

---

**Э.П. РУСЕЦКАЯ**

---

### **СЕРТИФИКАЦИЯ ТОРГОВЫХ УСЛУГ — ВАЖНЕЙШИЙ ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ИХ КАЧЕСТВА**

---

В мировой практике сертификация появилась в начале XX в. и вплоть до 20-х гг. проводилась только применительно к продукции, товарам. В последние годы прошлого столетия ее сферы расширились, стали осуществляться работы по сертификации услуг, систем качества и персонала.

В настоящее время большая часть всех работ в этой области в развитых странах приходится на сертификацию услуг. Это обусловлено, главным образом, двумя основными причинами.

Во-первых, в развитых странах в последние годы наблюдается стремительный рост потребления услуг. По данным ИСО, в 2001 г. объемы реализованных услуг в 3–4 раза превысили объем продаж товаров, и если потребители заинтересованы в безвредных и качественных товарах, то, естественно, в неменьшей степени они думают о безопасности и качестве услуг, которые обеспечивает им сертификация.

Во-вторых, предприятия сервиса также заинтересованы в сертификации как средстве повышения конкурентоспособности. По данным ЮНЕСКО, в 2001 г. 67 % трудящегося населения были заняты в сфере услуг. На рынке услуг наблюдается жесткая конкуренция, а сертификация является важнейшим средством повышения конкурентоспособности.

Таким образом, и потребители, и индустрия сервиса нуждаются в сертификации. Однако работы, связанные с ней, начали развиваться лишь в середине 90-х гг., когда появились предпосылки для их выполнения.

Сертификация услуг, в том числе и торговых, специфична. Услуги нельзя упаковать, сохранить, они неотделимы от источника, субъективны и т.п. Кроме того, до последнего времени не было ни четкой классификации, ни терминологии, ни стандартов в сфере услуг.

В мировой практике услуга ориентирована на прибыль. Существует модель достижения прибыли в сфере услуг. Она основана на идее, что удовлетворенность потребностей клиентов повышает качество оказываемых услуг и в конечном счете дает высокую прибыль.

Сейчас трудно представить современное торговое предприятие без широкой номенклатуры услуг, без гарантированных удобств покупателям. Обеспечить выбор нужного товара, продемонстрировать его в действии, доставить покупку, установить технически сложные товары и т.п. — все это слагаемые культуры торгового обслуживания.

При этом, наряду с количественным ростом оказываемых торговых услуг, не менее важное значение имеет повышение их качества.

К сожалению, не все торговые предприятия Беларуси оказывают полный перечень услуг, да и качество их оставляет желать лучшего.

Повышение качества услуг в торговле — задача сложная. Во многом она может быть решена с помощью сертификации.

Работы по сертификации услуг в Республике Беларусь только начинаются. Уже разработана директивная (законы “О защите прав потребителей” и “О сертификации продукции, работ и услуг”) и методическая (Национальная система сертификации) базы сертификации услуг. По отдельным видам услуг разработаны стандарты. Созданы органы и службы, и соответственно начались работы по

сертификации (ремонт автотранспортных средств, туризм, гостиничное хозяйство, парикмахерские услуги).

По торговым услугам, самым массовым и востребованным, сделаны первые шаги по сертификации — произведено их лицензирование. Однако проверки, проводимые работниками Госнадзора, ОБЭП, Госторгинспекции, Госэпидемнадзора и другими, показывают, что на торговых предприятиях постоянно нарушаются требования законов “О защите прав потребителей”, “О сертификации продукции, работ и услуг”, “О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения” и постановлений правительства Республики Беларусь.

В первую очередь для сертификации услуг требуется разработка стандартов в области торговых услуг. В России уже введена сертификация торговых услуг и разработаны стандарты.

1. ГОСТ Р 51303-99 Торговля. Термины и определения. В этом документе установлены 148 терминов и определений в области торговли (в том числе “ассортимент”, “простой ассортимент”, “сложный ассортимент”, “качество” и т.п.), которые должны использоваться во всех видах документов.

2. ГОСТ Р 51304-99 Услуги розничной торговли. Общие требования. В частности, в этом документе предусматривается следующая классификация торговых услуг:

- реализация товаров,
- оказание помощи покупателю в совершении и использовании покупки,
- информационно-консультационные услуги,
- создание удобств покупателям.

Обязательной сертификации подлежит только услуга по реализации товаров, которая, в свою очередь, классифицируется:

- по форме продажи,
- по типу торгового предприятия,
- по способу продажи.

Перечень услуг, оказываемых предприятием торговли, формируется в соответствии с ассортиментом товаров, специализацией магазина, его местонахождением, спецификой контингента покупателей и совместимостью оказываемых услуг.

Услуги торговли должны отвечать требованиям социального назначения, функциональной принадлежности, эргономики, эстетики, технологичности, безопасности и охраны окружающей среды. При добровольной сертификации, кроме этого, по инициативе заявителя могут сертифицироваться и другие показатели.

3. ГОСТ Р 51305-2001 Розничная торговля. Требования к обслуживающему персоналу. В этом документе четко перечислены все категории персонала торговых предприятий, приводятся общие требования к персоналу, а также установлены требования к должностям и профессиям обслуживающего персонала (всего 10 категорий).

4. ГОСТ 51773-2001 Розничная торговля. Классификация предприятий.

В этом стандарте приведена классификация торговых предприятий в зависимости от размера торговых площадей и применяемых форм обслуживания. Четко перечислены признаки, по которым определяют тип торговых предприятий. Установлены общие требования к предприятиям розничной торговли.

Применение вышеназванных стандартов в качестве нормативной базы для сертификации (по аналогии с туристическими услугами) позволяет приступить к сертификации торговых услуг в Беларуси. Введение обязательной сертификации торговых услуг, безусловно, позволит улучшить качество обслуживания покупателей и усилить защиту их прав, так как на сертифицированных предприятиях торговли гарантируется безопасность оказываемых услуг для жизни, имущества и здоровья покупателей.

Предприятия торговли, сертифицировавшие услуги по добровольной форме, станут конкурентоспособными в рыночной среде и смогут рассчитывать на доверие покупателей, что будет способствовать улучшению их коммерческой деятельности.