

УСЛУГИ ТОРГОВЛИ И НЕОБХОДИМОСТЬ ИХ СЕРТИФИКАЦИИ

Мировой опыт показывает, что характерной особенностью рыночной экономики большинства развитых стран является ускоренное развитие рынка услуг. За последние 10 лет рынок услуг возрастал в 2—2,5 раза быстрее, чем рынок товаров народного потребления. В результате удельный вес услуг в национальном доходе многих стран достигает свыше 60, а в США — более 70 %.

В нашей стране сфера услуг также развивается ускоренными темпами по сравнению с развитием производства. Так, если в 1990 г. удельный вес производства товаров в валовом внутреннем продукте составлял 68,9, то в 2000 г. он снизился до 45,2 %, в то время как производство услуг возросло соответственно с 28,5 до 42,4 %.

Очевидно, что и в будущем темпы роста сферы услуг будут постоянно обгонять темпы роста промышленного производства. В этих условиях важное значение для торговли приобретают вопросы не только качества и ассортимента товаров, но и качества предоставляемых услуг, в том числе качество труда торговых работников, т.е. вопросы сертификации товаров и торговых услуг. Несомненно, что в условиях конкурентной борьбы в торговле культура и качество услуг играют все более важную, а иногда и решающую роль при покупке товара.

Это недооценивают многие «новые» владельцы торговых предприятий, которые в погоне за быстрой прибылью идут на резкое снижение издержек обращения по реализации товаров и организации обслуживания, оправдывая это экономическими трудностями, большими налогами и т.п.

Данные Госторгинспекции Комитета государственного контроля Беларуси свидетельствуют о том, что в торговле имеют место случаи продаж некачественных товаров без сертификата, опасных для здоровья, с просроченными сроками реализации, несоблюдения санитарных требований к товарам и работникам, массовые нарушения правил торговли.

Как руководители, так и рядовые работники во многих случаях не имеют элементарных профессиональных знаний.

Материально-техническая база многих предприятий не соответствует техническим, санитарным и другим требованиям культуры торговли.

Чтобы уменьшить влияние этих негативных моментов, требуется сертификация не только товаров, но и большинства торговых услуг. Целью такой сертификации является обеспечение прав покупателей на безопасность услуги для его здоровья и жизни, а также окружающей среды; обеспечение соответствия услуги стандартам; защита покупателя от недобросовестных торговых работников.

Основными направлениями или объектами сертификации могут быть товары, торговые предприятия, торговое обслуживание, а также торговый персонал.

Что касается сертификации товаров, то здесь многое сделано органами Госстандарта РБ. Каждый товар, реализуемый на рынке, должен иметь сертификат или другой, удостоверяющий качество, документ.

Сущность сертификации торговых предприятий заключается в разработке оптимальных с точки зрения технологии, культуры торговли и эффективности типов магазинов. В настоящее время действует явно устаревшая номенклатура типов магазинов, в результате чего в вопросах типиза-

ции и специализации торговой сети, ее размещения — полная неразбериха и самостоятельность владельцев.

Разработка и принятие новой номенклатуры — важнейший шаг в сертификации торговых предприятий, упорядочении их развития и размещения.

Сертификация торгового обслуживания заключается в разработке правил торговли вообще, правил продажи отдельных товаров, разработке ассортиментных перечней и перечней дополнительного обслуживания и т.д.

К сожалению, не по всем товарным группам разработаны и действуют правила продажи, что вынуждает работников торговли пользоваться устаревшими документами, требуется издание новых правил по разработке ассортиментных перечней и дополнительного обслуживания и других нормативных документов.

Один из важнейших объектов сертификации — это торговый персонал. Сегодня в торговлю хлынуло огромное количество людей, не имеющих элементарного профессионального образования, вследствие чего уровень культуры торгового обслуживания резко снизился. Продавцы и владельцы магазинов во многих случаях не знают качества и свойств товаров, психологии покупателей, правил торговли и других азов торговли.

В связи с этим требуется разработка стандарта для торговли “Торговый персонал”, в котором были бы определены требования к знаниям и умениям отдельных категорий работников.

В основе сертификации торговых услуг должна лежать определенная нормативная база. По нашему мнению, основными стандартами на услуги торговли могут быть такие документы, как “Закон о торговле”, “Закон о защите прав потребителей”, “Торговля. Термины и определения”, “Номенклатура типов магазинов”, “Услуги торговли. Требования”, “Торговля. Методы испытаний безопасности и качества услуг”, “Торговля. Требования к обслуживающему персоналу” и другие правила и нормативные акты.

Но основное место должно быть отведено разработке “Закона о торговле Республики Беларусь”, в котором должны быть отражены основные нормативные требования к торговой отрасли в целом и на основе которого разрабатывались бы другие нормативные документы, без их наличия белорусская торговля не сможет развиваться цивилизованным путем и вливаться в международную торговлю.

По нашему мнению, всю работу и политику по сертифицированию торговых услуг целесообразно проводить из единого центра, который может быть создан при Министерстве торговли республики. Практика работы такого учебно-методического центра по сертифицированию в Российской Федерации показала весьма высокую эффективность в деле разработки нормативной документации для торговли.

*И.И. Полещук
БГЭУ (Минск)*

ТЕНДЕР КАК ФОРМА КОНКУРЕНТНОГО ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

Одной из особенностей рынка продукции производственно-технического назначения, как в международной, так и национальной торговле является широкое использование торгов (тендеров), в ходе которых формируется окончательная конкурентная цена. Технология проведения тендеров способна обеспечить наибольшую эффективность использования собственных и заемных ресурсов, т.е. получение необходимого результата при ми-