



«ТОРГОВІ ДОМА,
ТОРГОВО-ПРОМИСЛОВІ
ПАЛАТИ, ФІРМОВІ І
КОМІСІЙНІ МАГАЗИНИ»

Торгові дома

Торговий дім – одна з ланок торговельної посередницької інфраструктури ринкової економіки. В міжнародному розумінні – це багатoproфільні фірми або компанії, які є асоціаціями торгових, виробничих підприємств, банків і бірж, аукціонів, рекламних і маркетингових компаній та посередницьких установ, що входять до асоціації на добровільній основі для здійснення діяльності як у власній країні, так і за її межами.



Суть діяльності торгового дому, як і будь-якого іншої торгово-посередницької структури, полягає в закупівлі товару у виробників чи оптових продавців своєї країни і перепродажу його за кордоном, та навпаки.



Діяльність торгового дому характеризується широким діапазоном: здійснення від свого імені та переважно за свій рахунок експортно-імпортних, товарообмінних (бартерних) та інших зовнішньоекономічних операцій; інвестування коштів у виробництво; здавання обладнання в лізинг; надання кредитів; надання послуг у сфері страхування, ремонту і обслуговування, складування, консультацій, інжинірингу, фінансів; торговий дім бере участь у торгах на біржах та в створенні спільних підприємств за участю іноземного капіталу. Діяльність торгового дому не обмежена однією групою товарів, які він продає.

Вони здійснюють операції за досить різноманітною номенклатурою товарів і послуг. Торгові дома сприяють міжнародній кооперації виробництва, науково-технічному співробітництву, виконують широке коло споріднених операцій, зокрема кредитно-фінансових, транспортно-експедиторських, страхових, маркетингових, беруть участь в інших формах зовнішньоекономічних зв'язків. Торгові дома добре знають свій ринок, потреби покупців, утримують торговельні склади та автопарки, забезпечують технічне обслуговування і постачання запчастин до імпортного обладнання.

ТОРГОВО-ПРОМИСЛОВІ ПАЛАТИ

Торгово-промислова

палата — торгово-промислова палата, недержавна неприбуткова самоврядна організація, яка об'єднує юридичних осіб.



Палати надають практичну допомогу підприємцям у здійсненні торгово-економічних операцій на внутрішньому і зовнішніх ринках, сприяє розвитку експорту товарів і послуг, для чого надають своїм членам широкий спектр професійних послуг, в тому числі консультаційні послуги з питань зовнішньої торгівлі і оцінці ринків, проводять незалежну експертизу товарів, проводять оцінку нерухомості, декларування зовнішньо-торгових вантажів (по узгодженням з митними органами), надають патентно-ліцензійні послуги, послуги по штриховому кодуванню товарів і інше. Палати надають українським і іноземним підприємцям ділову, юридичну інформацію, організують семінари, конференції, виставки в Україні і за кордоном, забезпечують ділові переговори з економічних питань, надають інші послуги для здійснення підприємницької діяльності.





При Палаті функціонують галузеві комітети підприємців, які проводять незалежну експертизу нормативно-правових актів, що регулюють підприємницьку і зовнішньо-економічну діяльність, а також з інших питань, що мають відношення до прав і інтересів підприємців; готують від імені членів Палати пропозиції органам державної влади по їх удосконаленню.

Фірмові і комісійні магазини

- Фірмовим магазином вважається роздрібне торговельне підприємство, засновником (засновниками) якого є суб'єкт (суб'єкти) господарювання, що випускає товари, і реалізує переважно товари засновника.
- Фірмовий магазин, як правило, створюється і діє в якості юридичної особи, здійснює роздільний від інших видів діяльності його засновників облік фінансово-господарських операцій, пов'язаних з діяльністю фірмового магазину.
- Фірмовий магазин може бути відкритий підприємством-виробником як за місцем знаходження засновника, так і в інших регіонах республіки, а також за її межами.

ROSHEN



- Фірмові магазини повинні реалізовувати переважно продукцію, вироблену засновником або отриману на таку продукцію. Вони є заключною ланкою товарного обігу. Саме тут дається реальна оцінка промисловістю виготовленої продукції, визначається її подальша доля на ринку. Розвиток мережі фірмових магазинів в умовах ринкової економіки обумовлено рядом причин. Одна з них – прагнення виробників товарів обзавестися власними каналами збуту продукції для отримання безпосередньої інформації про кон'юктуру ринку.



- Досвід показує, що успіх діяльності на ринку товарів народного споживання залежить від пізнання ключових проблем розвитку того чи іншого ринку (товарного, регіонального і т.п.).



- **Комісійний магазин** — заклад торгівлі, який приймає вживані (або нові) товари, техніку, одяг, цінності, антикваріат від власників з метою їх продажу і отримання від цього певної суми — комісії.
- В залежності від країни і історичного часу правила в комісійних магазинах можуть відрізнятися. Проте всюди і завжди розумілося, що одержувач (продавець), сплачує особі, яка володіє товаром частину доходів від продажу. Оплата не виконується до тих пір, поки цей товар не проданий. Відправник зберігає право власності на цей товар весь час, і може припинити домовленість в будь-який час, звернувшись з проханням про повернення товару.





- Комісійний магазин відрізняється від благодійного магазину, в якому початковий власник передає право власності на цей товар в якості благодійного пожертвування, а продавець зберігає за собою всі доходи від продажу. Він також відрізняється від ломбарду, в якому початковий власник може передати право власності з ради негайної виплати, або в обмін на позичку. В ломбарді початковий власник може повернути собі товар після погашення в встановлений час кредиту і процентів, або передати права власності на товар ломбардові.

Висновок

Торгівля - галузь господарства і вид економічної діяльності, спрямований на здійснення товарообміну, купівлі-продажу товарів, а також пов'язані з цим процеси: безпосереднє обслуговування покупців, доставка товарів, їх зберігання та підготовка до продажу.

Торгівля як вид діяльності відноситься до посередницьких послуг, вона розглядається як допоміжна ланка при русі товарів від виробників до покупців.

Торгові дома, фірмові та комісійні магазини відносять до елементів роздрібної торгівлі. В Україні на практиці існує недосконалість цього терміну. На відміну від оптової торгівлі товар, куплений в системі роздрібної торгівлі, не підлягає подальшому перепродажу, а призначений для безпосереднього використання.