

Гипер – и супермаркеты

Правовое регулирование:

- ПОСТАНОВЛЕНИЕ МИНИСТЕРСТВА ТОРГОВЛИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ 26 июня 2014 г. № 25 «Об утверждении Инструкции о порядке классификации розничных торговых объектов по видам и типам».
- ЗАКОН РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ 8 января 2014 г. N 128-3 «О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь».
- Приказ Министерства торговли Республики Беларусь от 29.12.2011 № 178 «Об утверждении Концепции реализации государственной политики в сфере внутренней торговли и общественного питания на 2011 - 2015 годы, Концепции реализации государственной политики в сфере бытового обслуживания населения на 2011 - 2015 годы и мероприятий по их выполнению».
- ПОСТАНОВЛЕНИЕ СОВЕТА МИНИСТРОВ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ 22 июля 2014 г. № 703 «Об утверждении Правил продажи отдельных видов товаров и осуществления общественного питания и Положения о порядке разработки и утверждения ассортиментного перечня товаров, ассортиментного перечня продукции общественного питания».

Идея постройки первого белорусского гипермаркета родилась в 1997 г. Его предполагалось соорудить на пересечении пр. Дзержинского и ул. Есенина в микрорайоне Малиновка. С такой инициативой выступили инвесторы из Польши. Был создан даже проект торгового комплекса, но этот проект так и не был воплощен, а первый Гипермаркет порадовал своим открытием покупателей только в 2005г (17 марта 2005 г., г. Минск).



Субъекты

продавец
(ИП,
юридическое
лицо)



покупатель

Супермаркет - магазин с торговой площадью от 650 до 4000 квадратных метров, в котором реализуется универсальный ассортимент продовольственных товаров и ограниченный ассортимент непродовольственных товаров методами самообслуживания, традиционного обслуживания, продажи товаров по предварительным заказам.



Гипермаркет — тип магазина, объединяющий в себе принципы организации магазина самообслуживания и магазина, разделенного на торговые отделы.



ГИПЕРМАРКЕТ

Гипермаркет - магазин с площадью более 4000 кв. м, в котором представлен широкий ассортимент товаров, в том числе продукты питания, одежда, обувь, бытовая техника, мебель, товары для дома и т.д.

Гипермаркет - магазин с площадью более 4000 кв. м, в котором представлен широкий ассортимент товаров, в том числе продукты питания, одежда, обувь, бытовая техника, мебель, товары для дома и т.д.

Гипермаркет - это магазин с площадью более 4000 кв. м, в котором представлен широкий ассортимент товаров, в том числе продукты питания, одежда, обувь, бытовая техника, мебель, товары для дома и т.д.

гипермаркет
продовольственный

гипермаркет
непродовольственный



Гипермаркеты обладают следующими признаками:

- это очень крупные предприятия розничной торговли, в которых представлен широкий и быстро обновляемый ассортимент как продовольственных товаров, так и товаров общего назначения;
- торговая площадь составляет не менее 4 000 м²;
- проводится политика низких цен и небольших наценок (система discount);
- продажа по системе самообслуживания с оплатой всех выбранных товаров сразу у кассы при выходе из магазина;
- наличие большой стоянки для автомобилей.

«В последние годы сфера торговли в Беларуси достаточно активно развивается, появляются такие крупные форматы, как гипер- и супермаркеты, причем в сегменте как продовольственных, так и не продовольственных товаров. И в этой связи крайне важно соблюсти баланс интересов предприятий торговли, поставщиков продукции и потребителей». **Ирина**

Наркевич

Покупатели обслуживаются в установленное время работы продавца.

Запрещается прекращать доступ покупателей в торговый зал в связи с приближением времени окончания работы продавца. За 10 минут до окончания времени работы продавец может предупредить покупателей о том, что время работы заканчивается и обслуживание покупателей прекращается в соответствии с режимом работы.

По окончании работы продавца кассовое оборудование прекращает работу в точном соответствии с установленным режимом работы продавца, за исключением случаев, предусмотренных в части четвертой настоящего пункта, а также при доставке товаров покупателю в оговоренные с ним место и время.

Все покупатели, находящиеся в торговом объекте в момент окончания его работы, должны быть обслужены.

Продавец обязан соблюдать законодательство Республики Беларусь о защите прав потребителей и обязательные требования, установленные техническими нормативными правовыми актами Республики Беларусь и техническими регламентами Таможенного союза.

Гипер- и супермаркеты должны соответствовать санитарно-эпидемиологическим, противопожарным, природоохранным и иным требованиям законодательства Республики Беларусь.

Работник продавца должен иметь нагрудный знак с указанием собственного имени и должности. По усмотрению продавца на нагрудном знаке также указываются фамилия и отчество (если таковое имеется) работника продавца. Работник продавца также должен иметь санитарную и (или) форменную одежду.

До поступления товаров в торговый зал или иное место их продажи продавец обязан произвести проверку качества товаров (по внешним признакам), осуществить отбраковку и сортировку товаров, проверить состояние их потребительской тары и наличие маркировки, документов о соответствии продукции требованиям технических нормативных правовых актов.

Отбор товаров покупателями в сумки, пакеты, портфели и иные подобные принадлежащие покупателям вещи не производится. Покупатели вправе производить отбор товаров в корзины для покупок, тележки для покупок и другие подобные средства, предоставляемые покупателям продавцом, предназначенные для транспортирования товаров покупателями при продаже товаров в магазинах самообслуживания.

Цена товаров, а также иные условия должны быть одинаковыми для всех покупателей, за исключением случаев, когда законодательством Республики Беларусь допускается предоставление льгот (скидок) для отдельных категорий покупателей.

Цена товаров указывается в белорусских рублях. При предоставлении скидок информация об их размере доводится до покупателей в процентном отношении к установленной цене товаров либо в абсолютном выражении в денежных единицах.

Продавец обязан обеспечить наличие ценников на товары с указанием наименования товаров, их сорта, массы и меры товаров, цены товаров за единицу массы, меры или единицу товаров, страны происхождения товаров, даты оформления ценника.

При проведении мероприятий, направленных на продвижение товаров (распродажи товаров, выставки-продажи товаров, предоставление скидок с цены товаров, другие мероприятия), ценник на товары может выделяться цветом, формой или другим способом, за исключением товаров, в целях стимулирования продажи которых проведение рекламных и иных подобных мероприятий законодательными актами Республики Беларусь запрещено.