ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО

ПО ТЕХНИЧЕСКОМУ РЕГУЛИРОВАНИЮ И МЕТРОЛОГИИ

НАЦИОНАЛЬНЫЙ СТАНДАРТ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ГОСТ Р 51304— 2009

УСЛУГИ ТОРГОВЛИ

Общие требования

Издание официальное

БЗ 8—2009/393

Москва
Стандартинформ
2010

gost.e-ecolog.ru

Предисловие

Цели и принципы стандартизации в Российской Федерации установлены Федеральным законом от 27 декабря 2002 г. № 184-ФЗ «О техническом регулировании», а правила применения национальных стандартов Российской Федерации — ГОСТ Р 1.0—2004 «Стандартизация в Российской Федерации. Основные положения»

Сведения о стандарте

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

Информация об изменениях к настоящему стандарту публикуется в ежегодно издаваемом информационном указателе «Национальные стандарты», а текст изменений и поправок — в ежемесячно издаваемых информационных указателях «Национальные стандарты». В случае пересмотра (замены) или отмены настоящего стандарта соответствующее уведомление будет опубликовано в ежемесячно издаваемом информационном указателе «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

© Стандартинформ, 2010

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

Содержание

1 Область применения 1
2 Нормативные ссылки 1
3 Термины и определения 1
4 Виды услуг торговли 2
5 Общие требования к услугам торговли 4
6 Требования безопасности услуг торговли 5
7 Методы оценки и контроля качества услуг торговли 5
Библиография 6

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:
ГОСТ Р 50764—2009 Услуги общественного питания. Общие требования
ГОСТ Р 51303—99 Торговля. Термины и определения
ГОСТ Р 52113—2003 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 ежегодно издаваемому информационному указателю «Национальные стандарты», который опубликован по состоянию на 1 января текущего года, и по соответствующим ежегодно издаваемым информационным указателям, опубликованным в текущем году. Если ссылочный стандарт заменен (изменен), то при пользовании настоящим стандартом следует руководствоваться заменяющим (измененным) стандартом. Если ссылочный стандарт отменен без замены, то положение, в котором дана ссылка на него, применяется 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.

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

Издание официальное

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 (телерадиореклама, 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;
- организацию справочных бюро (на 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 Р 50764 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 предприятия торговли, соблюдение ассортиментного перечня товаров, соответствие времени оказания услуг, времени ожидания заказа установленным требованиям на предприятии, 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, по 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 в торговых объектах 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»
[2]		Правила оказания услуг общественного питания, утверждены постановлением Правительства Российской Федерации от 15.08.1997 г. № 1036, с изменениями и дополнениями
[3]		Правила бытового обслуживания населения в Российской Федерации, утверждены постановлением Правительства РФ от 15.08.1997 г. №1025, с изменениями и дополнениями
[4]		Закон Российской Федерации от 07.02. 1993 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» с изменениями и дополнениями
[5]		Правила продажи отдельных видов товаров и перечень товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование покупателя о безвозмездном предоставлении ему на период ремонта или замены аналогичного товара, и перечень непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих возврату или обмену на аналогичный товар других размера, формы, габарита, фасона, расцветки или комплектации, утверждены постановлением Правительства Российской Федерации от 19.01.1998 № 55, с изменениями и дополнениями
[6]		Правила комиссионной торговли непродовольственными товарами, утверждены постановлением Правительства Российской Федерации от 6 июня 1998 г. № 569, с изменениями и дополнениями
[7]		Правила продажи товаров по образцам, утверждены постановлением Правительства Российской Федерации от 21 июля 1997 г. № 918, с изменениями и дополнениями
[8]		Правила продажи товаров дистанционным способом, утверждены постановлением Правительства РФ от 27.09.2007 г. № 612
[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. № 20. (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

УДК 641.5:006.354 ОКС 01.020 Т02 ОКСТУ 0131

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

Редактор *О.А. Стояновская*
Технический редактор *Н.С. Гришанова*
Корректор *Р.А. Ментова*
Компьютерная верстка *И.А. Налейкиной*

Сдано в набор 12.08.2010. Подписано в печать 27.08.2010. Формат 60 × 84 1/8. Бумага офсетная. Гарнитура Ариал.
Печать офсетная. Усл. печ. л. 1,40. Уч.-изд. л. 0,80. Тираж 362 экз. Зак. 671.

ФГУП «СТАНДАРТИНФОРМ», 123995 Москва, Гранатный пер., 4.
gost.e-ecolog.ru gost.e-ecolog.ru
Набрано во ФГУП «СТАНДАРТИНФОРМ» на ПЭВМ.
Отпечатано в филиале ФГУП «СТАНДАРТИНФОРМ» — тип. «Московский печатник», 105062 Москва, Лялин пер., 6.

gost.e-ecolog.ru