

дах торгующих организаций. Особенно нежелательны изменения уровня качества скрытого характера. Так, игрушки в процессе неправильного хранения подвергаются старению, теряется блеск, тускнеют, часто происходит изменение самой пластмассы с выделением токсичных материалов. Именно эти изменения незаметны для большинства потребителей и проявляются только в процессе эксплуатации.

В литературных источниках и НТД имеются расхождения в определении факторов, влияющих на сохранение качества игрушек в процессе товародвижения. Отсутствует четкая регламентация показателей механического воздействия в процессе штабельного давления, отдельных толчков и сотрясений. Штабельное давление должно регламентироваться в зависимости от материала и конструкционной особенности игрушек.

<http://edoc.bseu.by>

*Э.П. Русецкая
БГЭУ (Минск)*

СЕРТИФИКАЦИЯ ТОРГОВЫХ УСЛУГ — ВАЖНЫЙ ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ИХ КАЧЕСТВА

В настоящее время в мировой практике большая часть работ по сертификации приходится на сертификацию услуг. Это обусловлено следующими причинами. Во-первых, в последние годы стремительными темпами увеличиваются объемы оказываемых услуг, которые примерно в 3 раза превышают объемы продаж товаров. В этих условиях, естественно, потребители услуг заинтересованы в безопасности и качестве услуг, что обеспечивает сертификация. С другой стороны, в развитых странах мира примерно 60 % трудящихся работают в сфере услуг. В силу значительной конкуренции предприятия сервиса заинтересованы в сертификации с целью повышения конкурентоспособности.

В зарубежной практике услуга ориентирована на прибыль. Существует модель достижения прибыли в сфере услуг. Она основана на идее, что удовлетворенность персонала работой ведет к лучшему удовлетворению потребностей клиентов, повышает качество оказываемых услуг и дает высокую прибыль.

Сейчас трудно себе представить современное торговое предприятие без широкой номенклатуры услуг, без гарантированных удобств покупателей. Обеспечить выбор нужного товара, продемонстрировать его в действии, доставить покупку, установить технически сложные товары — все это слабые 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 Республики Беларусь оказывают полную номенклатуру услуг, да и качество их желает лучшего. Повышение качества услуг в торговле — задача сложная, и во многом она может быть решена с помощью сертификации.

При сертификации торговых услуг предусматривается следующая классификация данного вида услуг:

- реализация товаров;
- оказание помощи при покупке товаров;
- информационно-консультативные услуги;

– создание услуг покупателю.

Обязательной сертификации, как предполагается, будет подлежать только услуга по реализации товаров.

При добровольной сертификации, кроме этой, по инициативе заявителя могут проверяться и другие.

При сертификации торговых услуг предполагается использовать 3 и 4 схемы сертификации услуг.

Должны быть разработаны стандарты, на основе которых будет проводиться сертификация.

В Республике Беларусь делаются определенные шаги в области сертификации услуг, в том числе и услуг торговли. Уже разработаны директивная и методическая базы для сертификации торговых услуг. Первым шагом в этом направлении является лицензирование торговых услуг. Но проверки, проводимые работниками Госнадзора, ОБЭП, Госторгинспекции, Госэпидемнадзора и других организаций, показывают, что на торговых предприятиях постоянно нарушаются законы (“О защите прав потребителей”, “О сертификации продукции работ и услуг”, “О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения” и др.) и постановления правительства Республики Беларусь.

Введение обязательной сертификации торговых услуг позволит улучшить качество обслуживания покупателей и усилить защиту их прав, так как на сертифицированных предприятиях гарантируется безопасность оказываемых услуг для жизни, здоровья покупателей. Предприятия, сертифицировавшие свои услуги, станут конкурентоспособными в рыночной среде и смогут рассчитывать на доверие покупателей, что будет способствовать улучшению их коммерческой деятельности.

*Н.Е. Свирейко
БГЭУ (Минск)*

КАЧЕСТВО И ИДЕНТИФИКАЦИЯ МАСЛОЖИРОВЫХ ПРОДУКТОВ

Качество производимых и реализуемых масложировых продуктов является одной из актуальных проблем, так как данная продукция (растительные масла, маргарин, майонез и др.) входит в группу социально значимых товаров повседневного спроса и может оказывать существенное воздействие на здоровье населения. Масложировая продукция должна отвечать ряду требований: иметь сбалансированный жирнокислотный состав; содержать минимальное количество холестерина и трансизомеров жирных кислот; иметь приемлемые внешний вид, консистенцию, вкус и запах; быть безопасной и экономически выгодной для потребителя.

Стремление к здоровому образу жизни, к сбалансированному питанию заставляет потребителя более внимательно относиться к качественному составу жировых продуктов, обозначенному на этикетке. В этой связи заслуживают внимания представленные на белорусском рынке новые виды продукции — “масло мягкое” (“Станичное”, “Маслице”, растительное мягкое “Мама”, “Ланна” и др.) и “масло легкое” (“Бутербродное” и др.). По названию сложно определить, что это за продукты — маргарины, сливочное масло с добавками растительных жиров или, наоборот, растительные жиры в сочетании с животными. Как правило, “мягкие масла” отличаются