ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО

ПО ТЕХНИЧЕСКОМУ РЕГУЛИРОВАНИЮ И МЕТРОЛОГИИ

НАЦИОНАЛЬНЫЙ СТАНДАРТ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ГОСТ Р 51304— 2009

УСЛУГИ ТОРГОВЛИ

Общие требования

Издание официальное

Москва
Стандартинформ
2019

gost.e-ecolog.ru

Предисловие

1 РАЗРАБОТАН Открытым акционерным обществом «Всероссийский научно-исследовательский институт сертификации» (ОАО «ВНИИС») при участии Общества с ограниченной ответственностью ООО «ИКС 5 Ритейл Групп»

2 ВНЕСЕН Техническим комитетом по стандартизации ТК 347 «Услуги торговли и общественного питания»

3 УТВЕРЖДЕН И ВВЕДЕН В ДЕЙСТВИЕ Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 15 декабря 2009 г. № 769-ст

4 ВЗАМЕН ГОСТ Р 51304—99

5 ПЕРЕИЗДАНИЕ. Октябрь 2019 г.

*Правила применения настоящего стандарта установлены в статье 26 Федерального закона от 29 июня 2015 г. № 162-ФЗ «О стандартизации в Российской Федерации». Информация об изменениях к настоящему стандарту публикуется в ежегодном (по состоянию на 1 января текущего года) информационном указателе «Национальные стандарты», а официальный текст изменений и поправок — в ежемесячном информационном указателе «Национальные стандарты». В случае пересмотра (замены) или отмены настоящего стандарта соответствующее уведомление будет опубликовано в ближайшем выпуске ежемесячного информационного указателя «Национальные стандарты». Соответствующая информация, уведомление и тексты размещаются также в информационной системе общего пользования — на официальном сайте Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии в сети Интернет (*gost.e-ecolog.ru

© Стандартинформ, оформление, 2010, 2019

Настоящий стандарт не может быть полностью или частично воспроизведен, тиражирован и распространен в качестве официального издания без разрешения Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии

НАЦИОНАЛЬНЫЙ СТАНДАРТ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

УСЛУГИ ТОРГОВЛИ

Общие требования

Services of trade. General requirements

Дата введения — 2011—01—01

1 Область применения

Настоящий стандарт устанавливает виды услуг торговли, общие требования к качеству услуг, требования безопасности услуг, оказываемых в сфере торговли.

2 Нормативные ссылки

В настоящем стандарте использованы нормативные ссылки на следующие стандарты. Для датированных ссылок применяют только указанное издание ссылочного стандарта, для недатированных — последнее издание (включая все изменения).

ГОСТ 31984 Услуги общественного питания. Общие требования

ГОСТ Р 51303 Торговля. Термины и определения

ГОСТ Р 52113 Услуги населению. Номенклатура показателей качества

Примечание — При пользовании настоящим стандартом целесообразно проверить действие ссылочных стандартов в информационной системе общего пользования — на официальном сайте Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии в сети Интернет или по ежегодному информационному указателю «Национальные стандарты», который опубликован по состоянию на 1 января текущего года, и по выпускам ежемесячного информационного указателя «Национальные стандарты» за текущий год. Если заменен ссылочный стандарт, на который дана недатированная ссылка, то рекомендуется использовать действующую версию этого стандарта с учетом всех внесенных в данную версию изменений. Если заменен ссылочный стандарт, на который дана датированная ссылка, то рекомендуется использовать версию этого стандарта с указанным выше годом утверждения (принятия). Если после утверждения настоящего стандарта в ссылочный стандарт, на который дана датированная ссылка, внесено изменение, затрагивающее положение, на которое дана ссылка, то это положение рекомендуется применять без учета данного изменения. Если ссылочный стандарт отменен без замены, то положение, в котором дана ссылка на него, рекомендуется применять в части, не затрагивающей эту ссылку.

3 Термины и определения

В настоящем стандарте применены термины по ГОСТ Р 51303, а также следующие термины с соответствующими определениями:

3.1 **услуга торговли:** Результат непосредственного взаимодействия продавца и покупателя, а также собственная деятельность продавца по удовлетворению потребностей покупателя при купле-продаже товаров.

3.2 **услуга розничной торговли:** Результат непосредственного взаимодействия продавца и покупателя, а также собственная деятельность продавца по удовлетворению потребностей покупателя в приобретении товаров для личного, семейного, домашнего использования, не связанного с предпринимательской деятельностью, по договору купли-продажи.

3.3 **услуга оптовой торговли:** Результат непосредственного взаимодействия продавца и оптового покупателя, а также собственная деятельность продавца по удовлетворению потребностей покупателя при приобретении товаров для последующей их перепродажи или профессионального использования.

Издание официальное

3.4 **продажа товаров, реализация товаров:** Передача покупателю товаров на определенных условиях.

3.5 **безопасность услуги торговли:** Комплекс свойств услуги, проявление которых при обычных условиях ее оказания не подвергает недопустимому риску жизнь, здоровье и имущество потребителя.

3.6 **предприятие торговли:** Объект хозяйственной деятельности, осуществляющий с использованием процессов, оборудования и технологий продажу товаров, выполнение работ и оказание услуг торговли покупателям для их личного, семейного, домашнего использования (предприятие розничной торговли) или для последующей перепродажи товаров или профессионального использования (предприятие оптовой торговли).

Примечание — Термины и определения: торговая деятельность, оптовая торговля, розничная торговля, торговый объект — применены в значении, установленном Федеральным законом «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» [1].

4 Виды услуг торговли

4.1 Услуги торговли включают услуги розничной торговли и услуги оптовой торговли.

4.2 Процесс оказания услуг торговли состоит из следующих основных этапов: выявление спроса и формирование ассортимента товаров, приемка товаров, обеспечение хранения товаров, предпродажная подготовка товаров, выкладка товаров, предложение товаров покупателю (показ, демонстрация, примерка, взвешивание), организация расчета с покупателем, отпуск товара покупателю.

4.3 Услуги розничной торговли включают в себя:

- реализацию товаров.

Примечание — Реализацию товаров осуществляют на предприятиях торговли и вне предприятий торговли;

- оказание помощи покупателю в приобретении (покупке) товаров и при их использовании и применении;
- информационно-консультационные (консалтинговые) услуги;
- дополнительные услуги по созданию удобств покупателям в приобретении (покупке) товаров.

4.4 Услуги оптовой торговли включают в себя:

- складские операции;
- реализацию товаров;
- оказание помощи оптовым покупателям в приобретении (покупке) товаров;
- информационно-консультационные (консалтинговые) услуги;
- дополнительные услуги.

4.5 Реализация товаров на предприятиях розничной торговли включает в себя следующие основные операции:

- ознакомление покупателей с товарами;
- показ или демонстрацию товаров или образцов товаров покупателям;
- консультации покупателей;
- выбор товаров покупателями;
- организацию расчета за товары;
- упаковку купленных товаров;
- выдачу купленных товаров;
- доставку купленных товаров по заказу покупателей.

4.5.1 Реализацию товаров осуществляют на предприятиях торговли различных видов и типов с учетом их специфики и ассортимента товаров.

4.5.2 Расчет с покупателями за купленные товары может осуществляться за наличные денежные средства, безналичным способом, в том числе с применением кредитных карт. При расчете продажной цены за купленные товары учитывают наличие у покупателей дисконтной карты и подарочного сертификата.

4.6 Реализация товаров вне предприятий торговли включает:

- реализацию товаров торговыми агентами;
- реализацию товаров дистанционным способом;
- реализацию товаров через торговые автоматы;
- развозную торговлю;

- разносную торговлю;
- другие формы интерактивной продажи.

4.6.1 Дистанционный способ реализации товаров осуществляется посредством ознакомления покупателя с предложенным продавцом описанием товаров, содержащимся в каталогах, проспектах, буклетах, а также посредством электронных средств массовой информации, средств связи (теле-, радиореклама, телемагазин, почтовая связь, интернет-торговля, электронный магазин) или иными способами, исключающими возможность непосредственного ознакомления покупателя с товаром либо образцом товара. Дистанционный способ реализации товаров предполагает оказание услуг по доставке товаров путем их пересылки покупателям почтовыми отправлениями (почтовая и посылочная торговля) или иными способами.

4.7 К услугам по оказанию помощи в приобретении (покупке) товаров и при их использовании и применении относят:

- прием и исполнение предварительных заказов на товары, имеющиеся в продаже (оформление заказов непосредственно на предприятии торговли, по телефону или иным способом вне предприятия торговли);
- прием и исполнение предварительных заказов на товары, временно отсутствующие в продаже (оформление заказов непосредственно на предприятии торговли, по телефону или иным способом вне предприятия торговли);
- комплектование заказов на товары и их упаковку;
- предоставление кабин для примерки товаров;
- организацию доставки товаров покупателям на дом или к месту заказа;
- упаковку купленных товаров;
- демонстрацию в действии принципиально новых товаров;
- демонстрацию моделей одежды;
- подгонку по фигуре покупателя и мелкую переделку купленной одежды, раскрой купленных тканей, подшив штор;
- организацию послепродажного обслуживания купленных товаров, в том числе организацию работ по подключению, наладке и пуску в эксплуатацию технически сложных товаров на дому или в офисе у покупателя, услуги по сборке и установке мебели и других товаров;
- предоставление кабины или салона с оборудованием для прослушивания аудиокассет, просмотра продаваемых видеокассет, компьютерных дисков, дисков CD и пр.;
- растяжку купленных обуви и головных уборов;
- подгонку браслетов к часам.

4.8 К информационно-консультационным (консалтинговым) услугам относят:

- предоставление информации о товарах и их изготовителях, об оказываемых услугах, в том числе аудио- и видеосредствами;
- консультации специалистов по реализации товаров отдельных видов, в том числе по их назначению и применению;
- консультации дизайнеров по интерьеру, косметологов, диетологов и пр.;
- услуги по рекламированию товаров, включая проведение рекламных презентаций товаров (показ товаров, дегустация продуктов питания);
- организацию дегустаций новых продуктов питания и продовольственных товаров отдельных видов;
- обучение покупателей правилам пользования технически сложными товарами на дому или в офисе;
- проведение выставок и ярмарок по продвижению и реализации товаров отдельных видов.

4.9 Предприятия торговли могут организовывать оказание дополнительных услуг, связанных с созданием удобств покупателям в приобретении (покупке) товаров, например:

- организацию мест (зон) отдыха покупателей;
- организацию комнаты матери и ребенка;
- организацию досуга детей, в том числе детских игровых комнат для детей;
- организацию справочных бюро (в крупных предприятиях торговли);
- организацию питания покупателей;
- реализацию продуктов питания с организацией потребления на месте;
- гарантированное хранение купленных товаров;
- гарантированное хранение вещей покупателей (услуги гардероба);

- предоставление организованной стоянки (парковки) для автомобилей покупателей и другие услуги;

- организацию стоянок такси на территории крупных торговых объектов;

- организацию оказания бытовых услуг и др.

4.10 Услуги общественного питания, оказываемые на территории торговых объектов, должны соответствовать требованиям ГОСТ 31984 и Правилам оказания услуг общественного питания [2]. Бытовые и другие услуги, оказываемые на территории торговых объектов, должны соответствовать Правилам бытового обслуживания населения [3], другим отраслевым правилам оказания услуг и действующим стандартам на однородные бытовые услуги (услуги парикмахерских, услуги связи, фотоуслуги, транспортные услуги и т. п.).

4.11 Перечень услуг торговли, оказываемых предприятиями торговли, может быть расширен администрацией в зависимости от ассортимента реализуемых товаров с учетом специализации и местонахождения торгового объекта, специфики обслуживаемого контингента и совместимости услуг.

5 Общие требования к услугам торговли

5.1 Услуги торговли должны отвечать требованиям:

- социального назначения;
- функциональной пригодности;
- информативности;
- эргономичности;
- безопасности;
- эстетичности;
- культуры обслуживания.

5.2 Требование социального назначения услуг торговли предусматривает:

- обеспеченность услугами торговли и доступность для потребителей различных категорий;

- соответствие услуг торговли ожиданиям потребителей, включая ассортимент предлагаемой продукции, метод и форму обслуживания, профессиональный уровень обслуживающего персонала, номенклатуру оказываемых услуг;

- наличие в правилах обслуживания определенных льгот и условий для потребителей приоритетных категорий (дети, инвалиды и люди с ограниченными физическими возможностями и др.).

Социальную адресность услуг торговли учитывают при проектировании здания и помещений торгового объекта, установлении режима работы, выборе метода обслуживания, формировании ассортимента товаров и др.

5.3 Требование функциональной пригодности услуг торговли предусматривает:

- точность и своевременность оказания услуг, включая соблюдение установленного режима работы торгового объекта, соблюдение ассортиментного перечня товаров, соответствие времени оказания услуг, времени ожидания заказа установленным требованиям предприятий, точность выписки счета и оформления кассового чека и др.;

- наличие товаров надлежащего качества;

- обеспечение условий для выбора потребителем товаров и услуг различных видов;

- соответствие обслуживающего персонала профессиональному назначению, в том числе компетентность и квалификацию персонала, умение общаться с потребителями, знание и соблюдение профессиональной этики поведения.

5.4 Требование информативности предусматривает наличие необходимой достоверной информации об услугах и товарах, номенклатуре услуг и ассортименте товаров, исполнителе услуг, о правилах и условиях оказания услуг, в том числе о правилах продажи товаров и правах покупателей. Требования к содержанию информации для потребителей определяются законодательством [4] и правилами продажи товаров отдельных видов [5].

5.5 Требование эргономичности услуг торговли предусматривает:

- комфортность и удобство покупателей при приобретении товаров, включая удобное размещение товаров (выкладку) в торговых залах, входов, выходов, секций, оборудования, мебели, наличие лифтов, эскалаторов и тервалаторов и др.;

- гигиенические требования к уровню освещенности, вентилируемости, запыленности, шума, температуры в торговом зале, к персоналу, к содержанию помещений, рабочих мест, оборудования и т. п.;

- доступность информации возможностям восприятия покупателями.

5.5.1 Размещение товаров (выкладка товаров) должно обеспечивать товарный вид, доступность, удобство, наглядность, четкое разграничение товаров различных групп. Товары группируют по видам и назначению, изготовителям, брендам, спросу, тематике.

5.6 Требование эстетичности услуг торговли предусматривает стилевое единство, целостность композиции и художественной выразительности, гармоничность дизайна, в том числе для архитектурно-планировочных решений помещений и интерьера предприятия торговли; оформления фасада здания, вывески, рекламных материалов, фирменных знаков и указателей, оформления витрин, выкладки товаров, организации рабочих мест и оформления внешнего вида персонала.

5.7 Требование культуры обслуживания предусматривает профессионализм и этику поведения обслуживающего персонала и включает такие характеристики, как вежливость, компетентность, доступность персонала для покупателей, уровень мастерства и комфорта.

5.8 Требования безопасности услуг торговли и охраны окружающей среды изложены в разделе 6.

6 Требования безопасности услуг торговли

6.1 При оказании услуг торговли должны обеспечиваться безопасные условия для жизни и здоровья покупателей, сохранность их имущества, соблюдаться действующие правила продажи товаров, установленные нормативными правовыми актами Российской Федерации, и требования нормативных документов федеральных органов исполнительной власти в части безопасности [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10].

6.2 На предприятиях торговли должен быть размещен на видном месте план эвакуации покупателей в чрезвычайных ситуациях и предусмотрен вызов экстренных служб (милиции, скорой помощи, пожарной службы).

6.3 Безопасность реализуемых товаров должна обеспечиваться в процессе оказания услуг торговли, а именно: при приемке товаров, их хранении, подготовке к продаже, выкладке и отпуске покупателям, а также в процессе реализации.

6.4 При оказании услуг торговли должны обеспечиваться требования охраны окружающей среды, в том числе к территории, техническому состоянию и содержанию помещений, системам вентиляции, водоснабжения, канализации и другим факторам согласно положениям национальных стандартов системы безопасности труда (СБТ). Процесс оказания услуг торговли не должен оказывать негативного воздействия на окружающую среду.

7 Методы оценки и контроля качества услуг торговли

7.1 Качество услуг торговли на различных этапах их оказания оценивается в соответствии с требованиями ГОСТ Р 52113.

7.2 Оценку и контроль качества исполнения услуг торговли осуществляют с помощью экспертного и социологического методов.

7.2.1 Экспертный метод предполагает проведение оценки исполнителей услуг торговли на основе опроса и анализа суждений (качественных и количественных оценок) экспертов, специалистов отрасли, в том числе руководителей, менеджеров организаций, а также проверки документов исполнителя услуг торговли. Экспертный метод включает анализ данных измерений показателей условий оказания услуг торговли — микроклимата, уровней шума, освещенности, вентилируемости, запыленности, температуры и т. п.

7.2.2 Социологический метод предполагает проведение социологических обследований (анкетирование, опрос, записи в книге отзывов и предложений, интернет-отзывы) с последующим анализом полученных данных.

Библиография

[1] Федеральный закон от 28.12.2009 г. № 381-ФЗ «О государственном регулировании торговой деятельности в Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями)

[2] Правила оказания услуг общественного питания, утвержденные постановлением Правительства Российской Федерации от 15.08.1997 г. № 1036 (с изменениями и дополнениями)

[3] Правила бытового обслуживания населения в Российской Федерации, утвержденные постановлением Правительства Российской Федерации от 15.08.1997 г. № 1025 (с изменениями и дополнениями)

[4] Федеральный закон от 07.02.1992 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» (с изменениями и дополнениями)

[5] Правила продажи отдельных видов товаров, перечня товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование покупателя о безвозмездном предоставлении ему на период ремонта или замены аналогичного товара, и перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих возврату или обмену на аналогичный товар других размера, формы, габарита, фасона, расцветки или комплектации, утвержденные постановлением Правительства Российской Федерации от 19.01.1998 г. № 55 (с изменениями и дополнениями)

[6] Правила комиссионной торговли непродовольственными товарами, утвержденные постановлением Правительства Российской Федерации от 06.06.1998 г. № 569 (с изменениями и дополнениями)

[7] Правила продажи товаров по образцам, утвержденные постановлением Правительства Российской Федерации от 21.07.1997 г. № 918 (с изменениями и дополнениями)

[8] Правила продажи товаров дистанционным способом, утвержденные постановлением Правительства Российской Федерации от 27.09.2007 г. № 612 (с изменениями и дополнениями)

[9] СП 2.3.6.1066—01, СП 2.3.6.2203—07 Санитарно-эпидемиологические требования к организациям торговли и обороту в них продовольственного сырья и пищевых продуктов, утверждены постановлением Главного государственного врача РФ от 07.09.2001 г. № 23 (с изменением № 1 к СП 2.3.6.1066—01, утвержденным постановлением Роспотребнадзора от 03.05.2007 г. № 26)

[10] Федеральный закон от 22.07.2008 г. № 123-ФЗ «Технический регламент о требованиях пожарной безопасности» (с изменениями и дополнениями)

УДК 641.5:006.354 ОКС 01.020

Ключевые слова: услуги торговли, услуги оптовой торговли, услуги розничной торговли, реализация товаров, виды услуг торговли, общие требования к услугам торговли, требования безопасности

Редактор *Д.А. Кожемяк*
Технические редакторы *В.Н. Прусакова, И.Е. Черепкова*
Корректор *Е.М. Поляченко*
Компьютерная верстка *Г.В. Струковой*

Сдано в набор 29.10.2019. Подписано в печать 09.12.2019. Формат 60 × 84 1/8. Гарнитура Ариал.
Усл. печ. л. 0,93. Уч.-изд. л. 0,68.

Подготовлено на основе электронной версии, предоставленной разработчиком стандарта

ИД «Юриспруденция», 115419, Москва, ул. Орджоникидзе, 11.
gost.e-ecolog.ru gost.e-ecolog.ru

Создано в единичном исполнении во ФГУП «СТАНДАРТИНФОРМ»
для комплектования Федерального информационного фонда стандартов,
117418 Москва, Нахимовский пр-т, д. 31, к. 2.
gost.e-ecolog.ru stinfo.ru

gost.e-ecolog.ru