему мероприятий, направленных на отбор технически совершенных и экономически эффективных типов магазинов для массового распространения.

На основе типизации совершенствуется управление торговой сетью, обеспечивается возможность широкого использования типовых решений по формированию торгового ассортимента, что способствует стандартизации оборудования, определению численности работников для магазина, упорядочению товароснабжения, организации труда, внедрению прогрессивных технологий.

В процессе типизации устраняется излишнее многообразие магазинов, создаются условия для рационального построения торговой сети и более эффективного ее использования, унификации строительных конструкций, индустриализации строительства.

Типизация розничной торговой сети потребительской кооперации должна базироваться на общепринятых в мировой практике принципах.

Процесс типизации динамичен и зависит от происходящих социальных и экономических изменений.

Тип торгового предприятия определяется ассортиментным профилем магазина, размером торговой площади, формами и методами торговли, целевыми функциями торгового предприятия.

С учетом этих принципов в августе 1996 г. разработана новая номенклатура типов предприятий розничной торговли потребительской кооперации.

В ней отражены основные тенденции типизации розничной торговой сети в мировой практике и традиционные подходы к данной проблеме, используемые в республике.

В таблице 1 представлены основные типы магазинов потребительской кооперации.

Характеристика основных типов:

1. Универмаг - крупное розничное предприятие торговой площадью более 600 м2 с универсальным ассортиментом промышленных товаров, имеющее специализированные секции (отделы), оказывающее дополнительные услуги населению, работающее на полном или внутреннем хозрасчете. Может включать секцию (отдел), торгующую продовольственными товарами, кулинарными, кондитерскими изделиями, кафетерий и т. п. К универмагам относятся также крупные магазины, торгующие товарами для детей и молодежи.

Таблица 1. Основные типы магазинов потребительской кооперации

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Номер п/п | Тип магазина | Варианты текста вывески | Примерная торговая площадь, м2 |
| 1. | Универмаг | Универмаг. Детский мир. Молодежный | 600, 800, 1000, 1200 и более |
| 2. | Супермаркет | Супермаркет. Универсам | 250, 400, 550 и более |
| 3. | Минимаркет | Минимаркет. Товары повседневного спроса. Магазин | 30, 50, 70, 100, 150 |
| 4. | Продтовары | Продтовары. Продукты. Продовольственные товары. Гастроном | 70, 100, 150, 200 |
| 5. | Специализированный магазин по продаже отдельных групп продовольственных товаров | Хлеб. Сельхозпродукты. Овощи и фрукты. Колбасы. Мясо и молоко. Кондитерские изделия. Кулинария. Вино и водка и т. п. | 30, 50, 70, 100 |
| 6. | Промтовары | Промтовары. Промышленные товары | 100, 150, 250, 400 |
| 7. | Специализированный магазин по продаже отдельных групп непродовольственных товаров | Хозтовары. Строительные материалы. Товары для дома. Культтовары. Техника. Товары для приусадебного хозяйства. Фермер. Современное домашнее хозяйство. Одежда. Обувь. Трикотаж. Галантерея и парфюмерия. Подарки. Книги и т. д. | 70, 100, 150, 250, 400 и более |
| 8. | Дом торговли | Дом торговли. Торговый центр | 1000, 1500 и более |
| 9. | Фирменный магазин | Фирменный магазин. Кооператор. Дары природы. Коммунарка. Неман. Горизонт и т. д. | 100, 150 |
| 10. | Удобный (дискаунтный) магазин | Удобный магазин. Комфорт. Комиссионный магазин. Товары по сниженным ценам. Пайщик. Ветеран. Магазин - заготпункт и др. | 50, 70, 100 |

2. Супермаркет - розничное торговое предприятие торговой площадью более 250 м2 с универсальным ассортиментом продовольственных товаров и ограниченным ассортиментом промышленных товаров преимущественно повседневного спроса. Доля торговой площади под промышленными товарами должна составлять примерно 30 %. Возможно наличие отдела кулинарии, кафетерия и т. п.

3. Минимаркет - небольшое розничное предприятие торговой площадью 30-150 м2 с ассортиментом продовольственных и непродовольственных товаров повседневного спроса. Доля торговой площади под промышленными товарами в зависимости от категории составляет примерно 40-50%.

4. Продтовары - розничное предприятие по реализации продуктов питания торговой площадью 70-200 м2. Возможно наличие «уголка» сопутствующих непродовольственных товаров.

5. Специализированные магазины по продаже отдельных групп продовольственных товаров - небольшие розничные предприятия торговой площадью 30- 100 м2, реализующие отдельные группы продтоваров.

6. Промтовары - розничные предприятия торговой площадью 100-400 м2 по продаже промышленных товаров преимущественно массового спроса.

7. Специализированные магазины по продаже отдельных групп непродовольственных товаров. Данный тип включает предприятия, которые условно можно подразделить на две группы: крупные, торговой площадью 150-400 м2, реализующие хозяйственные товары, мебель, бытовую технику, строительные товары, товары для фермерских и приусадебных хозяйств, товары для дома и т. п.; мелкие, имеющие торговую площадь до 150 м2, реализующие книги, обувь, одежду, головные уборы, галантерею, парфюмерию, подарки, посуду и т. д.

8. Дом торговли - комплексное предприятие торговой площадью более 1000 м2, состоящее, как правило, из нескольких обособленных магазинов, с единой дирекцией, размещенных в одном здании и работающих на полном хозяйственном расчете. В состав Дома торговли могут входить универмаг, супермаркет, специализированные магазины, предприятия питания, а также мелкооптовый магазин-склад типа «Кэш-энд-кэрри». Отличительной особенностью данного типа предприятия является более широкий, чем в обычных магазинах, спектр коммерческих функций. В частности, Дом торговли наряду с продажей товаров населению, обслуживанием через предприятия питания, оказывает разнообразные услуги, включая маркетинговые, реализует через магазины-склады товары оптовым покупателям независимо от их ведомственной принадлежности.

9. Фирменный магазин - небольшое розничное предприятие торговой площадью до 150 м2 с ограниченным ассортиментом промышленных или продовольственных товаров, находящееся в подчинении того предприятия, чьими товарами торгует. Такое предприятие должно изучать спрос населения на товары, оказывать услуги, проводить активную маркетинговую политику.

10. Удобный (дискаунтами) магазин - небольшое розничное предприятие торговой площадью до 100 м2 с ассортиментом продовольственных и непродовольственных товаров преимущественно повседневного спроса. Отличительной особенностью данного типа предприятия является создание в нем дополнительных удобств или преимуществ для покупателей по сравнению с другими предприятиями: удлиненный или круглосуточный режим работы; более низкие цены; совмещение функций розничной торговли, бытового обслуживания, закупок сельскохозяйственной продукции и т. п.; месторасположение на автозаправочных станциях, автомагистралях, в зонах отдыха и т. д.

**2. Понятие об ассортименте товаров. Классификация ассортимента: класс товаров, группа, вид, разновидности. Показатели, характеризующие ассортимент товаров**

Ассортиментная политика является центральным элементом коммерческой стратегии предприятия на розничном рынке. Главной ее целью в современных условиях хозяйствования является определение набора товаров, наиболее предпочтительных для обслуживаемых сегментов (сегмента) рынка. Сложно удовлетворить потребности в товаре всех без исключения потребителей, так как они различны в своих требованиях к товару и обслуживанию. Тем не менее, потенциальных покупателей можно объединить в определенные группы по некоторым признакам, что и называется сегментацией. Главная цель сегментации - обеспечить адресность реализуемых товаров и услуг. Сегментация рынка - один из важнейших инструментов ассортиментной политики, и от того, насколько правильно выбран сегмент (сегменты) рынка, во многом зависит конкурентоспособность предприятия. Так как сегменты нередко задаются группой специалистов, требуется особая объективность и профессионализм, чтобы решение о выборе сегмента не привело к коммерческой неудаче.

Предприятия розничной торговли в современных условиях должны проводить ассортиментную политику с учетом индивидуальных предпочтений. Знание особенностей поведения различных групп потребителей, мотивация покупок являются условием правильного формирования спроса, принятия оптимальных решений в ассортиментной политике. Рассмотрение проблем развития ассортимента и удовлетворения спроса различных категорий покупателей на основе анализа их предпочтений и изменений рыночной ситуации составляют сущность современной ассортиментной политики предприятия.

Составляющие ассортиментной политики предприятия можно представить схематично следующим образом (таблица 1).

Таблица 1. Составляющие ассортиментной политики

|  |  |
| --- | --- |
| Составляющие ассортиментной политики | 1. Определение набора товарных групп, наиболее предпочтительного для потребителей и обеспечивающего экономическую эффективность деятельности предприятия |
| 2. Выбор наиболее эффективного метода формирования ассортимента с учетом современных принципов |
| 3. Определение оптимального соотношения набора товаров, находящихся на разных стадиях своих жизненных циклов |

Таким образом, активная ассортиментная политики предполагает решение следующих наиболее важных задач: удовлетворение спроса конкретных групп потребителей; гибкое реагирование на требования рынка; обеспечение финансовой устойчивости торгового предприятия.

Ассортимент товаров - совокупность их видов, разновидностей и сортов, объединенных или сочетающихся по определенному признаку. Основными группировочными признаками товаров являются производственный, сырьевой и потребительский.

Различают производственных и торговый ассортимент товаров.

Производственным ассортиментом называют определенную группу товаров, выпускаемых промышленными предприятиями, а также другими изготовителями. Как правило, предприятия производящие товары, выпускают узкий ассортимент товаров, что позволяет им внедрять передовую технологию производства, совершенствовать ассортимент выпускаемых товаров, улучшать их качество. Поэтому выпускаемые ими товары нуждаются в дальнейшей подсортировке с учетом требований торговли, на предприятиях которой сосредоточен широкий ассортимент товаров, представляющий собой сочетание продукции, вырабатываемой самыми различными изготовителями. Некоторая часть продовольственных и непродовольственных товаров подвергается подсортировке непосредственно в магазинах и других предприятиях розничной торговли.

Торговый ассортимент представляет собой совокупность товаров, подлежащих продаже в розничной торговой сети. Он включает ассортимент товаров, выпускаемых многими предприятиями.

Для изучения процесса формирования ассортимента необходимы знания следующих основополагающих понятий.

Широта ассортимента - количество групп и подгрупп товаров, включенных в ассортимент магазина. По их удельному весу в товарообороте и запасах различают ассортиментную структуру специализированных и универсальных магазинов.

Глубина ассортимента - количество видов и разновидностей (наименований) товаров внутри групп и подгрупп в ассортименте магазина.

Структура ассортимента - это соотношение групп, подгрупп, видов и разновидностей товаров в ассортименте магазина. Она характеризуется показателями широты (макроструктура) и глубины (микроструктура).

Полнота ассортимента - это соответствие фактического наличия товаров на торговом предприятии утвержденному ассортиментному перечню.

Устойчивость (стабильность) ассортимента - это бесперебойное наличие в продаже товаров по их видам и разновидностям, заявленным в ассортиментном перечне.

Обновляемостъ ассортимента - пополнение ассортимента новыми разновидностями товаров в соответствии с ассортиментной политикой предприятия.

Ассортимент предлагаемых к продаже товаров и перечень оказываемых услуг определяется продавцом (магазином и т.п.) самостоятельно в соответствии с профилем и специализацией его деятельности. Однако, принимая во внимание необходимость постоянного регулирования ассортимента товаров с учетом изменений конъюнктуры рынка и других факторов, в магазинах, как и на предприятиях оптовой торговли, могут быть использованы ассортиментные перечни товаров, которые устанавливают для каждого конкретного магазина в зависимости от его типа, размера торговой площади, места расположения и других факторов. Наличие таких перечней позволяет не только рационально регулировать ассортимент товаров, но и систематически контролировать его полноту и стабильность. Под полнотой ассортимента понимают возможность широкого выбора их разновидностей, а под стабильностью - постоянное наличие товара соответствующего вида в продаже. Они могут быть определены с помощью коэффициентов полноты и стабильности ассортимента.

Коэффициент полноты ассортимента (Кп) можно определить по формуле:

,



где Qф - фактическое количество разновидностей товаров в момент обследования (проверки);

Qп - количество разновидностей товаров, предусмотренное ассортиментным перечнем.

Коэффициент стабильности, или устойчивости, ассортимента (Ку) определяется по формуле:



где Qф1, Qф2, ... Qфn - фактическое количество разновидностей товаров в момент отдельных проверок;

Qn - количество разновидностей товаров, предусмотренное ассортиментным перечнем;

n - число проверок.

Коэффициент устойчивости ассортимента определяется за конкретный период (месяц, квартал, год).

Таким образом, в условиях перехода к рыночным отношениям работа по формированию ассортимента в магазинах значительно усложняется. Широта и глубина ассортимента реализуемых товаров во многом зависят от квалификации работников магазинов и коммерческих служб торговых фирм и организаций, которые должны располагать обширной информацией о спросе покупателей, источниках возможного поступления товаров, ценах на товары и другой коммерческой информацией.

**3. Приемка товаров в магазине по качеству, поступивших в закрытой, открытой таре и без тары, сроки приемки**

«Положение о приемке товаров по количеству и качеству» (утвержденное Постановлением Кабинета Министров Республики Беларусь от 26 апреля 1996 г. № 285) регулирует отношения юридических лиц, независимо от их организационно-правовой формы и формы собственности, и физических лиц - предпринимателей, осуществляющих свою деятельность без образования юридического лица, по приобретению товара, созданию условий для его сохранности, своевременной и правильной приемки по количеству и качеству, кроме товара, приобретаемого для личного (домашнего, семейного) пользования.

Одновременно с приемкой товаров по количеству товар принимается также и по качеству. В тех случаях, когда товар в магазин поступает непосредственно от предприятий-изготовителей, он является единственным звеном, где проверяется качество этого товара перед продажей его покупателю.

Товары, поступившие в исправной таре, принимаются по качеству и комплектности: при иногородней поставке - не позднее 20 дней, при одногородней поставке - не позднее 10 дней, а по скоропортящимся товарам - не позднее 24 ч после их поступления в магазин.

Скрытые производственные дефекты, обнаруженные позже, актируются. Акт о скрытых недостатках составляется в течение гарантийного срока. Акт о скрытых недостатках товара, гарантийный срок на который исчисляется с момента его продажи через розничную торговлю, может быть составлен и в период хранения до его продажи.

Приемка по качеству осуществляется в соответствии с требованиями стандартов, технических условий, договоров, а также по сопроводительным документам, удостоверяющим качество (сертификатам соответствия, удостоверениям о качестве, ветеринарным свидетельствам и т. д.). Не подлежат приемке товары с истекшим сроком годности, хранения (реализации); товары, подлежащие обязательной сертификации, государственной гигиенической регламентации и регистрации, но не прошедшие ее в установленном порядке. При обнаружении несоответствия качества требованиям нормативных и сопроводительных документов магазин обязан приемку приостановить, обеспечить условия хранения, предотвращающие ухудшение качества. Необходимо изолировать поступивший товар от имеющихся в магазине однородных товаров. Магазин должен уведомить поставщика в те же сроки и в том же порядке, что и при выявлении количественного расхождения. Одногородний поставщик обязан явиться не позднее чем на следующий день, а по скоропортящимся товарам - не позднее 4 ч после получения вызова, если в договоре не указан иной срок явки. Представитель иногороднего поставщика обязан явиться, если это предусмотрено договором, не позднее чем в трехдневный срок после получения уведомления, не считая времени, необходимого на дорогу. Представитель поставщика должен иметь удостоверение на приемку конкретных товаров в данном магазине.

При неявке представителя поставщика или необязательной его явке в состав комиссии для приемки товаров по качеству включается представитель органа, осуществляющего государственный контроль качества товара.

По доверенности поставщика приемка может осуществляться с участием компетентного представителя другого предприятия. Возможна и односторонняя приемка товаров по качеству магазином, если поставщик дал на нее согласие.

Способы проверки и методы оценки качества выбираются в соответствии с требованиями нормативных документов и учетом специфических особенностей товаров. При необходимости отбора проб об этом составляется акт, который подписывается всеми членами комиссии.

В день окончания приемки составляется акт определенной формы. Он подписывается всеми членами комиссии. Лицо, не согласное с содержанием акта, подписывает его с изложением собственного мнения. К акту должны быть приложены все необходимые документы.

Согласно «Положению о приемке товаров по количеству и качеству», утвержденному Постановлением Кабинета Министров Республики Беларусь от 26 апреля 1996 г. № 285 товар, поставляемый продавцом без тары, в открытой или поврежденной таре, принимается покупателем по количеству в момент получения его от продавца или от перевозчика либо в момент вскрытия опломбированных и разгрузки неопломбированных транспортных средств и тарных мест, но не позднее сроков, установленных для их разгрузки действующими на транспорте правилами или договором перевозки.

В таком же порядке принимается тара по весу брутто и количеству мест в исправной закрытой таре.

Товар в исправной закрытой таре по весу нетто и количеству товарных единиц в каждом тарном месте принимается покупателем одновременно со вскрытием тары, но не позднее 10 дней, а по скоропортящемуся товару - не позднее 24 часов с момента доставки груза продавцом либо при вывозе груза самим покупателем со склада продавца.

Во всех остальных случаях товар принимается покупателем с соблюдением указанных в настоящем пункте сроков, исчисляемых с момента выдачи груза перевозчиком.

Приемка товара по качеству на складе покупателя производится в следующие сроки:

- при поступлении товара из другого населенного пункта - не позднее 20 дней, а скоропортящегося товара - не позднее 24 часов после его получения от транспортной организации или поступления на склад покупателя;

- при поступлении товара из данного населенного пункта - не позднее 10 дней, а скоропортящегося товара - не позднее 24 часов после его получения от транспортной организации или поступления на склад покупателя.

В случае обнаружения в ходе приемки товара по количеству и качеству недостачи, ненадлежащего качества товара или его порчи срок приемки прерывается для вызова представителя продавца или незаинтересованного лица и продолжает исчисляться после возобновления приемки.

Покупатели, переотправляющие товар в таре первоначального продавца, производят приемку товара по качеству в случаях, предусмотренных законодательством или договором, а также при получении товара в поврежденной, открытой или немаркированной таре, в таре с поврежденной пломбой или при наличии признаков порчи либо повреждения товара (течь, бой и др.).

При обнаружении несоответствия качества, маркировки поступившего товара, тары или упаковки требованиям нормативно-технической документации, образцам (эталонам), договору либо данным, указанным в маркировке и сопроводительных документах, удостоверяющих качество, покупатель приостанавливает дальнейшую приемку товара и составляет акт, в котором указывает количество осмотренного товара и характер выявленного при приемке несоответствия (дефектов). При этом покупатель обязан обеспечить хранение некачественного товара в условиях, предотвращающих дальнейшее ухудшение его качества и смешение с другим однородным товаром.

Одновременно с приемкой товара по качеству производится проверка его комплектности, а также соответствия тары, упаковки, маркировки требованиям нормативно-технической документации, других обязательных правил или договора.

Покупатель обязан приостановить приемку товара с истекшим сроком годности (реализации), указанным в маркировке, или если этот срок в нарушение требований законодательства не указан.

Покупатель должен вызвать для участия в продолжении приемки товара и составлении акта представителя продавца, а в случае его отсутствия - представителя органа, осуществляющего государственный контроль качества товара, если это предусмотрено законодательством или договором.

В договорах могут быть предусмотрены случаи, когда явка представителя продавца для участия в приемке товара по качеству и комплектности и составлении акта является обязательной.

Проверка качества товара, поступившего в таре, производится при ее вскрытии в сроки, установленные законодательством и «Положением о приемке товаров по количеству и качеству», с учетом особенностей поставляемого товара.

Сложнотехнические товары (машины, оборудование, приборы и др.), поступившие в таре и имеющие гарантийные сроки службы или хранения, проверяются по качеству и комплектности при вскрытии тары, но не позднее установленных гарантийных сроков.

При подготовке товара к розничной продаже или при его розничной продаже в течение гарантийного срока изготовителя товара или в сроки, установленные обязательными правилами, продавец независимо от проверки качества товара, произведенной им в соответствии с «Положением о приемке товаров по количеству и качеству», вправе составлять акты о скрытых недостатках товара, если они будут обнаружены.

Скрытыми недостатками товара признаются также недостатки, которые не могли быть обнаружены при обычной для данного вида товара проверке.

Акт о скрытых недостатках товара должен быть составлен в течение 5 дней с момента обнаружения этих недостатков, но не позднее сроков, указанных в настоящем пункте. Если для участия в составлении акта вызывается представитель продавца, то к установленному 5-дневному сроку добавляется время, необходимое для его приезда.

Акт о скрытых недостатках товара, гарантийный срок на который исчисляется с момента его продажи через розничную торговлю, может быть составлен в период хранения товара до его продажи.

Если законодательством, нормативно-технической документацией или договором для определения качества товара предусмотрен отбор образцов (проб), лица, участвующие в приемке товара по качеству, обязаны произвести этот отбор в точном соответствии с предусмотренными требованиями.

Отобранные образцы (пробы) опечатываются либо опломбируются и снабжаются этикетками, подписанными лицами, участвовавшими в отборе. Количество отбираемых образцов (проб) определяется в соответствии с указанными требованиями исходя из необходимости проведения контрольных операций для оценки качества партии товара (внешний осмотр и измерительный контроль, лабораторные испытания и др.).

Достаточность контрольных операций определяется покупателем товара, если иное не предусмотрено договором. Результаты проверки качества образцов (проб) распространяются на всю партию товара, из которой они отобраны.

Об отборе образцов (проб) составляется акт, подписываемый всеми участвовавшими в этом лицами.

В акте должно быть указано:

- время и место составления акта, наименование покупателя товара и его юридический адрес;

- фамилии и должности лиц, принимавших участие в отборе образцов (проб);

- наименование продавца, от которого поступил товар;

- номер и дата заключения договора;

- номер и дата выписки счета-фактуры и транспортной накладной, по которым поступил товар, и дата поступления его на склад покупателя;

- номер и дата составления документа, удостоверяющего качество товара;

- количество мест и вес товара, а также количество и номера тарных мест, из которых отбирались образцы (пробы) товара;

- акт законодательства, нормативно-техническая документация и договор, на основании которых осуществляется отбор образцов (проб);

- снабжены ли отобранные образцы (пробы) этикетками, содержащими данные, предусмотренные законодательством, нормативно-технической документацией или договором;

- опечатаны или опломбированы образцы (пробы), чьей печатью или пломбой (оттиски на пломбах);

- другие данные, которые лица, участвующие в отборе, сочтут необходимым включить в акт для более подробной характеристики образцов (проб) товара.

Один из отобранных образцов (проб) товара остается у покупателя, второй - направляется продавцу товара. В случаях, предусмотренных законодательством, нормативно-технической документацией или договором, отбираются дополнительные образцы (пробы) для сдачи на:

- проверку, анализ или испытание;

- гигиеническую оценку и заключение органов или учреждений, осуществляющих государственный санитарный надзор.

О сдаче образцов (проб) товара на проверку, анализ, испытание, оценку делаются соответствующие отметки в акте отбора образцов (проб). Отобранные образцы (пробы) товара должны храниться покупателем или продавцом до разрешения спора о качестве товара, а в случаях передачи материалов о выпуске недоброкачественного товара в следственные органы, органы прокуратуры и суда - до разрешения дела в этих органах.

Продавец или покупатель вправе в порядке, установленном законодательством, опротестовать заключение экспертизы качества товара, а также потребовать проведения повторной или дополнительной экспертизы. Повторная или дополнительная экспертиза товара может производиться в соответствии с законодательством.

Продавец вправе перепроверить качество товара, признанного некачественным и возвращенного покупателем, в порядке и в случаях, предусмотренных законодательством, нормативно-технической документацией или договором.

Принятый покупателем товар, переведенный в более низкий сорт, на основании акта о результатах приемки перемаркируется за счет продавца, если иное не установлено договором. Договором может быть определена сторона, производящая перемаркировку.

**4. Правила торговли на рынках**

«Правила торговли на рынках Республики Беларусь» (далее Правила) регулируют отношения, возникающие между юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями, осуществляющими деятельность по управлению рынками, юридическими лицами, индивидуальными предпринимателями, осуществляющими розничную торговлю на рынках на предоставленных им органом управления рынка торговых местах на рынке, иными физическими лицами, осуществляющими продажу товаров на рынках, а также покупателями.

Правила распространяются на деятельность органов управления рынками, расположенными на территории Республики Беларусь, и продавцов.

Деятельность юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, осуществляющих продажу товаров на территории рынка в торговых объектах, не являющихся торговыми местами на рынке, Правилами не регулируется, если иное не установлено Правительством Республики Беларусь.

Орган управления рынка создает рынок с согласия местных исполнительных и распорядительных органов в соответствии с законодательством Республики Беларусь.

Режим работы рынка устанавливается органом управления рынка по согласованию с соответствующим местным исполнительным и распорядительным органом.

В случае временного приостановления деятельности рынка (для проведения ремонта, плановых санитарных дней и в иных случаях) орган управления рынка за 5 дней до проведения намеченных мероприятий информирует местный исполнительный и распорядительный орган по месту нахождения рынка, а также продавцов и покупателей через средства массовой информации, объявление, размещаемое в доступном месте, о причинах и периоде приостановления деятельности рынка. В случае приостановления деятельности рынка для выполнения экстренных мероприятий при аварийных и чрезвычайных ситуациях информация до сведения продавцов, покупателей, местного исполнительного и распорядительного органа по месту нахождения рынка доводится незамедлительно.

В зависимости от ассортимента реализуемых товаров рынок может быть:

продовольственным - рынок, на котором осуществляется торговля продовольственными товарами, сельскохозяйственной продукцией, дикорастущими плодами и ягодами;

вещевым - рынок, на котором осуществляется торговля непродовольственными товарами. Вещевой рынок может быть специализированным (автомобильный, строительных материалов, аудио-, видеопродукции и другие);

зооботаническим - рынок, на котором осуществляется торговля животными и другими товарами в соответствии с требованиями согласно приложению 1 к Правилам;

смешанным - рынок, на котором осуществляется торговля различным ассортиментом продовольственных и непродовольственных товаров и (или) сельскохозяйственной продукцией, дикорастущими плодами и ягодами, а также животными.

Ассортимент реализуемых на рынке товаров, схема расположения торговых зон и торговых мест на рынке определяются органом управления рынка по согласованию с местным исполнительным и распорядительным органом по месту нахождения рынка, с органом государственного пожарного надзора, а для продовольственных, зооботанических и смешанных рынков - также с органами государственного санитарного и ветеринарного надзора.

Виды деятельности, которые в соответствии с законодательством подлежат лицензированию, осуществляются на рынке юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями при наличии соответствующего специального разрешения (лицензии).

При входе на рынок размещается вывеска с указанием его наименования (при его наличии), наименования органа управления рынка и режима работы рынка.

На вывеске рынка, организованного индивидуальным предпринимателем, должна быть также предоставлена информация о его фамилии, имени, отчестве, дате и номере свидетельства о государственной регистрации и наименовании органа, осуществившего его государственную регистрацию.

На территории рынка в доступных для покупателей местах должны быть установлены указатели торговых зон, а также информационные стенды, где для сведения продавцов и покупателей размещаются:

схема размещения торговых зон, объектов торговли, общественного питания и услуг, административных помещений, лаборатории ветеринарно-санитарной экспертизы, контрольных весов, автостоянки, туалета, специально предназначенных для курения мест и других объектов;

схема эвакуации при возникновении аварийных и чрезвычайных ситуаций на рынке;

информация, предусмотренная пунктом 9 Правил;

копии Закона Республики Беларусь от 9 января 2002 года «О защите прав потребителей» (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2002 г., № 10, 2/839) и Правил либо извлечений из них;

информация о порядке и условиях предоставления торговых мест на рынке и дополнительных услуг, размерах платы за их предоставление;

информация о местонахождении книги замечаний и предложений;

перечень товаров, торговля которыми на рынке законодательством запрещена;

инструкция по обращению с отходами, утверждаемая в установленном законодательством порядке;

меры ответственности за нарушение Правил;

номера рабочих телефонов руководителей органа управления рынка, местного исполнительного и распорядительного органа по месту нахождения рынка, территориальных органов Комитета государственного контроля, государственного санитарного и ветеринарного надзора, внутренних дел.

На территории рынка запрещается нахождение в торговых зонах легкового и грузового автомобильного транспорта в период режима работы рынка (кроме специализированных рынков по продаже автомобильного транспорта, строительных материалов и крупногабаритных товаров, а также при торговле с автомобильного транспорта на специально отведенных площадках).

Рынки, на которых осуществление торговых операций по определению количества товаров, отпускаемого покупателю, производится путем его измерения, должны быть оснащены необходимыми исправными и поверенными в установленном порядке средствами измерений (весы, гири, меры вместимости, деревянные метры и другие). Эксплуатация этих средств измерений должна осуществляться в соответствии с требованиями эксплуатационных документов.

Весы и другие средства измерений должны устанавливаться таким образом, чтобы покупатель мог видеть процесс взвешивания, измерения и определения стоимости товаров.

Не допускается взимание платы с граждан за вход на рынок, а также за въезд транспорта для завоза товаров на территорию рынка, за предоставление условий для примерки одежды и обуви, проверки работоспособности товаров, использование средств измерений для проверки количества приобретенных товаров.

За нарушение обязательств по сделкам, заключенным на рынке между продавцами и покупателями, орган управления рынка ответственности не несет.

Орган управления рынка должен обеспечить надлежащие условия для завоза (приемки), хранения и продажи товаров на рынке.

Цены на товары, реализуемые на рынке, формируются по договоренности между продавцом и покупателем, если иное не установлено законодательством Республики Беларусь.

Завоз товаров на рынок осуществляется, как правило, до начала и по окончании работы рынка.

На торговых местах на рынке запрещается продажа товаров:

- без предусмотренных законодательством документов и (или) маркировки, удостоверяющих их безопасность и качество;

- с истекшим сроком годности или хранения;

- требующих особых условий хранения и реализации, предусмотренных нормативными документами по стандартизации, без наличия таких условий (рыба и морепродукты, мясные и молочные продукты, включая консервы рыбные, мясные и молочные, маргарин и майонез, масло растительное, парфюмерно-косметические товары, товары бытовой химии и другие);

- иностранного производства без предоставления информации о товаре на белорусском или русском языках.

Допускаются на рынок для продажи клинически здоровые животные при наличии сопроводительных ветеринарных документов, подтверждающих благополучие местности по заразным болезням животных, а также мясные, молочные продукты, птица, рыба, мед и яйцо при наличии соответствующих документов, выданных в установленном законодательством порядке.

Продукция животноводства, растениеводства, дикорастущие плоды и ягоды, другая продукция, подлежащая ветеринарно-санитарной экспертизе, реализуются на рынках только после проведения в установленном порядке такой экспертизы.

Продажа семян и посадочного материала осуществляется при наличии соответствующих документов, выданных в установленном законодательством порядке.

Юридические лица, индивидуальные предприниматели и иные физические лица несут ответственность за несоблюдение Правил в соответствии с законодательством Республики Беларусь.

Контроль за соблюдением Правил осуществляют в установленном законодательством порядке уполномоченные государственные органы.

Орган управления рынком, а также продавцы (за исключением физических лиц, не осуществляющих предпринимательскую деятельность) обязаны вести книгу учета проверок (ревизий), книгу замечаний и предложений в случаях и порядке, установленных законодательством.

**5. Санитарные правила для объектов торговли. Характеристика раздела: санитарные требования к отпуску пищевых товаров**

Санитарные правила для предприятий продовольственной торговли распространяются на все существующие предприятия продовольственной торговли, к которым относятся: продовольственные базы, склады, хранилища, продовольственные магазины, мелкорозничные предприятия, независимо от их ведомственной принадлежности (кроме холодильников).

Проектирование новых и реконструкция существующих предприятий продовольственной торговли должны производиться в соответствии с Санитарными правилами для предприятий продовольственной торговли № 5781-91 от 04.04.1991 г. Министерства, ведомства, проектные организации, государственные и кооперативные предприятия обязаны представлять на согласование органам и учреждениям санитарно-эпидемиологической службы проектно-сметную документацию на строительство предприятий продовольственной торговли по индивидуальным проектам, а также на проведение реконструкции и капитальных ремонтов существующих предприятий. Ввод в эксплуатацию вновь строящихся, реконструируемых и капитально отремонтированных предприятий должен производиться по согласованию с учреждениями санитарно-эпидемиологической службы.

Ассортимент реализуемой продукции в предприятиях продовольственной торговли утверждается соответствующими органами торговли, согласно ассортиментного минимума, в строго соответствии с типом предприятия, набором помещений и оснащением его холодильным, технологическим, торговым оборудованием и согласовывается с учреждениями санитарно-эпидемиологической службы. Запрещается изменять утвержденный ассортимент реализуемой продукции без согласования с учреждениями санитарно-эпидемиологической службы.

Санитарные требования к отпуску пищевых продуктов.

К продаже допускаются только доброкачественные пищевые продукты. Перед подачей пищевых продуктов в фасовочные помещения или торговый зал обязательно должно проверяться качество их, состояние упаковки и наличие маркировки.

Продавцы обязаны следить за качеством реализуемых пищевых продуктов. В случае обнаружения изменения качества пищевых продуктов необходимо задержать их реализацию и немедленно сообщить об этом администрации для решения вопроса о возможности дальнейшей реализации продуктов.

Ответственность за реализацию покупателям недоброкачественных пищевых продуктов несет продавец.

Подготовка пищевых продуктов к продаже производится в специальных помещениях, предназначенных для этой цели, где производится предварительная расфасовка пищевых продуктов, освобождение их от тары, протирка бутылок, банок, зачистка и др.

Подготовку пищевых продуктов к продаже должны производить продавцы или специально выделенные для этого лица. Использование для этой цели уборщиц, рабочих, случайных лиц не допускается.

Продажа сырых продуктов (мяса, птицы, рыбы, морепродуктов, яиц, овощей и др.) и полуфабрикатов из них должна производиться в специальных отделах раздельно от реализации готовых к употреблению продуктов.

В отделах и магазинах заказов при подготовке индивидуальных заказов, взвешивание и упаковка сырых и готовых к употреблению пищевых продуктов должны производиться раздельно.

При отпуске покупателям нефасованных пищевых продуктов продавец обязан пользоваться щипцами, лопатками, совками, черпаками, ложками и др. Рабочее место продавцов должны обеспечиваться маркированными разделочными досками и ножами.

Запрещается взвешивание пищевых продуктов непосредственно на весах, без оберточной бумаги и других упаковочных материалов. Не допускается отпуск пищевых продуктов в грязную тару покупателя и печатную макулатуру.

При организации обслуживания на дому доставка пищевых продуктов заказчику должна осуществляться в условиях, исключающих загрязнение продуктов и их порчу.

Запрещается отпуск покупателям пищевых продуктов случайно упавших на пол или загрязненных иным путем (санитарный брак). Санитарный брак следует собирать в специальную емкость с соответствующей маркировкой.

Для отбора и определения свежести хлеба и хлебобулочных изделий в магазинах самообслуживания (отделах) должны быть специальные вилки, щипцы, не менее 2-х штук на один погонный метр торгового оборудования. Для упаковки хлебобулочных изделий в предприятиях рекомендуется организация продажи бумажных и полиэтиленовых пакетов.

Запрещается нарезка хлеба подсобными рабочими и покупателями.

Нарезка тортов и продажа их частями допускается только в кафетериях, при условии потребления изделий покупателями на месте и при наличии соответствующих условий для хранения и обработки инвентаря, посуды.

В отделах реализации фляжного молока должны быть трафареты, предупреждающие о необходимости кипячения молока. Запрещается прием и реализация творога, изготовленного из непастеризованного молока, молока и сливок и повышенной кислотностью (самоквас).

При отпуске жидких молокопродуктов (молоко, сметана и др.) запрещается держать посуду покупателя над открытым бидоном, флягой, бочкой и др., а также сливать продукты обратно из посуды покупателя в общую тару.

Запрещается оставлять торговый инвентарь (ложки, лопатки и др.) в таре с молоком, творогом и сметаной; их необходимо хранить в специальной посуде и ежедневно промывать. Молочный инвентарь должен использоваться строго по назначению.

Запрещается реализация мороженого растаявшего и вторично замороженного.

Отпуск яиц производится с предварительной проверкой их качества на овоскопе. Запрещается продажа яиц в отделах (секциях) предприятий, реализующих продукты готовые к употреблению (молочные, колбасные, кремовые кондитерские изделия и др.).

Не допускаются к реализации консервы, имеющие дефекты: бомбаж, хлопуши, подтеки, пробоины и сквозные трещины, деформированные, с признаками микробиологической порчи продуктов (плесневение, брожение, ослизнение) и др.

При реализации напитков из изотермических емкостей следует руководствоваться действующей “Инструкцией по обслуживанию изотермических емкостей, предназначенных для продажи безалкогольных напитков, квасов и пива в разлив”.

Бутылки с напитками и водой, стеклянные баллоны с соками перед их вскрытием должны обтираться снаружи влажной чистой тканью. Вскрытие стеклотары производится на столе перед отпуском потребителю. Предварительно банки с соками тщательно осматривают на наличие бомбажа и посторонних включений.

При торговле безалкогольными напитками и соками в предприятии мытье стаканов должно производиться на месте их продажи с помощью шприцев двойного действия. В конце рабочего дня необходимо стаканы промывать с добавлением моющих средств и ополаскивать горячей проточной водой (температура не ниже 65 °С).

При отсутствии условий для мытья стаканов отпуск напитков разрешается только в стаканчиках одноразового использования. Категорически запрещается повторное использование одноразовых стаканчиков.

Чистую посуду для отпуска напитков хранят на лотках в перевернутом виде. Перед заполнением стаканы повторно промывают. Запрещается мытье стаканов для отпуска напитков в ведрах и тазах.

Продажа плодоовощной продукции производится в специализированных плодоовощных магазинах, отделах и секциях, а также в павильонах мелкорозничной сети.

В период массового поступления картофеля и свежей плодоовощной продукции допускается ее продажа с лотков, тележек и др., а также на открытых овощных базарах. Запрещается реализация загнивших, испорченных овощей и фруктов.

Отпуск плодоовощной переработанной продукции (квашеной, соленой, маринованной и др.) необходимо производить раздельно от реализации овощей и фруктов, специальным инвентарем (ложками, вилками, щипцами и др.) в чистую тару.

Запрещается реализация соков на розлив в отделах овощей и фруктов.

На плодоовощных базах и в магазинах рекомендуется мытье корнеплодов и фасовка их в сетки и пакеты для реализации.

Продажа моющих, отбеливающих средств, стиральных порошков, паст допускается только в обособленных отделах крупных продовольственных магазинов, универсамов в условиях, исключающих возможность контакта их с пищевыми продуктами как в торговом зале, так и в складских помещениях.

**Список использованных источников**

1. Даненбург В, Тейлор Ф. Основы оптовой торговли. – М.: Сирин, МТ-Пресс, 2001. - 250 с.

2. Лебедева С. Н., Казиначикова Н. А., Гавриков А. В. Экономика торгового предприятия: Учебное пособие. – Мн.: Новое знание, 2001. – 240 с.

3. Организация и технология торговли: Учебник/ С. Н. Виноградова, О. В. Пигунова, С. П. Гурская и др.; Под общей редакцией С. Н. Виноградовой. – Мн.: Выш. Шк., 2002 – 460 с.

4. Платонов В. Н. Организация торговли: Учебное пособие. – Мн.: БГЭУ, 2002. - 287 с.

5. Правила торговли на рынках Республики Беларусь. Утверждено Постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 12 декабря 2003 г. № 1623 (в ред. постановлений Совмина от 07.04.2004 № 384, от 16.03.2005 № 285, от 22.06.2005 № 677, от 25.07.2005 № 815, от 02.08.2006 № 990).

6. Положение о приемке товаров по количеству и качеству Утверждено Постановлением Кабинета Министров Республики Беларусь от 26 апреля 1996 г. № 285 (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь 22 августа 2001 г. № 5/7505).

7. Санитарные правила для предприятий продовольственной торговли № 5781-91 от 04.04.1991 г.