

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ТОРГОВЕЛЬНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ В ОРГАНІЗАЦІЯХ І НА ПІДПРИЄМСТВАХ СИСТЕМИ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ

*Розглянуто основні напрями інформаційного забезпечення торговельного обслуговування в
організаціях і на підприємствах системи споживчої кооперації*

Вступ. Раціональне використання інформаційних ресурсів визначає результативність реалізації поточних завдань, стратегічних цілей розвитку, сприяє підвищенню оперативності та оптимальності процесу прийняття управлінських рішень, зростанню показників ефективності фінансово-господарської діяльності, що в кінцевому результаті веде до посилення конкурентних позицій організацій і підприємств. Інформаційне забезпечення характеризує рівень необхідної інформації як із зовнішнього інформаційного простору, так і внутрішнього середовища для керівників і робітників торговельних організацій і підприємств. Проблемам управління в організаціях і на підприємствах споживчої кооперації у ринкових умовах діяльності присвячена низка досліджень вчених, серед них такі теоретики та практики кооперативної ідеї як А.Мазаракі, А.Чухно, В.Аполій, В.Блістер, В.Галюк, В.Геєць, В.Жигалов, І.Маркіна, Л.Лігоненко, М.Аліман, М.Виноградський, Н.Ушакова, О.Березін, О.Фрідман, П.Балабан, П.Саблук, С.Бабенко, С.Гелей, Ф.Хміль, Я.Гончарук. Проте залишаються не розкритими питання інформаційного забезпечення управління якістю торговельного обслуговування, зокрема це викликано швидкими змінами інформаційного поля в межах якого функціонують організації і підприємства системи споживчої кооперації.

Постановка проблеми. Наукове дослідження визначається такими завданнями: встановлення та визначення основних складових інформаційного забезпечення управління якістю торговельного обслуговування; розробка напрямів оптимізації інформаційного забезпечення управління якістю торговельного обслуговування. Для виконання названих завдань автор застосував закони діалектики та загальнонаукові методи, серед них аналіз і синтез, логічний метод, метод теоретичного узагальнення, комплексний та системний підходи.

На законодавчо-нормативному рівні діяльність споживчої кооперації регламентують Конституція України, Господарський і Цивільний кодекси, Концепція розвитку національного кооперативного руху, Закони України "Про кооперацію", "Про споживчу кооперацію", Укази Президента України "Про заходи щодо розвитку кооперативного руху та посилення його ролі в реформуванні економіки України на ринкових засадах" та рішення вищих органів управління споживчої кооперації України – з'їздів, Ради, правління Центральної спілки споживчих товариств, облспоживспілок, райспоживспілок і районних споживчих товариств тощо.

Відповідно до Закону України "Про кооперацію" [11], який визначає правові, організаційні, економічні та соціальні основи функціонування кооперації в Україні, однією з причин створення споживчого кооперативу (товариства) шляхом об'єднання фізичних та/або юридичних осіб є організація торговельного обслуговування з метою задоволення споживчих потреб його членів.

На відродження і зміцнення демократичних основ споживчої кооперації, захист інтересів її членів і сільського населення як споживачів, які формують основний сегмент кооперативного ринку спрямований Закон України "Про споживчу кооперацію" [12]. Цей нормативний акт гарантує права організації та підприємств споживчої кооперації через взаємодію з органами державної виконавчої влади у питаннях організації торговельного обслуговування населення.

Організації і підприємства торгівлі системи споживчої кооперації керуються у своїй діяльності Постановою Кабінету Міністрів України Про затвердження Програми розвитку внутрішньої торгівлі на період до 2012 року від 24 червня 2009 р. № 632 [7]. Відповідно до названого документу організації і підприємства споживчої кооперації спрямовують зусилля на досягнення таких цілей:

– задоволення потреб населення у високоякісних товарах та послугах, запобігання необґрунтованому зростанню цін на споживчому ринку;

– запровадження сучасних стандартів торговельного обслуговування;

– оптимізація і структурна перебудова торговельної мережі;

– врегулювання відносин щодо організації та функціонування роздрібних ринків, створення умов для реалізації сільськогосподарської продукції безпосередньо її виробниками;

– поліпшення іміджу робітничих професій у сфері торгівлі, удосконалення системи підготовки спеціалістів вищими та професійно-технічними навчальними закладами.

Провідним нормативним документом, який регулює відносини між споживачами товарів і послуг та виробниками і продавцями товарів, виконавцями робіт і надавачами послуг в системі споживчої кооперації є Закон України "Про захист прав споживачів" [8]. Цей Закон встановлює права споживачів, зокрема це право на належну якість продукції та обслуговування, безпеку продукції, необхідну, доступну, достовірну та своєчасну інформацію про продукцію, її кількість, якість, асортимент, а також про її виробника (виконавця, продавця) тощо.

Торговельна діяльність та торговельне обслуговування в системі споживчої кооперації здійснюються відповідно до Постанови Кабінету Міністрів України Про затвердження Порядку провадження торговельної діяльності та правил торговельного обслуговування населення [1], де визначено загальні умови провадження торговельної діяльності, основні вимоги до торговельної мережі і торговельного обслуговування громадян, які здійснюють купівлю товарів для власних побутових потреб у підприємств, установ, організацій.

Відповідно до Порядку провадження торговельної діяльності в системі споживчої кооперації торговельна діяльність реалізується через такі торговельні об'єкти: магазини (за товарною спеціалізацією: продовольчий, непродовольчий, змішаний; за товарним асортиментом: універсальний, спеціалізований, вузькоспеціалізований, комбінований; за методом продажу товарів: індивідуального обслуговування, самообслуговування, торгівля за зразками або через торговельні автомати); павільйони; кіоски, палатки, лотки, товарні склади, крамниці-склади, магазини-склади. Суб'єкти управління системи споживчої кооперації враховують вимоги щодо дотримання в торговельних об'єктах необхідних санітарних норм, нормативних документів щодо зберігання, виробництва та продажу відповідних товарів, а також норм охорони праці.

Враховуючи порядок здійснення торговельної діяльності на підприємствах споживчої кооперації розміщують на видному та доступному місці куточок покупця, який містить такі складові: інформацію щодо найменування власника або уповноваженого ним органу, адреси і номери телефонів органів, що забезпечують захист прав споживачів, торговельний патент, ліцензії відповідно до встановлених законодавством вимог, книгу відгуків та пропозицій. На фасадах торговельних об'єктів споживчої кооперації розміщують вивіску із зазначенням найменування, біля входу – інформацію про режим роботи, який встановлюється суб'єктом господарювання самостійно. У випадку проведення санітарних заходів, ремонту, технічного переобладнання, інших робіт в торговельних об'єктах споживчої кооперації суб'єкт господарювання розміщує поряд із інформацією про режим роботи оголошення про дату та період закриття. При здійсненні виїзної (виносної) форми торгівлі, продажу товарів із використанням інших нестационарних засобів на робочому місці продавця встановлюється табличка, де зазначаються прізвище та ім'я продавця, відомості про суб'єкта господарювання, що організував торгівлю.

Організації і підприємства системи споживчої кооперації у своїй діяльності керуються правилами торговельного обслуговування населення, які забороняють продаж товарів, що не мають відповідного маркування, належного товарного вигляду, на яких не зазначено строк придатності або зазначено з порушенням вимог нормативних документів, строк придатності яких минув, а також тих, що надійшли без документів, передбачених законодавством, зокрема які засвідчують їх якість та безпеку. У документах на товари, що підлягають обов'язковій сертифікації, повинні зазначитися реєстраційні номери сертифіката відповідності чи свідоцтва про визнання відповідності та/або декларації про відповідність, якщо це встановлено технічним регламентом.

Грунтуючись на правилах торговельного обслуговування суб'єкт управління торговельного об'єкту споживчої кооперації забезпечує надання споживачеві у доступній формі необхідної, достовірної та своєчасної інформації про товари; сприяння споживачеві у вільному виборі товарів і додаткових послуг, проведення на його вимогу перевірки якості, безпеки, комплекності, міри, ваги та ціни товарів з наданням йому контрольно-вимірвальних приладів, документів, які підтверджують якість, безпеку, ціну товарів; перевірку справності виробу, демонстрацію, за можливості, його роботи та ознайомлення споживача з правилами користування.

Торговельний об'єкт споживчої кооперації обладнується відповідно до вимог нормативно-правових актів із питань охорони праці, здоров'я та навколишнього середовища, протипожежної безпеки, а також санітарних норм. При зберіганні товарів у підсобних приміщеннях і розміщенні їх у торговельних залах працівники зобов'язані дотримуватися принципу товарного сусідства, санітарних норм, норм складування і вимог протипожежної безпеки. Суб'єкт торгівлі повинен утримувати торговельні та складські приміщення, а також прилеглу до них територію відповідно до санітарних норм.

При здійсненні торговельного обслуговування законодавством забороняється безпідставне вилучення, приховування або затримання реалізації виставлених для продажу товарів, примушування споживача до придбання товарів неналежної якості або непотрібного йому асортименту, продаж товарів, вільна реалізація яких заборонена.

Суб'єкти управління організацій і підприємств системи споживчої кооперації при здійсненні торговельної діяльності керуються номенклатурою справ, зокрема розділом "Організація торговельної діяльності", який формується з таких складових:

- відомості про виконання плану товарообороту, надходження і залишки товарів;
- графіки контролю роботи магазинів;
- графіки проведення активних форм торгівлі;
- директивні, нормативні та методичні документи з питань організації торгівлі;
- доповідні записки про результати перевірок торговельної мережі;
- журнал обліку використання автотранспорту;
- журнал обліку надходження продовольчих товарів;
- журнал обліку надходження непродовольчих товарів;
- журнал обліку надходження, повернення і залишків тари;
- журнал обліку проведених активних форм торгівлі;
- журнал обліку товарних запасів по магазинах;
- заявки магазинів на непродовольчі товари;
- заявки магазинів на продовольчі товари;
- інформація про розміщення і режим роботи торгової мережі;
- листування з питань організації торгівлі;
- матеріали про вивчення попиту;
- матеріали про обслуговування бюджетних установ, пільгових категорій населення;
- матеріали про транспортне обслуговування;
- постанови правління з питань організації торгівлі.

Також до документів, які регулюють організацію діяльності торгівлі споживчої кооперації і визначають якість торговельного обслуговування споживачів належать такі:

Інструкція з уцінки та розпродажу товарів застарілих моделей і фасонів, а також товарів, що частково втратили свою початкову якість в організаціях споживчої кооперації;
Інструкція про порядок проведення перевірки правильності відпуску товарів на підприємствах торгівлі;

Інструкція про порядок уцінки та списання застарілих періодичних і неперіодичних видань в організаціях споживчої кооперації;

Основні положення про порядок запису цін на товари у товарних документах, ярликах (цінниках) і описах фактичних залишків товарів;

Основні правила роботи магазинів;

Правила використання мір і вимірвальних приладів на підприємствах торгівлі;

Правила роботи автомагазинів;

Практичні вказівки щодо оформлення ярликів цін (цінників) на товари на підприємствах торгівлі споживчої кооперації.

До правих роботи магазинів системи споживчої кооперації включають інформацію щодо реалізації товарів; прийому, зберігання і підготовки товарів до реалізації; прийому, зберігання і повернення тари; забезпечення збереження товарно-матеріальних цінностей; розрахунків із споживачами; обов'язків та прав директора чи завідуючого магазину, його заступника, завідуючого відділом магазину, продавців магазину; санітарних вимог; контролю за роботою магазину.

Особливу увагу при розгляді інформаційного забезпечення управління якістю торговельного обслуговування варто звернути на Інструкцію про книгу відгуків і пропозицій в об'єктах роздрібною торгівлі та громадського харчування споживчої кооперації України [9], яка затверджена Постановою правління Укоопспілки з метою удосконалення роботи об'єктів роздрібною торгівлі та громадського харчування, підвищення культури обслуговування споживачів відповідно до Закону України "Про споживчу кооперацію" і Статуту Центральної спілки споживчих товариств України (Укоопспілки).

Книгу відгуків і пропозицій встановленої форми, до якої покупці записують відгуки, пропозиції та зауваження ведуть усі об'єкти роздрібною торгівлі споживчої кооперації. Книга знаходиться у торговельному залі, вона ведеться в кожному відділі, в магазині самообслуговування вона знаходиться на кожному поверсі у вузлі розрахунку, в об'єктах дрібно-роздрібною торгівлі (павільйонах, кіосках, палатках, автокраніцях) вона виставляється на видному місці та подається покупцю за першою вимогою. Споживачу, який бажає внести запис в Книгу відгуків і пропозицій, повинні бути створені для цього необхідні умови. Заборонено вимагати від споживача-заявника пред'явлення будь-яких документів, пояснення причин, які зумовили необхідність написання скарги, пропозиції, зауваження.

Організації і підприємства системи споживчої кооперації при здійсненні господарської діяльності керуються Правилами роздрібною торгівлі продовольчими товарами [5], які регламентують порядок приймання, зберігання, підготовки до продажу і продаж продовольчих товарів через роздрібну торговельну мережу, а також визначають вимоги по дотриманню прав споживачів щодо якості й безпеки товару та рівня торговельного обслуговування. Цей нормативний документ регулює особливості продажу таких груп товарів: хліб і хлібобулочні вироби; кондитерські вироби і мед; крупи, макаронні вироби, борошно, крохмаль, цукор та кухонна сіль; м'ясо і м'ясопродукти; молоко, молокопродукти, майонез, морозиво, харчові жири, сири, яйця курячі харчові; риба і риботовари; безалкогольні та слабоалкогольні напої.

Правила роздрібною торгівлі картоплею та плодовоовочевою продукцією, алкогольними напоями та тютюновими виробами регулюються окремими правилами:

Постанова Кабінету Міністрів України № 854 від 30.07.1996 р. зі змінами і доповненнями "Про затвердження правил роздрібною торгівлі алкогольними напоями";

Наказ Міністерства зовнішніх економічних зв'язків і торгівлі України № 503 від 03.08.1996 р. зі змінами і доповненнями "Про затвердження правил роздрібною торгівлі тютюновими виробами";

Наказ Міністерства зовнішніх економічних зв'язків і торгівлі України № 344 від 08.07.1997 р. зі змінами і доповненнями "Про затвердження правил роздрібною торгівлі картоплею та плодовоовочевою продукцією".

Організації і підприємства системи споживчої кооперації здійснюють свою діяльність відповідно до Правил роздрібною торгівлі непродовольчими товарами [4]. Ці правила регламентують порядок приймання, зберігання, підготовки до продажу та продажу непродовольчих товарів через роздрібну торговельну мережу, а також визначають вимоги щодо

дотримання прав споживачів стосовно належної якості та безпеки товарів і рівня торговельного обслуговування. Правила торгівлі продовольчими товарами відображають особливості продажу таких груп товарів: швейні, трикотажні, хутряні, овчинно-шубні (кожухові) товари та головні убори; текстильні товари; взуття; електропобутові товари; телерадіотовари; товари побутової хімії, мінеральні добрива та засоби захисту рослин; меблі; товари для фізичної культури, спорту, туризму; лісоматеріали та будівельні матеріали; парфумерно-косметичні товари і мило туалетне; галантерейні товари.

В системі споживчої кооперації організують роботу дрібнороздрібної торговельної мережі відповідно до встановлених Правил [3], що дозволяють реалізацію продовольчих і непродовольчих товарів тільки нескладного асортименту, яка повинна проводитися згідно з правилами їх продажу.

Роздрібна торгівля через дрібнороздрібну торговельну мережу є однією із форм позамагазинного продажу товарів, при якій приміщення не мають торговельного залу для споживачів. При цьому продаж товарів здійснюється через пункти некапітальної забудови (кіоски, палатки, павільйони для сезонного продажу товарів, торговельні автомати), засоби пересувної мережі (автомагазини, автокафе, авторозвозки, автоцистерни, лавки-автопричепи, візки).

Правила торгівлі на ринках [6] споживчої кооперації передбачають, що розташування торговельних місць, торговельно-технологічного обладнання має бути зручним для здійснення торгівлі, відповідати вимогам санітарних, протипожежних правил та безпечних умов праці, забезпечувати вільний прохід покупців та належну культуру обслуговування. В Концепції вдосконалення функціонування ринків з продажу продовольчих та непродовольчих товарів [13] зазначено, що розвиток мережі ринків зумовлює зростання масштабів товарно-грошового обігу, забезпечення соціальної підтримки значної частини населення, розширення сфер діяльності та збільшення торгового обороту суб'єктів підприємницької діяльності. Разом з тим, нерегульований розвиток ринків зумовлює деформацію інфраструктури внутрішньої торгівлі, погіршення якості торговельного обслуговування населення.

Правила продажу товарів на замовлення та поза торговельними або офісними приміщеннями [2] спрямовані на поліпшення торговельного обслуговування населення шляхом максимального скорочення часу на придбання товарів, надання послуг з доставки товарів споживачам. В системі споживчої кооперації ці правила визначають відносини між споживачем і продавцем товарів на замовлення та поза торговельними або офісними приміщеннями на підставі договору купівлі-продажу, укладеного на відстані чи поза торговельними або офісними приміщеннями, а також регламентують вимоги в дотриманні прав споживачів щодо належної якості, безпеки і належного торговельного обслуговування.

Організації і підприємства споживчої кооперації беруть до уваги Постанову Кабінету Міністрів України № 997 від 1.07.1998 р. зі змінами і доповненнями "Про затвердження правил торгівлі у розстрочку", в якій зазначений орієнтований рекомендований перелік товарів іноземного та вітчизняного виробництва, зразки необхідних документів для даного виду продажу.

Для удосконалення роботи об'єктів роздрібної торгівлі, підвищення культури обслуговування споживачів кооперативні організації, підприємства діють відповідно до Інструкції про контрольний журнал в об'єктах роздрібної торгівлі та громадського харчування споживчої кооперації України [10]. Керівництво кооперативної організації забезпечує всі підпорядковані об'єкти роздрібної торгівлі контрольними журналами, до яких перевіряючими вносяться результати перевірки і пропозиції, направлені на усунення недоліків і порушень у роботі. Контрольний журнал є документом суворої звітності, який засвідчується підписом керівника та скріплюється печаткою. Кожен примірник журналу повинен мати п'ятдесят аркушів. Прийнятий від об'єкта роздрібної торгівлі контрольний журнал зберігається в кооперативній організації протягом 5 років. У дрібнороздрібній торговельній мережі, де працює один продавець, контрольний журнал не ведеться. Результати перевірки об'єктів дрібнороздрібної торгівлі доводяться до відома керівника кооперативної організації, якій вони підпорядковані, і відповідні записи вносяться в контрольний журнал цієї організації.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Дослідивши сучасний стан і характеристику інформаційного

забезпечення управління якістю торговельного обслуговування в системі споживчої кооперації, сформувався висновок про наявність значного обсягу документів, які регулюють цей напрям діяльності кооперативних організацій і підприємств. Вони ґрунтуються на забезпеченні можливостей для найбільш повного задоволення попиту споживачів у межах обраного сегменту споживчого ринку, створенні оптимальних умов для здійснення купівлі товарів шляхом встановлення раціональних режимів роботи торговельних підприємств, вибору ефективних методів продажу, надання широкого комплексу додаткових послуг, розміщення внутрішньомагазинної інформації та застосування інших організаційно-технологічних заходів. Проте виявлено відсутність стандартів торговельного обслуговування споживачів, які спрямовані на чітке та лаконічне формулювання правил поведінки продавців у типових ситуаціях, правил оформлення торговельних записів, прилеглої території тощо. Впровадження процесу стандартизації необхідно здійснювати для того, щоб торговельний персонал організацій і підприємств споживчої кооперації у всіх магазинах торговельної мережі однаково якісно обслуговував споживачів. Це викликано тим, що реалізація управління якістю торговельного обслуговування прямо пов'язана з місією кооперативних організацій і підприємств і є ключовою умовою формування їх високої конкурентної позиції на споживчому ринку.

Список використаної літератури:

1. Про затвердження Порядку провадження торговельної діяльності та правил торговельного обслуговування населення: постанова Кабінету Міністрів України від 15 червня 2006 р. № 833. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>.
2. Про затвердження Правил продажу товарів на замовлення та поза торговельними або офісними приміщеннями: наказ міністерства економіки України від 19 квітня 2007 р. № 103. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>.
3. Про затвердження Правил роботи дрібнороздрібної торговельної мережі: наказ міністерства зовнішніх економічних зв'язків і торгівлі України від 08 липня 1996 р. № 369. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>.
4. Про затвердження Правил роздрібної торгівлі непродовольчими товарами: наказ міністерства економіки України від 19 квітня 2007 р. № 104. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>.
5. Про затвердження Правил роздрібної торгівлі продовольчими товарами: наказ міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України від 11 липня 2003 р. № 185. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>.
6. Про затвердження Правил торгівлі на ринках: наказ міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України, міністерства внутрішніх справ України, державної податкової адміністрації України, державного комітету стандартизації, метрології та сертифікації України від 26 лютого 2002 р. № 57/188/84/105. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>.
7. Про затвердження Програми розвитку внутрішньої торгівлі на період до 2012 року: постанова Кабінету Міністрів України від 24 червня 2009 р. № 632.
8. Про захист прав споживачів: закон України від 15 грудня 1993 р. № 3682-XII. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>.
9. Про інструкцію про книгу відгуків і пропозицій в об'єктах роздрібної: постанова правління Укоопспілки від 06 січня 1994 р. № 2. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>.
10. Про Інструкцію про контрольний журнал в об'єктах роздрібної торгівлі та громадського харчування споживчої кооперації України: постанова правління Укоопспілки від 06 січня 1994 р. № 1. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>.
11. Про кооперацію: закон України від 10 липня 2003 р. № 1087-IV // Голос України. – 2003. – С. 20–21.
12. Про споживчу кооперацію: закон України від 10 квітня 1992 р. № 2265-XII. – К.: Укоопреклама, 1992. – 15 с.
13. Про схвалення Концепції вдосконалення функціонування ринків з продажу продовольчих та непродовольчих товарів: постанова Кабінету Міністрів України від 15 грудня 2001 р. № 1662. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>.

ПАНЧЕНКО Володимир Анатолійович – аспірант кафедри менеджменту організацій та зовнішньоекономічної діяльності Полтавського університету споживчої кооперації України

