

Утвержден и введен в действие
[Приказом](#) Федерального
агентства по техническому
регулированию и метрологии
от 15 декабря 2009 г. N 769-ст

НАЦИОНАЛЬНЫЙ СТАНДАРТ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

УСЛУГИ ТОРГОВЛИ

ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ

Services of trade. General requirements

ГОСТ Р 51304-2009

Дата введения
1 января 2011 года

Предисловие

Цели и принципы стандартизации в Российской Федерации установлены Федеральным [законом](#) от 27 декабря 2002 г. N 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. N 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.

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.

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 терзалаторов 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 N 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 N 1036, с изменениями и дополнениями
- [3] [Правила](#) бытового обслуживания населения в Российской Федерации, утверждены Постановлением Правительства РФ от 15.08.1997 N 1025, с изменениями и дополнениями
- [4] [Закон](#) Российской Федерации от 07.02.1992 N 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 N 55, с изменениями и дополнениями
- [6] [Правила](#) комиссионной торговли непродовольственными товарами, утверждены Постановлением Правительства Российской Федерации от 6 июня 1998 г. N 569, с изменениями и дополнениями
- [7] [Правила](#) продажи товаров по образцам, утверждены Постановлением Правительства Российской Федерации от 21 июля 1997 г. N 918, с изменениями и дополнениями
- [8] [Правила](#) продажи товаров дистанционным способом, утверждены Постановлением Правительства РФ от 27.09.2007 N 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 N 20 (с изменением N 1 к СП 2.3.6.1066-01, утвержденным Постановлением Роспотребнадзора от 03.05.2007 N 26)
- [10] Федеральный закон от 22.07.2008 N 123-ФЗ Технический регламент о требованиях пожарной безопасности
-