

циальному статусу заявили о себе 17 % рабочих, 24 % служащих, 7,3 % работников сельского хозяйства, 11,3 % студентов, 22 % предпринимателей, 7,3 % пенсионеров и 11 % безработных. Основными покупателями телевизоров являются молодые люди в возрасте до 40 лет.

Таким образом, из приведенных данных видно, что телевизионный рынок Республики Беларусь сегодня достаточно динамичный, быстро развивается и совершенствуется, с хорошим и устойчивым покупательским спросом, в целом, с хорошими перспективами.

<http://edoc.bseu.by>

В.В. Евдокимова,
студентка БГЭУ (Минск)

СЕРТИФИКАЦИЯ ТОРГОВЫХ УСЛУГ

В настоящее время в современном мире все больше внимания уделяется сертификации услуг, в том числе и розничной торговле.

Сертификация торговых услуг осуществляется в целях создания условий для деятельности предприятий, учреждений, организаций и предпринимателей на едином рынке услуг Республики Беларусь, а также для участия в международном экономическом, научно-техническом сотрудничестве и международной торговле; защиты потребителя от недобросовестности исполнителя; контроля безопасности услуг для окружающей среды, здоровья, жизни и имущества; подтверждение показателей качества торговых услуг, заявленных исполнителем.

В последние годы в развитых государствах мира все более широко практикуется сертификация в сфере обслуживания. Объясняется это, в первую очередь, тем, что наметилась новая тенденция, выражающаяся в быстро увеличивающихся масштабах потребления услуг, которые по объемам реализации в 2—3 раза превышают рост продаж товаров.

В Республике Беларусь сертификацию услуг торговли предлагается проводить по четырем схемам:

1 схема включает аттестацию исполнителя услуг и инспекционный контроль;

2 схема — аттестация исполнителя услуг, проверка результата услуги и инспекционный контроль;

3 схема — аттестация исполнителя услуг, оценка (проверка) производственного процесса услуги, проверка результата услуги и инспекционный контроль;

4 схема — сертификация системы качества обслуживания, проверка результата услуги, инспекционный контроль.

С целью изучения спроса на торговые услуги, степень удовлетворения потребности в них, качества обслуживания в магазинах, а также необходимости сертификации торговых услуг был проведен опрос населения в виде анкетирования, проанализировав который, можно сделать следующие выводы: из 100 % опрошенных 75 % женщин, из которых 30 % работников торговли.

На вопрос: “Слышали ли Вы о сертификации торговых услуг” утвердительно ответили 73 % опрошенных, но при этом 42 % считают, что сертификация торговых услуг — это установление уполномоченным органом власти соответствия качества торговых услуг стандартам, 21 % не знают, что это такое, и только 35 % считают, что это деятельность по подтверждению соответствия торговых услуг установленным требованиям.

Все опрошенные работники торговли предполагают, что сертификация дает повышение конкурентоспособности, 13 % считает, что сертификация торговых услуг дает облегчение работы и 11 % — повышение производительности труда.

Интересным моментом является то, что потребители предпочитают покупать непродовольственные товары в универсамах (43 %) и в специализированных магазинах (24 %), также нельзя исключить и то, что 18 % предпочитают покупать товары на рынках. Но при этом обслуживание в магазинах устраивает только 9 % опрошенных, 70 % — не всегда устраивает и 20 % — вообще не нравится обслуживание. Следовательно, для того чтобы привлечь покупателей в магазин необходимо повышать качество обслуживания, тем более, что 77 % опрошенных хотели бы увеличить количество предлагаемых им услуг розничной торговли, и 60 % согласны платить за предоставляемые услуги, считая, что “за все в этой жизни нужно платить”.

Так как 70 % опрошенных — жители г. Минска, то необходимо в пределах города найти способы доведения информации о сертификации услуг розничной торговли, так как торговые услуги в последнее время являются самыми востребованными и приобретают массовый характер.