Якість товару - це сукупність його властивостей і харак­теристик, які додають йому здатність задовольняти обумов­лені або передбачувані потреби покупця. Якість містить у со­бі не всі властивості товару, а тільки ті, що пов'язані із задо­воленням конкретних потреб відповідно до призначення то­вару. Крім споживчих властивостей, якість включає й інші властивості товару, які забезпечують задоволення потреб проектувальників, виробників, працівників сфери обігу, які мають відношення до товару.

Важливе завдання товарознавства - якнайповніше виявля­ти закладені в товарі властивості, які формують його якість. Ці властивості можуть виявлятися на всіх стадіях життєвого циклу товару. Якість товару не можна пояснити і виміряти у відриві від його споживчої вартості і корисності. Не можна ототожнювати якість і споживчу вартість. Споживча вартість - це сам товар, який володіє корисністю і є конкретним благом. Товар як споживча вартість є носієм його якості. Підвищення якості невіддільне від прискорення науково-технічного про­гресу, тому що тільки в сукупності рішення цих питань можна забезпечити конкурентноздатність товару на світовому ринку.

Показник якості товару - це кількісна характеристика одного чи декількох властивостей товару, які становлять йо­го якість. Показник якості кількісно характеризує ступінь придатності товару задовольняти певні потреби. Номенкла­тура показників якості конкретного товару залежить від йо­го призначення. У товарів, які виконують декілька різнорід­них функцій, номенклатура показників може бути дуже ши­рока, у товару одноцільового призначення вона буде значно звуженою.

Залежно від характеру властивостей показники якості по­діляються на такі групи: показники призначення (функціона­льні); показники надійності, ергономічні показники; естети­чні, показники технологічності, показники транспортабель­ності; показники стандартизації й уніфікації; патентно-правові показники; екологічні показники; показники безпеки; економічні показники і показники однорідності. На стадії то­варного обігу на внутрішньому ринку показники технологіч­ності, стандартизації й уніфікації і патентно-правові, як пра­вило, не використовуються.

Залежно від кількості властивостей показників, які харак­теризуються, їх поділяють на одиничні і комплексні. Одинич­ний показник кількісно характеризує одну просту властивість. Комплексний показник характеризує одним числом одночасно декілька властивостей товару або складну властивість.

Розрізняють показники фактичні, базові і відносні. Фак­тичний показник - це конкретний одиничний або комплекс­ний показник, встановлений для даного товару. Базовий по­казник - це показник, прийнятий як вихідний при порівнян­ні з фактичним при оцінюванні якості. Відносний показник характеризує співвідношення фактичного і базового показ­ників.

За способом вираження показники бувають розмірними, які виражаються в різних одиницях виміру, і безрозмірними, які виражаються в частках одиниці або у відсотках. Особли­вий вид - інтегральний показник, який виражає співвідно­шення корисного ефекту товару і сумарних витрат на його розробку, виготовлення, обіг і споживання. Отже, це співвід­ношення споживчої вартості і вартості.

Класифікаційне призначення — здатність ряду властивостей і показників виступати в якості класифікаційних прикмет. Так, різні моделі автомобілів можуть бути класифіковані за потужністю двигуна, витратами палива, вантажопідйомністю, функціональним призначенням (вантажні, легкові, спеціальні тощо).

Універсальне призначення - здатність властивостей і пока­зників задовольняти одночасно кілька споживчих потреб. Наприклад, пропагування останніми роками здорового спо­собу життя спонукало використання менш жирних продуктів, запобігає токсичності (небезпеці), тобто вони стали відігра­вати соціальну роль, а в непродовольчій групі з'явилося по­няття спеціального призначення допоміжних предметів та косметики (креми, гелі, пудри) при проведенні оздоровчих заходів для окремих видів спорту тощо.

Надійність - здатність товару зберігати функціональне призначення в процесі збереження або експлуатації впродовж установленого терміну. Залежно від критерію надійності роз­різняють такі підгрупи: довговічність, безвідмовність, ремон­топридатність та зберігання.

Довговічність - здатність товарів зберігати працездатність до наступного стану або встановленого терміну технічного обслуговування і ремонту.

Довговічність - властивість непродовольчих товарів дов­гострокового використання. Воно не характерне для товарів продовольчих, а також непродовольчих, призначених для безпосереднього вживання, в ході якого вони частково або повністю безповоротно втрачаються (наприклад, парфумер­но-косметичні товари). Але треба пам'ятати, що деякі непро­довольчі товари, які володіють значною довговічністю, вхо­дять у протиріччя із соціальним призначенням, оскільки до­строково виходять з моди, морально застарівають. Це стосу­ється   одягу,   взуття,   головних   уборів,   окремих   складнотехнічних товарів. Показниками довговічності можуть бути термін експлуатації виробів, ресурс та ін.

Безвідмовність - здатність товарів виконувати функціона­льні призначення без появи дефектів, які заважають подаль­шій експлуатації. Безвідмовність характеризується терміна­ми, впродовж яких товари експлуатуються безвідмовно з но­рмою передбачених дефектів. Показниками безвідмовності можуть бути середнє напрацювання до першої відмови, інте­нсивність відмов.

Ремонтопридатність - здатність товарів відновлювати свої вихідні властивості, насамперед функціонального при­значення, після усунення виявлених дефектів. Ремонтоприда­тність характерна для багатьох непродовольчих товарів, осо­бливо складнотехнічних, які за цією властивістю поділяються на ремонтопридатні і ремонтонепридатні.

Ремонтопридатність тісно пов'язана з довговічністю, за­вдяки чому збільшується термін експлуатації товару. Ця споживча властивість разом з довговічністю може бути по­кладена в основу формування переваг для того сегменту споживачів, які бережливі або не мають матеріальних коштів для частого повторення покупок аналогічного призначення. Показниками ремонтопридатності є параметр потоку відказав, гарантійне напрацювання, напрацювання на відмову, те­рміни ремонту.

Збереження — здатність товару підтримувати вихідні кі­лькісні та якісні характеристики без значних втрат упродовж певного терміну; якщо ж вони відбуваються, то це повинно бути економічно виправдане. Збереження починається з мо­менту виготовлення товару і продовжується до його утиліза­ції. Етап збереження поділяють на два періоди: складське збереження у виготовлювача, оптовій і роздрібній торгівлі та домашнє збереження у споживача. Показниками збереження споживчих товарів є втрати, вихід товарної (стандартної) продукції, терміни збереження. Збереження тісно пов'язане з факторами, які впливають на товар при транспортуванні, збе­реженні і споживанні. Необхідно враховувати вплив паку­вання, умов транспортування, складування і збереження то­варів.

Методи визначення показників якості:

органолептичний, реєстраційний, розрахунковий, вимірю­вальний, експертний і соціологічний.

Органолептичний метод ґрунтується на визначенні пока­зників за допомогою органів почуттів людини: зору, нюху, слуху, дотику, смаку. Показники виражаються в балах. Цей метод найбільш прийнятний у торгівлі.

Реєстраційний метод ґрунтується на спостереженні і під­рахунку числа визначених предметів, подій, слухів, витрат, явищ. Його використовують при статистичному контролі якості або при дослідному носінні. Розрахунковий метод грунтується на визначенні показників якості розрахунковим шляхом.

Вимірювальний метод найбільш об'єктивний, він дає найточніші результати. Перспективними напрямами цього методу є прискорені експрес-методи, які не руйнують конт­ролю

**Нове в торгівлі непродовольчими товарами**

Наказом Мінекономіки та з питань європейської інтеграції від 11.03.2004 р. №98 викладено в новій редакції Правила роздрібної торгівлі непродовольчими товарами, які практично не змінювалися з 1996 р., коли вони ще називалися Правилами продажу непродовольчих товарів. Зміни, які вони запровадили в торгівлю непродовольчими товарами, революційними назвати важко (крім мовного питання, див. унизу на тлі), але все-таки торговцям та бухгалтерам підприємств, які торгують непродовольчими товарами, знати їх треба.

1. Раніше Правила продажу непродовольчих товарів передбачали, що парфумерно-косметичні товари і мило туалетне продаються також в аптеках.

Тепер ситуація інша - роздрібна торгівля лише виробами лікувально-гігієнічного та медичного призначення може здійснюватися через аптеки або їх структурні підрозділи. Таким чином, **парфумерно-косметичні товари вже не можна продавати в аптеках, якщо вони не мають лікувально-гігієнічного ефекту.**

2. Торговець повинен на вимогу покупця надати не лише контрольно-вимірювальні прилади, документи про ціни на товари, а й **документи про якість та безпеку товару**.

3. **Змінилися вимоги до продажу товарів, на які надаються гарантійні терміни**. Раніше при продажу таких товарів суб’єкт господарювання був зобов’язаний зробити в гарантійному талоні технічного паспорта або іншого документа, що його замінює, відмітку про дату та місце продажу товару за підписом матеріально-відповідальної особи, завірену штампом (печаткою), а також надати інформацію про підприємства (майстерні), що здійснюють гарантійний ремонт. Тепер необхідно у присутності споживача перевірити товар і поінформувати покупця про правила користування ним. А в разі якщо товар потребує робіт із введення в експлуатацію, необхідно надати таку інформацію покупцю або забезпечити встановлення товару власними силами.

4. Тепер чітко передбачено, що **за погодженням з адміністрацією підприємства термін зберігання придбаного товару може бути продовжено понад добу шляхом укладання договору схову. Але це не обов’язок підприємства**.

5. Збільшився строк пред’явлення вимог за неякісним товаром, на який не встановлено гарантійного терміну. Раніше вимоги розглядалися, якщо недоліки були виявлені протягом 6 місяців. **Тепер покупець має право пред’явити суб’єкту господарської діяльності відповідні вимоги, якщо недоліки були виявлені протягом розумного строку, але в межах 2 років від дня передання товару покупцеві.**

6. Зник атавізм пострадянського дефіциту - те, що продаж непродовольчих товарів, які мають неістотні недоліки та можуть бути використані за призначенням, допускався за умови відповідного зниження роздрібної ціни та обов’язкового письмового попередження покупців (на ціннику чи товарному ярлику, у паспорті або інструкції) про наявність недоліків. Однак це не означає, що нині не можна здійснювати уцінений продаж товарів, які мають неістотні недоліки.

7. Також зникло положення про те, що суб’єкт господарювання може організувати обслуговування інвалідів (у разі їх звернення) півпарним взуттям вітчизняного виробництва із 50-відсотковою знижкою роздрібної ціни, що встановлена на пару взуття. Півпара взуття, що залишилася, повертається підприємству-виробнику для доукомплектування. Але це не означає, що інвалідів не можна обслуговувати за таким принципом, щоправда, не кожен виробник, тим більше імпортер, на таке погодиться.

8. Круглі лісоматеріали та цеглу тепер будуть зберігати під навісом не просто накритими, а накритими вологонепроникним матеріалом.

**А в іншому правила торгівлі окремими видами товарів не змінилися 1. Шкода, що Міністерство економіки не додало нових розділів щодо особливостей продажу таких товарів, як комп’ютери, офісна техніка, засоби телекомунікації, кондиціонери тощо**. Час не стоїть на місці, а Міністерство економіки цього ніби не помічає.

1 Швейні, трикотажні, хутряні, овчинно-шубні (кожухові) товари та головні убори, текстиль, 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 та галантерейні товари.

9. З Правил зник розділ "За­сто­су­вання стандартів та технічних умов на непродовольчі товари", а також додатки "Перелік сезонних товарів, гарантійні терміни за якими обчислюються з початку відповідного сезону", "Перелік товарів, з яких утворюється обмінний фонд" та "Перелік товарів належної якості, що не підлягають обміну (поверненню)".

Ці додатки у Правилах були дублюючими, оскільки їх затверджено Постановою Кабінету Міністрів України від 19.03.94 р. №172 "Про реалізацію окремих положень Закону України "Про захист прав споживачів".

Збільшився строк пред’явлення вимог за неякісним товаром, на який не встановлено гарантійного терміну: п**окупець має право пред’явити вимоги, якщо недоліки були виявлені протягом розумного строку, але в межах 2 років від дня передання товару покупцеві.**

**Інформація про товари ­- тільки українською**

Одним із болючих місць у нових правилах торгівлі непродовольчими товарами стало мовне питання.

Якщо раніше при продажу товарів суб’єкт господарювання був зобов’язаний забезпечити надання покупцям доступної та достовірної інформації про товари **державною чи іншими мовами** відповідно до Закону УРСР "Про мови в Українській РСР", то тепер інформація про товари має надаватися лише **державною, тобто українською, мовою**.

Найімовірніше, це спричинить конфлікт торговців з контролюючими органами, як це було з аналогічними вимогами до мови реклами.

Крім того, розширено перелік доступної та достовірної інформації про товари - тепер необхідно додавати дані про основні властивості товару, умови зберігання

## Правила продажу непродовольчих товарів в Україні

[Реферати](http://www.refine.org.ua/) > [Маркетинг](http://www.refine.org.ua/page-cat-28-0.html) > Правила продажу непродовольчих товарів в Україні

Забороняється приймати до продажу та реалізову­вати товари, на які нормативними документами встанов­лено гарантійні строки, без експлуатаційних документів (технічного паспорта або іншого документа, що його замі­нює, тощо).

Під час продажу товару, який підлягає гарантійному ре­монту (обслуговуванню) або гарантійній заміні, продавець зобов'язаний:

● у присутності споживача здійснити перевірку спожив­чих

властивостей товару, наявності експлуатаційних доку­ментів, у тому числі гарантійного талона та відривних та­лонів на гарантійне обслуговування, комплектності товару, зазначеної в експлуатаційних документах;

● поінформувати споживача про правила користуван­ня товаром;

● заповнити відповідні розділи гарантійного і відривного талонів на гарантійне обслуговування;

● надати інформацію про підприємства (майстерні), що здійснюють гарантійний ремонт.

У разі коли товар потребує проведення робіт з уведен­ня в експлуатацію, суб'єкт господарювання зобов'язаний надати споживачу відповідну інформацію або забезпечити виконання таких робіт.

Розрахунки за продані товари та надані послуги мо­жуть здійснюватися готівкою та/або в безготівковій формі (із застосуванням платіжних карток, платіжних чеків, же­тонів тощо) відповідно до законодавства. Разом з товаром споживачу в обов'язковому порядку видається розрахун­ковий документ установленої форми на повну суму прове­деної операції, який засвідчує факт купівлі товару та/або надання послуги.

Відпуск товарів проводиться в упакованому вигляді, якщо інше не встановлено договором купівлі-продажу або не випливає із суті зобов'язання. Упаковка товарів повинна відповідати вимогам відповідних санітарних правил та за­безпечувати збереження товарів.

У спеціалізованих торговельних підприємствах суб'єкт господарювання може організовувати продаж відповідних супутніх товарів.

Вибрані споживачем непродовольчі товари за домо­вленістю з адміністрацією торговельного об'єкта можуть зберігатися в торговельному залі із зазначенням на випи­саному товарному чеку часу оплати. Якщо споживач не вніс плату у визначений час, товар надходить у продаж.

Придбані великогабаритні товари (меблі, будівельні ма­теріали, піаніно, холодильники, пральні машини тощо) спо­живач має право залишити на зберігання у суб'єкта господа­рювання на узгоджений строк шляхом укладення договору зберігання відповідного товару. До залишеного на зберігання товару додається копія розрахункового документа, на якій зазначається строк зберігання, а на самому товарі розміщується табличка з написом "Продано". Суб'єкт гос­подарювання протягом зазначеного строку несе відпові­дальність за зберігання і якість товару.

Суб'єкт господарювання може надавати додаткові послуги, перелік і вартість яких визначаються відповідно до вимог законодавства.

Доставлені споживачу товари приймаються ним згідно з даними, зазначеними в розрахунковому документі. Доставка товарів споживачу оформляється замовленням-квитанцією або іншим документом із зазначенням найменування суб'єкта господарювання, прізвища споживача, його місця проживання, дати оформлення замовлення, назви товару, артикулу, кількості предметів, видів і вартості послуг, часу їх виконання тощо.

Доставка товарів здійснюється у строк не пізніше 7 днів з моменту оформлення покупки, якщо інший строк не установлено згідно з домовленістю сторін. У разі коли доставка не зроблена через відсутність споживача в обумовленому місці та в обумовлений час, пов­торна доставка здійснюється у строк згідно з домовленіс­тю сторін. Днем передачі товару вважається день доставки това­ру споживачу, а якщо товар потребує спеціальної установ­ки (підключення) чи складення — день їх здійснення, за наявності підпису споживача в супровідній документації. Водночас споживачу надаються документи із зазначенням гарантійного строку (технічний паспорт тощо).

У разі виявлення невідповідності товарів умовам прода­жу (даним, зазначеним у розрахунковому документі), не­комплектних або товарів неналежної якості споживач може відмовитися від прийняття цих товарів. У цьому разі оформ­ляється акт, у якому зазначаються причини відмови. На підставі акта суб'єкт господарювання повинен доставити споживачу товари без недоліків або повернути вартість товарів та послуг. Витрати, пов'язані із заміною товарів, здійснюються за рахунок суб'єкта господарювання. У разі неякісного складання та установки товарів споживач може вимагати безкоштовного усунення недоліків.

Суб'єкт господарювання забезпечує безкоштовну ус­тановку, включення і пуск технічно складних товарів, якщо нормативною документацією та правилами користування ними не допускаються включення і пуск їх безпосередньо споживачем, а також складання меблів у споживача у строк не пізніше 7 днів з моменту оформлення покупки, якщо інший строк не установлено згідно з домовленістю сторін.

Споживач має право обміняти непродовольчий товар належної якості на аналогічний у продавця, у якого він був придбаний, якщо товар не задовольнив його за формою, га­баритами, фасоном, кольором, розміром або з інших причин не може бути ним використаний за призначенням.

Споживач має право на обмін товару належної якості про­тягом чотирнадцяти днів, не рахуючи дня купівлі. Обмін товару належної якості провадиться, якщо він не використовувався і якщо збережено його товарний вигляд, споживчі властивості, пломби, ярлики, а також розрахунковий документ, виданий споживачу разом з проданим товаром.

Перелік товарів належної якості, що не підлягають об­міну (поверненню), затверджується Кабінетом Міністрів України.

Якщо на момент обміну аналогічного товару немає у про­дажу, споживач має право або придбати будь-які інші това­ри з наявного асортименту з відповідним перерахуванням вартості, або розірвати договір та одержати назад гроші в розмірі вартості повернутого товару, або здійснити обмін товару на аналогічний при першому ж надходженні відповід­ного товару в продаж. Продавець зобов'язаний у день над­ходження товару в продаж повідомити про це споживача, який вимагає обміну товару.

При розірванні договору купівлі-продажу розрахунки із споживачем провадяться, виходячи з вартості товару на час його купівлі. Гроші, сплачені за товар, повертаються споживачеві в день розірвання договору, а в разі неможли­вості повернути гроші в день розірвання договору — в ін­ший строк за домовленістю сторін, але не пізніше ніж про­тягом семи днів.

Належна робота (застосування, використання) това­ру, у тому числі комплектуючих виробів, має забезпечува­тися протягом гарантійного строку, установленого норма­тивно-правовими актами, нормативними документами чи договором.

У разі виявлення протягом установленого гарантій­ного строку недоліків споживач у порядку та в строки, що встановлені законодавством, має право вимагати:

- пропорційного зменшення ціни;

- безоплатного усунення недоліків товару в розумний строк;

- відшкодування витрат на усунення недоліків товару.

У разі виявлення протягом установленого гарантійного строку істотних недоліків, які виникли з вини виробника то­вару (продавця, виконавця), або фальсифікації товару, під­тверджених за необхідності висновком експертизи, спожи­вач у порядку та в строки, що встановлені законодавством, і на підставі обов'язкових для сторін правил чи договору має право за своїм вибором вимагати від продавця або виробник

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

МІЖНАРОДНИЙ УНІВЕРСИТЕТ “РІВНЕНСЬКИЙ ЕКОНОМІКО-ГУМАНІТАРНИЙ ІНСТИТУТ ім. СТЕПАНА ДЕМ’ЯНЧУКА”

Shura19@yandex.ru

Контрольна робота з дисципліни “Техніка і технологія торгівлі”

Виконала: студентка курсу, економічного факультету, гр.

Перевірив: викладач

РІВНЕ – 2004

1. Правила користування засобами вимірювальної техніки у торгівлі.

З метою забезпечення єдності вимірів на підприємствах торгівлі всі, що знаходяться в експлуатації засоби вимірів (вимірювальні прилади, гирі, міри довжини й обсягу, у тому числі імпортні, і т.п.) повинні бути справними, правильно встановленими, мати видиме клеймо, або свідчення про перевірку, термін дії якої не минув, видане Державною метрологічною службою або метрологічною службою суб'єкта, що господарює, акредитованою у встановленому порядку.

Усі засоби вимірів повинні бути закріплені за особою, відповідальною за забезпечення єдності вимірів (далі ЗЄВ), призначеним керівником підприємства торгівлі, що повинен знати правила роботи на них і терміни представлення на перевірку.

Відповідальна особа за ЗЄВ, що здійснює контроль, при виявленні несправностей у використовуваних засобах вимірів повинен негайно сповістити керівника підприємства торгівлі, і вилучити несправний засіб вимірів з експлуатації.

Використання не дозволених до застосування (у тому числі побутових) неповірених або несправних засобів вимірів забороняється.

При кожній одиниці ваг, на яких провадиться зважування за допомогою гир, повинен бути відповідний комплект гир. Гирі повинні відповідати установленим вимогам і мати діюче повірене клеймо.

Облік наявності засобів вимірів на підприємстві торгівлі і терміни представлення їх на перевірку варто вести в спеціальному журналі і графіку перевірки.

Керівник підприємства торгівлі несе відповідальність за стан засобів вимірів, і зобов'язаний забезпечити: а) контроль за утримуванням у справному стані засобів вимірів і правильним їх застосуванням; б) своєчасне представлення засобів вимірів на перевірку; в) розробку і проведення організаційно-технічних заходів щодо впровадження сучасної вимірювальної техніки.

Установку, монтаж і порядок роботи з засобами вимірів варто вести відповідно до посібника з експлуатації на конкретний тип приладу.

Установка засобів вимірювання.

Терези встановлюються на міцній, стійкій горизонтальній основі, не підданій різного роду струсам і вібрації.

Доступ до ваг на робочому місці повинен бути вільним, підходи не захаращені.

Місце установки ваг не повинне утрудняти покупцям огляд циферблата  
(цифрових табло) і вантажоприймальної площадки ваг.

Терези настільні циферблатні й електронні встановлюються в горизонтальному положенні по наявному рівні шляхом обертання настановних  
(гвинтових) ніжок. Повітряний пухирець повинен знаходитися в середині окружності рівня, ваги спиратися на всі чотири ніжки. Положення ніжок фіксується контргайками.

Горизонтальність ваг повинна виставлятися заново після кожної зміни місця розташування ваг.

Обидві стрілки ненавантажених циферблатних ваг повинні знаходитися в нульовому положенні.

Після включення електронних ваг, нульові показання індикаторів маси і вартості товару встановлюються шляхом процедури, описаної в інструкції з експлуатації на конкретний тип ваг.

Після транспортування електронних ваг у зимових умовах їхнє включення при кімнатній температурі можливо тільки після закінчення 4 годин.

Електронні ваги повинні використовуватися при температурі і вологості, встановленої в експлуатаційних документах на конкретний тип ваг.

Терези настільні гірьові встановлюються так, щоб станина мала міцне, стійке положення, без яких-небудь прокладок.

Горизонтальність установки ваг визначається шляхом повороту ваг на місці установки на 180° (щоб ліва сторона стала на місці правої). Якщо рівновага ненавантажених ваг при цьому зберігається, то, ваги встановлені горизонтально.

Терези товарні з гирьотримачем і шкальні встановлюють по схилу, укріпленому на їх колонці, при цьому платформа ваг повинна спиратися на платформні важелі всіма чотирма кутами.

Для збереження стійкості ваг, що мають колеса, під раму ваг підводяться бруски з видовбаними в них поглибленнями для коліс, замість окремих брусків можна використовувати раму.

Терези лабораторні рівноплечні 2, 3, 4 класів установлюються по наявному у них схилу чи рівню.

Міри безпеки при експлуатації електронних ваг.

Терези можна підключати тільки до мережі перемінного струму напругою 220 В.

Терези повинні мати захисне заземлення.

При підключенні ваг до мережі не застосовувати перехідні пристрої без контакту, що заземлює.

При зважуванні агресивних і сипучих речовин не допускати їх потрапляння усередину ваг.

Користування засобами вимірів.

Перед зважуванням необхідно переконатися в рівновазі ненавантажених ваг і у випадку, якщо рівновага порушена, її варто відновити з дотриманням вимог експлуатаційної документації.

Рівновага ваг може бути відновлена шляхом: а) очищення чашок і хрестовин від забруднення у вагах настільних гирьових; б) регулювання вагою тарувального вантажу, поміщеного в тарувальній камері, що знаходиться під площадками ваг, у вагах настільних гирьових; в) регулювання ваги тарувального вантажу, що знаходиться під гирьовою площадкою, при розбіжності стрілок з нульовим штрихом шкали (після установки їх за рівнем) у вагах настільних циферблатних; г) регулювання тарувального пристосування, що є на коромислі ваг і тарувального вантажу в камері гирьотримача товарних ваг; д) регулювання тарувальних пристроїв, що є на коромислі у вагах лабораторних 2, 3 і 4 класів.

Терези повинні зберігати рівновагу в ненавантаженому стані протягом усього часу роботи на них. За цим повинні строго стежити працівники торгівлі, що користаються цими вагами.

Якщо у вагах стан рівноваги порушений і не відновлюється за допомогою тарорегулюючих вантажів, то ваги повинні бути негайно вилучені з використання до виправлення недоліків спеціалізованим ремонтним підприємством і надалі здані на перевірку.

У правильно відрегульованих настільних циферблатних вагах покажчик при зважуванні повинен зробити 3-5 коливань в одну й іншу сторону.

Число коливань покажчика регулюється шляхом повертання в ту або іншу сторону склянки заспокоювача (демпфера), що знаходиться під тарною чашкою ваг.

Необхідно стежити, щоб заспокоювач коливань був заповнений до потрібної позначки відповідною рідиною, зазначеній заводом-виготовлювачем в експлуатаційній документації на ваги.

Перед зважуванням на вагах лоткових циферблатних варто перевірити правильність роботи циферблатного покажчика при відкритому аретирі  
(стрілки повинні знаходитися на нульовій позначці шкали), потім закрити аретир.

Вантаж, що зважується, розміщають на лотку, потім відкривають аретир і після заспокоєння стрілок роблять відлік зваженого вантажу. За допомогою перекидача зважений вантаж видаляють з лотка або знімають його разом з лотком.

Не слід залишати ваги під вантажем на тривалий час, а також зважувати на вагах при незакріплених тарорегулюючих вантажах.

В електронних торгових вагах за допомогою механізмів уведення ціни повинні бути встановлені значення за 1 кг. вантажу, що зважується.

У вагах з чекодрукуючим механізмом варто заправити чекову і контрольну стрічки.

При відпустці товарів в упакуванні або тарі поміщають упакування або тару на вантажоприйомну площадку ваг і натискають кнопку тарокомпенсатора. При цьому на цифровому табло ваги з'являються нулі.  
Упакування або тару знімають з ваг, кладуть у неї обраний покупцем товар і поміщають його разом з упакуванням або тарою на вантажоприймальну площадку.  
Табло ваги показує величину чистої ваги зваженої порції товару, а табло вартості - його вартість.

Показання табло ваги знову встановлюють на нуль шляхом повторного натискання кнопки тарокомпенсатора.

Перед зважуванням на вагах товарних нерівноплечних необхідно переконатися, що ваги встановлені по вискові і зберігають рівновагу коромислового покажчика при відкритому аретирі.

Зважування роблять при відкритому аретирі переміщенням основної і додаткової гир до сполучення в горизонтальній площині рухливого покажчика з нерухомим, потім аретир закривають. Відлік показань роблять по основній і додатковій шкалі ваг.

Вантаж укладають на платформу ваг і знімають з неї при закритому аретирі.

Не допускається зважування вантажів з незакріпленими противагою і тарорегулюючими вантажами, а також із закритими замками вантажоприймальної площадки.

При зважуванні товарів повинен дотримуватися діапазон зважування відповідно до вимог ДСТ 29329 "Терези для статичного зважування. Загальні технічні вимоги". Маса товарів, що зважуються, повинна знаходитися в границях від найменших до найбільших меж зважування використовуваних ваг.

Забороняється робити зважування, установлюючи гирі одночасно на обох чашках ваг, і визначати вагу шляхом вирахування. При зважуванні на вагах необхідно користатися якомога меншою кількістю гир.

Зважування на настільних циферблатних вагах товарів, вага яких не перевищує значення шкали циферблата, повинне провадитися безпосередньо за показниками стрілки на циферблаті, без застосування гир.

Зважування товарів, вага яких перевищує значення шкали циферблата, варто робити на вагах з найбільшою межею зважування 10 кг. - за допомогою гир 1 кг., 2 кг. і 5 кг.; на вагах з межею зважування 2 кг. за допомогою гир 200 г., 500 г. і 1 кг.

Після зважування товарів забороняється залишати гирі на площадці  
(лотку, тарілці, платформі) ваг.

При зважуванні варто обов'язково користатися тим видом гир, що привласнений даному типу ваг: при користуванні настільними циферблатними і гирьовими вагами слід застосовувати гирі загального призначення 5 класу, а при користуванні товарними (нерівноплечними) вагами - гирі 6 класу.

Вантаж, що зважується, і гирі варто розміщати на площадці (лотку, платформі) ваг по можливості рівномірно, уникаючи поштовхів і ударів.

Для укладання на платформу товарних нерівноплечних ваг важких вантажів  
(тюків, бочок і т.п.) варто застосовувати похилі містки (трапи), установлюючи їх верхнім краєм у рівень із платформою ваг.

З метою правильного зважування на вагах циферблатних, настільних, товарних вага товару варто фіксувати після встановлення рівноваги ваг.

При зважуванні товарів, що можуть відпускатися тільки в тарі покупця, необхідно попередньо зважити цю тару, назвати її вагу покупцю і дати йому можливість побачити показання ваги порожньої тари.

Забороняється використання в торгівлі на вагах циферблатних знімних чашок, маса яких не введена в тару ваг.

При зважуванні товару на гирьову і вантажоприйомну чашки ваг повинен міститися папір однакового формату, при цьому стрілка ваг повинна бути на нулі.

Після кожного зважування гирі і папір слід знімати з площадки ваг і поміщати їх на певному місці біля ваг. Після зняття паперу стрілка ваг також повинна залишатися на нулі.

Не допускається упакування, нарізка або розкриття вантажів на площадці  
(лотку, чашці або платформі) ваг.

Терезами лабораторними рівноплечними 2, 3 і 4 класів і гирями до них слід користатися з особливою акуратністю і дотриманням наступних умов: а) ваги варто охороняти від струсів, потоків повітря, нерівномірного нагрівання й інших впливів, що впливають на точність зважування; б) перед кожним зважуванням необхідно переконатися в рівновазі ненавантажених ваг і, якщо буде потрібно, відновити порушену рівновагу за допомогою наявних на коромислі тарувальних вантажів; в) навантажувати і розвантажувати ваги слід при закритому аретирі; г) на вагах, що мають вітрину, варто робити зважування при закритих дверцятах вітрини.

Золото, платину, срібло, метали платинової групи і їхні сплави (у злитках, дроті, виробах, монеті, порошках, солях, а також брухт виробів), дорогоцінні камені дозволяється зважувати на вагах лабораторних 3 класу за допомогою гир загального призначення 3 класу.

Відмірювання рідин вручну повинне провадитися: а) металевими кружками місткістю 250, 500 і 1000 мл. при наповненні рідиною в рівень із краями - при відпустці молока і керосину в тару покупця; б) мензурками, що мають два розподіли в 50 і 100 мл., для відпустки вино-горілчаних виробів - місткістю 100 мл.; із двома розподілами 150 і 200 мл. - для відпустки вино-горілчаних виробів місткістю в 200 мл.; мензурки наповняють до оцінки, що указує відповідний обсяг; в) скляними мірними кружками місткістю в 200, 250, 500 і 1000 мл. - для відпустки пива, квасу і морсу; зазначені рідини повинні наливатися в міру з таким розрахунком, щоб після осідання піни рівень рідини знаходився проти мірної позначки; г) спеціальними фужерами, що мають позначену ємність і повірене клеймо  
- для відпустки шампанських вин.

Міри, призначені для відпустки харчових продуктів, повинні виготовлятися з матеріалів, дозволених для відпустки даного харчового продукту Міністерством охорони здоров'я.

Кожна міра в момент її наповнення повинна знаходитися у вертикальному положенні.

Відпустка продуктів, роздрібна ціна на який установлена за одиницю ваги, повинна провадитися тільки по вазі. Відпустка цих продуктів по обсязі не допускається.

Забороняється відпустка мірами місткості грузлих, що прилипають до стінок судини, речовин (рослинна олія, сметана, дьоготь, оліфа і т.п.). Ці товари повинні відпускатися тільки по вазі.

Відмірювання вовняних тканин і ватину при відпустці покупцю провадиться шляхом накладення метра брускового дерев'яного на тканину, що лежить на прилавку (столі) у вільному стані без складок.

Цим же методом відмірюють трикотажні полотнини, бавовняні, лляні і шовкові тканини (меблеві, декоративні, махрові, ворсові, костюмно-одежні й інші, їм подібні).

Тонкі і легкі бавовняні, лляні і шовкові тканини відмірюють метром брусковим дерев'яним шляхом відкидання тканини на прилавок ("в откидку") при вільному без натягу додатку тканини до метра.

Перед відпусткою рідин через дозатори, автомати й інші прилади необхідно щодня перевіряти: а) наявність рідини в резервуарі і чистоту його фільтрів; б) схоронність пломб мірних ємностей; в) точність дози рідини (визначається відповідно до вимог технічної документації заводів-виготовлювачів).

При користуванні дозаторами, автоматами й іншими приладами необхідно строго дотримувати вимоги експлуатаційних документів на ці вироби  
(експлуатаційна документація поставляється в комплекті з виробами).

При користуванні засобами вимірів забороняється: а) підкладати під ніжки циферблатних настільних ваг які-небудь предмети  
(картон, друзки і т.д.); б) робити зважування на вагах, не захищених від дії вітру, дощу і снігу; в) прив'язувати гирі до ваг або столу, а також зв'язувати їх між собою; г) застосовувати гирі для інших цілей, крім зважування; д) застосовувати гирі загального призначення 5 класу при зважуванні на товарних нерівноплечних вагах; е) застосовувати гирі загального призначення 6 класу при зважуванні на настільних циферблатних вагах; ж) користатися для відмірювання рідин брудними і деформованими (які мають вм'ятини і т.п.) мірами місткості; з) користатися засобами вимірів із простроченим клеймом; і) користатися складними і м'якими метрами або нанесеними на прилавок позначками (діленнями).

У торговому приміщенні, де провадиться зважування, відпустка або прийом товарів, забороняється зберігати засоби вимірів, несправні і не задовольняючі вимогам правил і інструкцій.

Несправні засоби вимірів (із простроченим клеймом, без клейма) можуть короткочасно знаходитися в підсобному приміщенні в упакованому або розібраному стані.

Догляд за засобами вимірів.

Терези, гирі, міри довжини й обсягу повинні міститися в справному стані і чистоті. Бруд, що потрапив на них, видаляють за допомогою м'якої тканини, чистою сухою щіткою або пензликом.

Терези, гирі й інші засоби вимірів повинні охоронятися від корозії  
(гирі в міру потреби протирають рідкою машинною олією, потім витирають насухо).

З появою корозії її варто видаляти м'якою тканиною, змоченою в бензині, і протирати сухою тканиною. При значній корозії гирі й інші засоби вимірів необхідно направляти в ремонт.

Площадки, чашки, лотки і платформи ваг, на яких зважуються продовольчі товари, необхідно щодня промивати гарячою водою з милом і харчовою содою, потім промивати чистою гарячою водою і протирати сухою тканиною.

Для догляду за засобами вимірів ваги варто застосовувати миючі засоби, дозволені Міністерством охорони здоров'я.

Переміщати пересувні товарні (нерівноплечні) ваги необхідно при закритих ізолірах і аретирах, за ручки, зберігаючи їх у горизонтальному положенні.

Терези, що мають колеса, дозволяється перекочувати тільки по рівній підлозі, асфальту і т.п. У всіх інших випадках їх варто переносити.

Особливо ретельний догляд потрібно за вагами лабораторними рівноплечними 2, 3, 4 класів і гирями до них. Терези повинні міститися в повній чистоті, причому для видалення пилу з коромисла повинен застосовуватися м'який пензлик, а для очищення чашок - м'яка тканина. Гирі повинні очищатися м'якою щіткою або замшею і зберігатися у відповідних гніздах закритого футляра. Брати гирі безпосередньо руками забороняється, необхідно користатися пінцетом, замшею або чистою тканиною.

Перенесення ваг будь-якої конструкції, їхня установка, догляд і обслуговування повинні здійснюватися в строгій відповідності з вимогами технічної документації заводу-виготовлювача.

Ремонт засобів вимірів повинен виконуватися спеціалізованим підприємством.

Після настроювання або ремонту, пов'язаних зі зняттям пломби, засіб вимірів повинен бути представлений на перевірку.

При ушкодженні відбитка перевірочного клейма або утраті свідчення, що підтверджує проходження перевірки, засоби вимірів повинні бути вилучені з застосування і спрямовані на позачергову перевірку.

2. Правила продажу електропобутових товарів.

Правила поширюються на всіх суб’єктів господарської діяльності на території України незалежно від форм власності, які пройшли реєстрацію в установленому порядку та здійснюють продаж непродовольчих товарів.

Роздрібний продаж непродовольчих товарів здійснюється через спеціалізовані підприємства, у тому числі фірмові, підприємства з універсальним асортиментом непродовольчих товарів, спеціалізовані відділи  
(секції) підприємств з універсальним асортиментом продовольчих товарів, підприємства роздрібної торгівлі споживчої кооперації, дрібнороздрібну торговельну мережу.

Роздрібна торгівля виробами лікувально-гігієнічного та медичного призначення може здійснюватися через аптеки або їх структурні підрозділи.

Суб’єкт господарської діяльності повинен оснащувати складські, торговельні приміщення відповідним торговельно-технологічним обладнанням та інвентарем для належного виконання вимог із зберігання, підготовки до продажу, демонстрації та продажу непродовольчих товарів, а також вимог санітарно-гігієнічних, технологічних та пожежних норм і правил.

Суб’єкт господарської діяльності зобов’язаний забезпечити приймання, зберігання і продаж у роздрібній мережі непродовольчих товарів відповідно до вимог законодавчих актів, ГОСТів, ДСТУ, ТУ, зразків (еталонів).

Непродовольчі товари, продаж яких може негативно впливати на здоров’я людей, підлягають державній санітарно-гігієнічній експертизі в установленому законодавством порядку.

Усі непродовольчі товари у суб’єкта господарської діяльності мають бути з документами, наявність яких передбачена чинним законодавством (накладні, товарно-транспортні накладні, копії сертифікатів відповідності державної системи сертифікації або копії свідоцтв про визнання відповідності на бланках установленого зразка).

Працівники суб’єкта господарської діяльності, які здійснюють обслуговування покупців, повинні мати спеціальну професійну підготовку: знати асортимент і якісні характеристики товарів певної групи, ознаки дефектів виробничого характеру; правила підготовки товарів до продажу; принципи розміщення, викладки товарів і оформлення вітрин; способи показу і пакування товарів; правила зберігання товарів і терміни їх реалізації; порядок таврування засобів міри та ваги; правила роботи реєстраторів розрахункових операцій і порядок розрахунку з покупцями; види торговельного обладнання, інвентарю, інструментів і правила користування ними; правила поводження з тарою; правила санітарії і гігієни, а також техніки безпеки та пожежної безпеки тощо.

Працівники суб’єкта господарської діяльності повинні мати формений або інший одяг, що відповідає естетичним вимогам.

До подання товарів у торговельний (демонстраційний) зал працівники суб’єкта господарської діяльності проводять підготовку товарів до продажу  
(розпакування, перевірка цілісності індивідуальної упаковки, пломб підприємства-виробника, наявності маркувальних даних і якості, чищення, прасування, перевірка наявності інструкцій з експлуатації, технічних паспортів, гарантійних талонів, комплектність виробів, перевірка роботи в дії тощо).

У разі відсутності на індивідуальній упаковці товару маркування підприємства-виробника, визначеного законодавчими актами та нормативними документами, товар до продажу не допускається.

У разі пошкодження (потертості) маркувального ярлика підприємства- виробника суб’єкт господарської діяльності переносить усі маркувальні дані на дублікат товарного ярлика, який засвідчує підписом особа, відповідальна за приймання товару. Дублікат товарного ярлика прикріплюється до товару.

Продаж непродовольчих товарів здійснюється методом самообслуговування, за зразками, каталогами, з індивідуальним обслуговуванням покупців, у тому числі з відкритою викладкою.

Суб’єкт господарської діяльності зобов’язаний усіляко сприяти покупцю у вільному виборі товарів і додаткових послуг та у разі перевірки покупцем якості, безпеки, комплектності, міри та ціни товарів, що підлягають придбанню, надавати на його вимогу контрольно-вимірювальні прилади, документи про якість, безпеку, ціну товарів.

Суб’єкт господарської діяльності повинен забезпечити демонстрацію користування товаром, якщо це не виключено характером товару.

Здійснюючи продаж електропобутових товарів вітчизняного та іноземного виробництва, працівники суб’єкта господарської діяльності зобов’язані надати покупцям у доступній наочній формі (у супровідній документації, на етикетці, а також маркуванням чи іншим способом, прийнятим для окремих видів товарів) необхідну, достовірну та своєчасну інформацію про товари на державній мові, яка має містити:

> назву товарів;

> назву нормативних документів, вимогам яких повинні відповідати товари;

> дані про основні властивості товарів;

> відомості про вміст шкідливих для здоров’я речовин (у разі їх наявності) порівняно з вимогами нормативно-правових актів і нормативних документів, а також протипоказання щодо застосування;

> ціну, умови та правила придбання товарів;

> дату виготовлення;

> умови зберігання;

> гарантійні зобов’язання виробника;

> правила та умови ефективного і безпечного використання товарів;

> термін служби (придатності) товарів, відомості про необхідні дії покупця після його закінчення, а також про можливі наслідки в разі невиконання цих дій;

> найменування та адресу виробника або підприємства, яке здійснює його функції щодо прийняття претензій від покупця, а також проводить ремонт і технічне обслуговування;

> інформацію про сертифікацію товарів (якщо вони підлягають обов’язковій сертифікації).

Продавець зобов’язаний довести до відома покупця інформацію стосовно товарів, які за певних умов можуть бути небезпечними для життя, здоров’я покупця та його майна.

Товари, що надійшли у продаж від фізичної особи – суб’єкта підприємницької діяльності, повинні мати ярлик із зазначенням прізвища вказаної особи, імені та по батькові, номера свідоцтва про її державну реєстрацію як суб’єкта підприємницької діяльності та назви органу, що здійснив цю реєстрацію (у разі потреби – відомості про сертифікацію цих товарів), а також гарантійного терміну або терміну придатності.

Електропобутові товари.

Цей розділ Правил визначає особливості продажу побутових холодильників, морозильників, машин і приладів для механізації побутових робіт, побутових приладів для очищення, зволоження, кондиціонування повітря, електроосвітлювальної арматури і електроламп, електронагрівальних приладів, провідникових і встановлювальних виробів тощо (далі – електропобутові товари).

Маркування електропобутових товарів передбачає наявність інформації про найменування підприємства-виробника, його адресу, товарний (фірмовий) знак, назву товару, номінальну напругу (В), номінальну потужність (Вт), номінальний струм (А), ступінь захисту від ураження електрострумом, позначення щодо захищеності від вологи, знак заземлення, позначення нормативного документа, дату випуску.

На електронагрівальних приладах маркувальні дані розміщуються безпосередньо на корпусах або металевих пластинках, які прикріплюються до приладів.

Проводи і шнури повинні мати додаткове маркування: марку проводу  
(шнура), кількість жил, номінальний переріз (ммІ), довжину (м) для бухт, кількість і довжину шнура в пачці, масу брутто (кг).

Індивідуальна упаковка електропобутових товарів має містити маркувальні дані: найменування підприємства-виробника, його адресу, товарний (фірмовий) знак, назву товару, номінальну напругу (В), рід струму, номінальну потужність (Вт), попереджувальні знаки, позначення нормативного документа.

Здійснюючи приймання електропобутових товарів, перевіряють наявність технічного паспорта, інструкції з експлуатації.

Товари, на які поширюються гарантійні терміни експлуатації, повинні мати гарантійні талони встановленого зразка.

Перевірка комплектності електропобутових товарів проводиться відповідно до даних технічного паспорта.

Суб’єкту господарської діяльності забороняється комплектувати вироби та пропонувати покупцю різноманітні перехідники для з’єднування триконтактних вилок з двоконтактними розетками.

Електропобутові товари зберігають у сухих, чистих, добре вентильованих приміщеннях, ізольованих від місць зберігання кислот і лугів, при температурі не нижче ніж +5° С і відносній вологості повітря не більше ніж 65-70 %.

При зберіганні електропобутові товари розміщують на відстані не менше ніж 1 м від приладів опалювання, 0,5 м – від джерел електричного освітлення. Проходи між штабелями мають бути не менше ніж 0,7 м.

При зберіганні електропобутових товарів необхідно додержуватися попереджувальних знаків, написів, зображених на упаковці: “Обережно”, “Не кантувати” тощо.

Зразки електропобутових товарів повинні мати короткі анотації щодо основних технічних характеристик. При продажу електропобутових виробів з трипровідним шнуром живлення та триконтактною вилкою для підключення виробу до електричної мережі продавець (виробник) зобов’язаний в анотації подати попереджувальну інформацію такого змісту: “Забороняється використання виробу в приміщеннях, де електрична мережа не обладнана заземлювальним проводом”.

У торговельному (демонстраційному) залі електропобутові товари розміщують за підгрупами у надприлавочних вітринах і вітринах-шафах, на пристінних та острівних гірках, настінних пультах, кронштейнах, штангах, підставках-постаментах тощо.

Зона продажу електропобутових товарів повинна бути забезпечена необхідними електровимірювальними та випробувальними приладами (щитками і пультами для опробування електроламп і електроприладів), контрольними патронами, вольтметрами, лампочками, приладами для перевірки вимикачів, жердиною для підвішування та знімання електроосвітлювальної арматури, котушками для зберігання електрошнура, набором інструментів (викрутка, плоскогубці, гострозубці тощо) та іншим обладнанням та інвентарем.

У торговельному підприємстві можуть розташовуватися майстерні для дрібного ремонту та збирання виробів.

При продажу електропобутових товарів працівники суб’єкта господарської діяльності зобов’язані в присутності покупця перевірити їх якість, комплектність, наявність технічного паспорта, гарантійного талона, інструкції з експлуатації, точність міри або кількості (шнура, проводу, дрібних товарів) та в обов’язковому порядку заповнити гарантійний талон.

Технічно складні електропобутові товари та електроосвітлювальна арматура, електролампи перевіряються в дії.

При продажу окремих видів електропобутових товарів продавець повинен поінформувати покупця щодо супутніх товарів та запасних деталей, які є у продажу.

3. Закупка товарів торговими підприємствами.

Закупівельна робота є основою комерційної діяльності в торгівлі. З неї, власне кажучи, починається комерційна робота. Щоб продати товар покупцю і дістати прибуток необхідно мати товар. Головна функція товарного обігу зводитися до зміни форми вартості по формулі:

Г-Т і Т'-Г'.

Формула розкриває сутність комерційної роботи в торгівлі – підприємець, маючи певну суму коштів, закуповує товар, що потім реалізує в кошти з деяким приростом. Виходячи з основної функції товарного обігу, можна зробити висновок, що комерційна робота в торгівлі починається з закупівлі товарів з метою наступного їхнього продажу.

По своїй економічній природі закупівлі являють собою оптовий або дрібнооптовий товарообіг, здійснюваний суб'єктами торгової діяльності з метою наступного перепродажу закуплених товарів.

Правильно організовані оптові закупівлі дають можливість сформувати необхідний торговий асортимент товарів для постачання населення або роздрібній торговій мережі, здійснювати вплив на виробників товарів відповідно до вимог купівельного попиту, забезпечують ефективну роботу торгового підприємства.

В умовах ринкової економіки організація і технологія закупівельної роботи в Україні перетерпіла корінні зміни.

На зміну фондовому розподілу товарів при плановій централізованій системі управління економікою, системі централізованого прикріплення покупців до постачальників, твердих державних цін, нерівності суб'єктів, що хазяюють, твердої регламентації постачань товарів, відсутності самостійності, ініціативи, заповзятливості комерційних працівників прийшла епоха вільних ринкових відносин, що характеризуються:

- волею вибору партнера, контрагента по закупівлі товарів;

- множинністю джерел закупівлі (постачальників);

- рівноправністю партнерів;

- саморегулюванням процесів постачання товарів;

- вільністю ціноутворення;

- конкуренцією постачальників і покупців;

- економічною відповідальністю сторін;

- ініціативою, самостійністю і заповзятливістю комерсанта по закупівлі товарів.

Комерційна робота з оптової закупівлі товарів складається з наступних етапів:

- вивчення і прогнозування купівельного попиту;

- виявлення і вивчення джерел надходження і постачальників товарів;

- організація раціональних господарських зв'язків з постачальниками товарів, включаючи розробку і укладання договорів постачання, надання замовлень і заявок постачальникам;

- організація і технологія закупівель безпосередньо у виробників товарів, посередників, на товарних біржах, аукціонах, у імпортерів і інших постачальників;

- організація обліку і контролю за оптовими закупівлями.

Комерційна робота з оптових закупівель товарів у ринкових умовах повинна ґрунтуватися на принципах сучасного маркетингу. За допомогою методів маркетингу комерційні працівники, керівники, менеджери торгових підприємств одержують необхідну інформацію про те, які вироби і чому хочуть купувати споживачі, про ціни, що споживачі готові заплатити, про те, у яких регіонах попит на дані вироби найбільш високий, де збут або закупівля продукції може принести найбільший прибуток.

Вивчення і прогнозування купівельного попиту є необхідною маркетинговою умовою для проведення успішної комерційної роботи з закупівель товарів.  
Маркетингова наука виробила цілий арсенал засобів і способів вивчення і прогнозування купівельного попиту, які необхідно використовувати при організації оптових закупівель товарів. Тому оптові закупівлі варто починати з вивчення попиту, потреб покупців на товари, купівельних намірів і інших факторів, що формують попит. Оптові бази, будучи торговими підприємствами й обслуговуючи певний територіально-економічний район, вивчають в основному обсяг купівельного попиту на ті або інші види товарів і в окремих випадках асортиментну структуру попиту. Для цього на оптових підприємствах використовуються різні методи вивчення і прогнозування попиту. До цих методів варто віднести оперативний облік продажу товарів і руху товарних запасів за минулий період, вивчення й узагальнення заявок і замовлень роздрібних торгових підприємств на потребу і постачання товарів, облік і аналіз незадоволеного попиту оптових покупців, проведення асортиментних і кон'юнктурних нарад з покупцями товарів і ін.

Для проведення роботи з вивчення і прогнозування попиту на великому і середньому торговому підприємствах створюються маркетингові служби  
(відділи), однією з основних функцій яких є вивчення як загального обсягу попиту (місткості ринку), так і внутрігрупової структури попиту на закуповувані товари.

Для успішного виконання комерційних операцій по закупівлі товарів оптові бази повинні систематично займатися виявленням і вивченням джерел закупівлі і постачальників товарів. Комерційні працівники повинні добре знати свій економічний район і його природні багатства, промисловість, сільське господарство, виробничі можливості й асортимент вироблюваних виробів на промислових підприємствах.

Важлива роль у комерційній роботі приділяється вишукуванню додаткових ресурсів з місцевої сировини, продукції кооперативної промисловості, підсобних, фермерських господарств, продукції індивідуальної трудової діяльності. Комерційний апарат оптових баз повинен виявляти можливості розвитку нових видів виробництва і відновлення старих забутих промислів, особливо художніх, вести облік і повсякденно вивчати конкретних постачальників, виявляти і реєструвати виробників товарів, ще не зв'язаних договірними відносинами з базою, готувати пропозиції з питань збільшення вироблення потрібних товарів, розширення асортименту, поліпшення якості.

Комерційні працівники повинні відвідувати підприємства-виробників з метою ознайомлення з виробничими можливостями підприємства, обсягом і якістю продукції, що випускається, а також брати участь у нарадах із працівниками промисловості, виставках-переглядах нових зразків виробів, оптових ярмарках.

Комерційним працівникам необхідно постійно стежити за рекламними оголошеннями в ЗМІ, проспектами, каталогами. Формування товарних ресурсів є предметом постійної роботи торгового апарату оптових баз. У ринкових умовах форми і методи цієї роботи перетерпіли істотні зміни. Головні зміни полягають у тому, що на зміну методам централізованого розподілу товарних ресурсів прийшла ринкова практика вільної купівлі-продажу товарів за цінами попиту та пропозиції. Тому комерційна ініціатива торгових працівників по залученню в товарообіг максимальних товарних ресурсів з метою одержання необхідного прибутку повинна сполучатися з турботою про кінцевих покупців, обліком їхньої платоспроможності, з недопущенням невиправданого росту цін, наданням населенню можливості придбати товари за доступними цінами.

До джерел надходження товарів відносять галузі народного господарства, що виробляють різні товари народного споживання (АПК, легка промисловість, машинобудування і т.д.). До постачальників товарів відносять конкретні підприємства різних джерел надходження, тобто тих або інших галузей народного господарства, різних сфер виробничо-економічної діяльності, що виробляють товари і послуги.

З огляду на велике різноманіття постачальників товарів їх можна класифікувати на різні групи по різних ознаках.

В узагальненому вигляді всіх постачальників товарів можна підрозділити на дві категорії: постачальників-виробників і постачальників-посередників, що закуповують продукцію у її виробників і реалізуючих її оптовим покупцям.

Постачальниками-посередниками можуть бути оптові підприємства загальнонаціонального, регіонального рівня різного товарного асортименту  
(спеціалізації), що складають основу системи оптової структури на споживчому ринку, оптові посередники (дистриб’ютори, підприємства-брокери, підприємства-агенти, дилери), а також організатори оптового обігу (оптові ярмарки, аукціони, товарні біржа, оптові і дрібнооптові ринки, магазини- склади і т.п.).

Оптові посередники в умовах ринкової економіки здобувають самостійне значення в сфері закупівельної діяльності.

Дистриб’ютор – фірма, що здійснює збут на основі оптових закупівель у великих промислових фірм-виробників готової продукції. Це відносно велика фірма, що володіє власними складами і встановлює тривалі контрактні відносини з промисловцями.

Брокерська фірма – підприємство, що надає посередницькі послуги державним і комерційним структурам у придбанні, продажі й обміні товарів.  
Брокер (фізична особа) – торговий посередник при укладанні угод між покупцями і продавцями товарів на товарній біржі. Діє він з доручення клієнтів, одержуючи від них винагороду.

Дилер – юридична або фізична особа, що здійснює біржове або торгове посередництво за свій рахунок і від свого імені. Доходи дилера утворюються за рахунок різниці між покупною і продажною ціною товару, валют і цінних паперів.

Важливим посередницьким елементом у закупівельній діяльності є організатори оптового товарообігу – товарні біржі, оптові ярмарки, аукціони, оптові ринки й інші підприємства. Основною задачею цих структур є створення умов для організації закупівельної і реалізаційної діяльності клієнтів. Однак вони не є самостійними суб'єктами оптової торгової діяльності.

По територіальній ознаці постачальники товарів бувають місцевими, позаобласними, республіканськими і позареспубліканськими. Оптові підприємства частіше закуповують товари у позаобласних і позареспубліканських постачальників, з огляду на, що не у всіх областях і республіках розвите виробництво багатьох товарів і їх приходиться завозити.  
Місцеві постачальники найчастіше поставляють товари безпосередньо роздрібним торговим підприємствам, минаючи оптові бази.

Постачальники також розрізняються по їх приналежності до тієї або іншої господарської системи. Постачальники, що відносяться до тієї ж системи, у яку входять оптові покупці, називаються внутрісистемними, інші – позасистемні.

За формою власності постачальники можуть бути приватними, державними, муніципальними, кооперативними й іншими формами власності.

Вивчаючи джерела закупівель товарів, комерційні працівники складають на кожного постачальника спеціальні картки, причому їх доцільно групувати по місцевих, міжобласних і міжреспубліканських постачальниках. У картках указують дані про виробничу потужність підприємства, про кількість і асортимент продукції, що випускається, про можливість виробництва інших товарів, умови постачання товарів і інші відомості, що цікавлять оптові бази.

З постачальниками товарів повинні бути налагоджені раціональні господарські зв'язки, переважно прямі і довгострокові договірні взаємини, що дозволяють закуповувати товари безпосередньо у постачальників-виробників на стабільній довгостроковій основі.

Список літератури

1. Ф.Г. Панкратов, Т.К. Серегина «Коммерческая деятельность», М.:

Информационно-вычислительный центр «Маркетинг», 1998. – 328 с.

2. «Экономика торгового предприятия» под общ. Ред. Проф. А.И. Гребнева,

М.: Экономика, 1997. – 238 с.

3. Т.О.Примак. “Економіка підприємства”, навчальний посібник. – Київ,

“Вікар”, 2001р.

4. Економіка підприємства. Підручник. За загальною ред. д. е. н., профессора С.Ф.Покропивного. – Київ, 2001 р.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

МІЖНАРОДНИЙ УНІВЕРСИТЕТ “РІВНЕНСЬКИЙ ЕКОНОМІКО-ГУМАНІТАРНИЙ ІНСТИТУТ ім. СТЕПАНА ДЕМ’ЯНЧУКА”

Shura19@yandex.ru

Контрольна робота з дисципліни “Техніка і технологія торгівлі”

Виконала: студентка курсу, економічного факультету, гр.

Перевірив: викладач

РІВНЕ – 2004

1. Правила користування засобами вимірювальної техніки у торгівлі.

З метою забезпечення єдності вимірів на підприємствах торгівлі всі, що знаходяться в експлуатації засоби вимірів (вимірювальні прилади, гирі, міри довжини й обсягу, у тому числі імпортні, і т.п.) повинні бути справними, правильно встановленими, мати видиме клеймо, або свідчення про перевірку, термін дії якої не минув, видане Державною метрологічною службою або метрологічною службою суб'єкта, що господарює, акредитованою у встановленому порядку.

Усі засоби вимірів повинні бути закріплені за особою, відповідальною за забезпечення єдності вимірів (далі ЗЄВ), призначеним керівником підприємства торгівлі, що повинен знати правила роботи на них і терміни представлення на перевірку.

Відповідальна особа за ЗЄВ, що здійснює контроль, при виявленні несправностей у використовуваних засобах вимірів повинен негайно сповістити керівника підприємства торгівлі, і вилучити несправний засіб вимірів з експлуатації.

Використання не дозволених до застосування (у тому числі побутових) неповірених або несправних засобів вимірів забороняється.

При кожній одиниці ваг, на яких провадиться зважування за допомогою гир, повинен бути відповідний комплект гир. Гирі повинні відповідати установленим вимогам і мати діюче повірене клеймо.

Облік наявності засобів вимірів на підприємстві торгівлі і терміни представлення їх на перевірку варто вести в спеціальному журналі і графіку перевірки.

Керівник підприємства торгівлі несе відповідальність за стан засобів вимірів, і зобов'язаний забезпечити: а) контроль за утримуванням у справному стані засобів вимірів і правильним їх застосуванням; б) своєчасне представлення засобів вимірів на перевірку; в) розробку і проведення організаційно-технічних заходів щодо впровадження сучасної вимірювальної техніки.

Установку, монтаж і порядок роботи з засобами вимірів варто вести відповідно до посібника з експлуатації на конкретний тип приладу.

Установка засобів вимірювання.

Терези встановлюються на міцній, стійкій горизонтальній основі, не підданій різного роду струсам і вібрації.

Доступ до ваг на робочому місці повинен бути вільним, підходи не захаращені.

Місце установки ваг не повинне утрудняти покупцям огляд циферблата

(цифрових табло) і вантажоприймальної площадки ваг.

Терези настільні циферблатні й електронні встановлюються в горизонтальному положенні по наявному рівні шляхом обертання настановних

(гвинтових) ніжок. Повітряний пухирець повинен знаходитися в середині окружності рівня, ваги спиратися на всі чотири ніжки. Положення ніжок фіксується контргайками.

Горизонтальність ваг повинна виставлятися заново після кожної зміни місця розташування ваг.

Обидві стрілки ненавантажених циферблатних ваг повинні знаходитися в нульовому положенні.

Після включення електронних ваг, нульові показання індикаторів маси і вартості товару встановлюються шляхом процедури, описаної в інструкції з експлуатації на конкретний тип ваг.

Після транспортування електронних ваг у зимових умовах їхнє включення при кімнатній температурі можливо тільки після закінчення 4 годин.

Електронні ваги повинні використовуватися при температурі і вологості, встановленої в експлуатаційних документах на конкретний тип ваг.

Терези настільні гірьові встановлюються так, щоб станина мала міцне, стійке положення, без яких-небудь прокладок.

Горизонтальність установки ваг визначається шляхом повороту ваг на місці установки на 180° (щоб ліва сторона стала на місці правої). Якщо рівновага ненавантажених ваг при цьому зберігається, то, ваги встановлені горизонтально.

Терези товарні з гирьотримачем і шкальні встановлюють по схилу, укріпленому на їх колонці, при цьому платформа ваг повинна спиратися на платформні важелі всіма чотирма кутами.

Для збереження стійкості ваг, що мають колеса, під раму ваг підводяться бруски з видовбаними в них поглибленнями для коліс, замість окремих брусків можна використовувати раму.

Терези лабораторні рівноплечні 2, 3, 4 класів установлюються по наявному у них схилу чи рівню.

Міри безпеки при експлуатації електронних ваг.

Терези можна підключати тільки до мережі перемінного струму напругою 220 В.

Терези повинні мати захисне заземлення.

При підключенні ваг до мережі не застосовувати перехідні пристрої без контакту, що заземлює.

При зважуванні агресивних і сипучих речовин не допускати їх потрапляння усередину ваг.

Користування засобами вимірів.

Перед зважуванням необхідно переконатися в рівновазі ненавантажених ваг і у випадку, якщо рівновага порушена, її варто відновити з дотриманням вимог експлуатаційної документації.

Рівновага ваг може бути відновлена шляхом: а) очищення чашок і хрестовин від забруднення у вагах настільних гирьових; б) регулювання вагою тарувального вантажу, поміщеного в тарувальній камері, що знаходиться під площадками ваг, у вагах настільних гирьових; в) регулювання ваги тарувального вантажу, що знаходиться під гирьовою площадкою, при розбіжності стрілок з нульовим штрихом шкали (після установки їх за рівнем) у вагах настільних циферблатних; г) регулювання тарувального пристосування, що є на коромислі ваг і тарувального вантажу в камері гирьотримача товарних ваг; д) регулювання тарувальних пристроїв, що є на коромислі у вагах лабораторних 2, 3 і 4 класів.

Терези повинні зберігати рівновагу в ненавантаженому стані протягом усього часу роботи на них. За цим повинні строго стежити працівники торгівлі, що користаються цими вагами.

Якщо у вагах стан рівноваги порушений і не відновлюється за допомогою тарорегулюючих вантажів, то ваги повинні бути негайно вилучені з використання до виправлення недоліків спеціалізованим ремонтним підприємством і надалі здані на перевірку.

У правильно відрегульованих настільних циферблатних вагах покажчик при зважуванні повинен зробити 3-5 коливань в одну й іншу сторону.

Число коливань покажчика регулюється шляхом повертання в ту або іншу сторону склянки заспокоювача (демпфера), що знаходиться під тарною чашкою ваг.

Необхідно стежити, щоб заспокоювач коливань був заповнений до потрібної позначки відповідною рідиною, зазначеній заводом-виготовлювачем в експлуатаційній документації на ваги.

Перед зважуванням на вагах лоткових циферблатних варто перевірити правильність роботи циферблатного покажчика при відкритому аретирі

(стрілки повинні знаходитися на нульовій позначці шкали), потім закрити аретир.

Вантаж, що зважується, розміщають на лотку, потім відкривають аретир і після заспокоєння стрілок роблять відлік зваженого вантажу. За допомогою перекидача зважений вантаж видаляють з лотка або знімають його разом з лотком.

Не слід залишати ваги під вантажем на тривалий час, а також зважувати на вагах при незакріплених тарорегулюючих вантажах.

В електронних торгових вагах за допомогою механізмів уведення ціни повинні бути встановлені значення за 1 кг. вантажу, що зважується.

У вагах з чекодрукуючим механізмом варто заправити чекову і контрольну стрічки.

При відпустці товарів в упакуванні або тарі поміщають упакування або тару на вантажоприйомну площадку ваг і натискають кнопку тарокомпенсатора. При цьому на цифровому табло ваги з'являються нулі.

Упакування або тару знімають з ваг, кладуть у неї обраний покупцем товар і поміщають його разом з упакуванням або тарою на вантажоприймальну площадку.

Табло ваги показує величину чистої ваги зваженої порції товару, а табло вартості - його вартість.

Показання табло ваги знову встановлюють на нуль шляхом повторного натискання кнопки тарокомпенсатора.

Перед зважуванням на вагах товарних нерівноплечних необхідно переконатися, що ваги встановлені по вискові і зберігають рівновагу коромислового покажчика при відкритому аретирі.

Зважування роблять при відкритому аретирі переміщенням основної і додаткової гир до сполучення в горизонтальній площині рухливого покажчика з нерухомим, потім аретир закривають. Відлік показань роблять по основній і додатковій шкалі ваг.

Вантаж укладають на платформу ваг і знімають з неї при закритому аретирі.

Не допускається зважування вантажів з незакріпленими противагою і тарорегулюючими вантажами, а також із закритими замками вантажоприймальної площадки.

При зважуванні товарів повинен дотримуватися діапазон зважування відповідно до вимог ДСТ 29329 "Терези для статичного зважування. Загальні технічні вимоги". Маса товарів, що зважуються, повинна знаходитися в границях від найменших до найбільших меж зважування використовуваних ваг.

Забороняється робити зважування, установлюючи гирі одночасно на обох чашках ваг, і визначати вагу шляхом вирахування. При зважуванні на вагах необхідно користатися якомога меншою кількістю гир.

Зважування на настільних циферблатних вагах товарів, вага яких не перевищує значення шкали циферблата, повинне провадитися безпосередньо за показниками стрілки на циферблаті, без застосування гир.

Зважування товарів, вага яких перевищує значення шкали циферблата, варто робити на вагах з найбільшою межею зважування 10 кг. - за допомогою гир 1 кг., 2 кг. і 5 кг.; на вагах з межею зважування 2 кг. за допомогою гир 200 г., 500 г. і 1 кг.

Після зважування товарів забороняється залишати гирі на площадці

(лотку, тарілці, платформі) ваг.

При зважуванні варто обов'язково користатися тим видом гир, що привласнений даному типу ваг: при користуванні настільними циферблатними і гирьовими вагами слід застосовувати гирі загального призначення 5 класу, а при користуванні товарними (нерівноплечними) вагами - гирі 6 класу.

Вантаж, що зважується, і гирі варто розміщати на площадці (лотку, платформі) ваг по можливості рівномірно, уникаючи поштовхів і ударів.

Для укладання на платформу товарних нерівноплечних ваг важких вантажів

(тюків, бочок і т.п.) варто застосовувати похилі містки (трапи), установлюючи їх верхнім краєм у рівень із платформою ваг.

З метою правильного зважування на вагах циферблатних, настільних, товарних вага товару варто фіксувати після встановлення рівноваги ваг.

При зважуванні товарів, що можуть відпускатися тільки в тарі покупця, необхідно попередньо зважити цю тару, назвати її вагу покупцю і дати йому можливість побачити показання ваги порожньої тари.

Забороняється використання в торгівлі на вагах циферблатних знімних чашок, маса яких не введена в тару ваг.

При зважуванні товару на гирьову і вантажоприйомну чашки ваг повинен міститися папір однакового формату, при цьому стрілка ваг повинна бути на нулі.

Після кожного зважування гирі і папір слід знімати з площадки ваг і поміщати їх на певному місці біля ваг. Після зняття паперу стрілка ваг також повинна залишатися на нулі.

Не допускається упакування, нарізка або розкриття вантажів на площадці

(лотку, чашці або платформі) ваг.

Терезами лабораторними рівноплечними 2, 3 і 4 класів і гирями до них слід користатися з особливою акуратністю і дотриманням наступних умов: а) ваги варто охороняти від струсів, потоків повітря, нерівномірного нагрівання й інших впливів, що впливають на точність зважування; б) перед кожним зважуванням необхідно переконатися в рівновазі ненавантажених ваг і, якщо буде потрібно, відновити порушену рівновагу за допомогою наявних на коромислі тарувальних вантажів; в) навантажувати і розвантажувати ваги слід при закритому аретирі; г) на вагах, що мають вітрину, варто робити зважування при закритих дверцятах вітрини.

Золото, платину, срібло, метали платинової групи і їхні сплави (у злитках, дроті, виробах, монеті, порошках, солях, а також брухт виробів), дорогоцінні камені дозволяється зважувати на вагах лабораторних 3 класу за допомогою гир загального призначення 3 класу.

Відмірювання рідин вручну повинне провадитися: а) металевими кружками місткістю 250, 500 і 1000 мл. при наповненні рідиною в рівень із краями - при відпустці молока і керосину в тару покупця; б) мензурками, що мають два розподіли в 50 і 100 мл., для відпустки вино-горілчаних виробів - місткістю 100 мл.; із двома розподілами 150 і 200 мл. - для відпустки вино-горілчаних виробів місткістю в 200 мл.; мензурки наповняють до оцінки, що указує відповідний обсяг; в) скляними мірними кружками місткістю в 200, 250, 500 і 1000 мл. - для відпустки пива, квасу і морсу; зазначені рідини повинні наливатися в міру з таким розрахунком, щоб після осідання піни рівень рідини знаходився проти мірної позначки; г) спеціальними фужерами, що мають позначену ємність і повірене клеймо

- для відпустки шампанських вин.

Міри, призначені для відпустки харчових продуктів, повинні виготовлятися з матеріалів, дозволених для відпустки даного харчового продукту Міністерством охорони здоров'я.

Кожна міра в момент її наповнення повинна знаходитися у вертикальному положенні.

Відпустка продуктів, роздрібна ціна на який установлена за одиницю ваги, повинна провадитися тільки по вазі. Відпустка цих продуктів по обсязі не допускається.

Забороняється відпустка мірами місткості грузлих, що прилипають до стінок судини, речовин (рослинна олія, сметана, дьоготь, оліфа і т.п.). Ці товари повинні відпускатися тільки по вазі.

Відмірювання вовняних тканин і ватину при відпустці покупцю провадиться шляхом накладення метра брускового дерев'яного на тканину, що лежить на прилавку (столі) у вільному стані без складок.

Цим же методом відмірюють трикотажні полотнини, бавовняні, лляні і шовкові тканини (меблеві, декоративні, махрові, ворсові, костюмно-одежні й інші, їм подібні).

Тонкі і легкі бавовняні, лляні і шовкові тканини відмірюють метром брусковим дерев'яним шляхом відкидання тканини на прилавок ("в откидку") при вільному без натягу додатку тканини до метра.

Перед відпусткою рідин через дозатори, автомати й інші прилади необхідно щодня перевіряти: а) наявність рідини в резервуарі і чистоту його фільтрів; б) схоронність пломб мірних ємностей; в) точність дози рідини (визначається відповідно до вимог технічної документації заводів-виготовлювачів).

При користуванні дозаторами, автоматами й іншими приладами необхідно строго дотримувати вимоги експлуатаційних документів на ці вироби

(експлуатаційна документація поставляється в комплекті з виробами).

При користуванні засобами вимірів забороняється: а) підкладати під ніжки циферблатних настільних ваг які-небудь предмети

(картон, друзки і т.д.); б) робити зважування на вагах, не захищених від дії вітру, дощу і снігу; в) прив'язувати гирі до ваг або столу, а також зв'язувати їх між собою; г) застосовувати гирі для інших цілей, крім зважування; д) застосовувати гирі загального призначення 5 класу при зважуванні на товарних нерівноплечних вагах; е) застосовувати гирі загального призначення 6 класу при зважуванні на настільних циферблатних вагах; ж) користатися для відмірювання рідин брудними і деформованими (які мають вм'ятини і т.п.) мірами місткості; з) користатися засобами вимірів із простроченим клеймом; і) користатися складними і м'якими метрами або нанесеними на прилавок позначками (діленнями).

У торговому приміщенні, де провадиться зважування, відпустка або прийом товарів, забороняється зберігати засоби вимірів, несправні і не задовольняючі вимогам правил і інструкцій.

Несправні засоби вимірів (із простроченим клеймом, без клейма) можуть короткочасно знаходитися в підсобному приміщенні в упакованому або розібраному стані.

Догляд за засобами вимірів.

Терези, гирі, міри довжини й обсягу повинні міститися в справному стані і чистоті. Бруд, що потрапив на них, видаляють за допомогою м'якої тканини, чистою сухою щіткою або пензликом.

Терези, гирі й інші засоби вимірів повинні охоронятися від корозії

(гирі в міру потреби протирають рідкою машинною олією, потім витирають насухо).

З появою корозії її варто видаляти м'якою тканиною, змоченою в бензині, і протирати сухою тканиною. При значній корозії гирі й інші засоби вимірів необхідно направляти в ремонт.

Площадки, чашки, лотки і платформи ваг, на яких зважуються продовольчі товари, необхідно щодня промивати гарячою водою з милом і харчовою содою, потім промивати чистою гарячою водою і протирати сухою тканиною.

Для догляду за засобами вимірів ваги варто застосовувати миючі засоби, дозволені Міністерством охорони здоров'я.

Переміщати пересувні товарні (нерівноплечні) ваги необхідно при закритих ізолірах і аретирах, за ручки, зберігаючи їх у горизонтальному положенні.

Терези, що мають колеса, дозволяється перекочувати тільки по рівній підлозі, асфальту і т.п. У всіх інших випадках їх варто переносити.

Особливо ретельний догляд потрібно за вагами лабораторними рівноплечними 2, 3, 4 класів і гирями до них. Терези повинні міститися в повній чистоті, причому для видалення пилу з коромисла повинен застосовуватися м'який пензлик, а для очищення чашок - м'яка тканина. Гирі повинні очищатися м'якою щіткою або замшею і зберігатися у відповідних гніздах закритого футляра. Брати гирі безпосередньо руками забороняється, необхідно користатися пінцетом, замшею або чистою тканиною.

Перенесення ваг будь-якої конструкції, їхня установка, догляд і обслуговування повинні здійснюватися в строгій відповідності з вимогами технічної документації заводу-виготовлювача.

Ремонт засобів вимірів повинен виконуватися спеціалізованим підприємством.

Після настроювання або ремонту, пов'язаних зі зняттям пломби, засіб вимірів повинен бути представлений на перевірку.

При ушкодженні відбитка перевірочного клейма або утраті свідчення, що підтверджує проходження перевірки, засоби вимірів повинні бути вилучені з застосування і спрямовані на позачергову перевірку.

2. Правила продажу електропобутових товарів.

Правила поширюються на всіх суб’єктів господарської діяльності на території України незалежно від форм власності, які пройшли реєстрацію в установленому порядку та здійснюють продаж непродовольчих товарів.

Роздрібний продаж непродовольчих товарів здійснюється через спеціалізовані підприємства, у тому числі фірмові, підприємства з універсальним асортиментом непродовольчих товарів, спеціалізовані відділи

(секції) підприємств з універсальним асортиментом продовольчих товарів, підприємства роздрібної торгівлі споживчої кооперації, дрібнороздрібну торговельну мережу.

Роздрібна торгівля виробами лікувально-гігієнічного та медичного призначення може здійснюватися через аптеки або їх структурні підрозділи.

Суб’єкт господарської діяльності повинен оснащувати складські, торговельні приміщення відповідним торговельно-технологічним обладнанням та інвентарем для належного виконання вимог із зберігання, підготовки до продажу, демонстрації та продажу непродовольчих товарів, а також вимог санітарно-гігієнічних, технологічних та пожежних норм і правил.

Суб’єкт господарської діяльності зобов’язаний забезпечити приймання, зберігання і продаж у роздрібній мережі непродовольчих товарів відповідно до вимог законодавчих актів, ГОСТів, ДСТУ, ТУ, зразків (еталонів).

Непродовольчі товари, продаж яких може негативно впливати на здоров’я людей, підлягають державній санітарно-гігієнічній експертизі в установленому законодавством порядку.

Усі непродовольчі товари у суб’єкта господарської діяльності мають бути з документами, наявність яких передбачена чинним законодавством (накладні, товарно-транспортні накладні, копії сертифікатів відповідності державної системи сертифікації або копії свідоцтв про визнання відповідності на бланках установленого зразка).

Працівники суб’єкта господарської діяльності, які здійснюють обслуговування покупців, повинні мати спеціальну професійну підготовку: знати асортимент і якісні характеристики товарів певної групи, ознаки дефектів виробничого характеру; правила підготовки товарів до продажу; принципи розміщення, викладки товарів і оформлення вітрин; способи показу і пакування товарів; правила зберігання товарів і терміни їх реалізації; порядок таврування засобів міри та ваги; правила роботи реєстраторів розрахункових операцій і порядок розрахунку з покупцями; види торговельного обладнання, інвентарю, інструментів і правила користування ними; правила поводження з тарою; правила санітарії і гігієни, а також техніки безпеки та пожежної безпеки тощо.

Працівники суб’єкта господарської діяльності повинні мати формений або інший одяг, що відповідає естетичним вимогам.

До подання товарів у торговельний (демонстраційний) зал працівники суб’єкта господарської діяльності проводять підготовку товарів до продажу

(розпакування, перевірка цілісності індивідуальної упаковки, пломб підприємства-виробника, наявності маркувальних даних і якості, чищення, прасування, перевірка наявності інструкцій з експлуатації, технічних паспортів, гарантійних талонів, комплектність виробів, перевірка роботи в дії тощо).

У разі відсутності на індивідуальній упаковці товару маркування підприємства-виробника, визначеного законодавчими актами та нормативними документами, товар до продажу не допускається.

У разі пошкодження (потертості) маркувального ярлика підприємства- виробника суб’єкт господарської діяльності переносить усі маркувальні дані на дублікат товарного ярлика, який засвідчує підписом особа, відповідальна за приймання товару. Дублікат товарного ярлика прикріплюється до товару.

Продаж непродовольчих товарів здійснюється методом самообслуговування, за зразками, каталогами, з індивідуальним обслуговуванням покупців, у тому числі з відкритою викладкою.

Суб’єкт господарської діяльності зобов’язаний усіляко сприяти покупцю у вільному виборі товарів і додаткових послуг та у разі перевірки покупцем якості, безпеки, комплектності, міри та ціни товарів, що підлягають придбанню, надавати на його вимогу контрольно-вимірювальні прилади, документи про якість, безпеку, ціну товарів.

Суб’єкт господарської діяльності повинен забезпечити демонстрацію користування товаром, якщо це не виключено характером товару.

Здійснюючи продаж електропобутових товарів вітчизняного та іноземного виробництва, працівники суб’єкта господарської діяльності зобов’язані надати покупцям у доступній наочній формі (у супровідній документації, на етикетці, а також маркуванням чи іншим способом, прийнятим для окремих видів товарів) необхідну, достовірну та своєчасну інформацію про товари на державній мові, яка має містити:

> назву товарів;

> назву нормативних документів, вимогам яких повинні відповідати товари;

> дані про основні властивості товарів;

> відомості про вміст шкідливих для здоров’я речовин (у разі їх наявності) порівняно з вимогами нормативно-правових актів і нормативних документів, а також протипоказання щодо застосування;

> ціну, умови та правила придбання товарів;

> дату виготовлення;

> умови зберігання;

> гарантійні зобов’язання виробника;

> правила та умови ефективного і безпечного використання товарів;

> термін служби (придатності) товарів, відомості про необхідні дії покупця після його закінчення, а також про можливі наслідки в разі невиконання цих дій;

> найменування та адресу виробника або підприємства, яке здійснює його функції щодо прийняття претензій від покупця, а також проводить ремонт і технічне обслуговування;

> інформацію про сертифікацію товарів (якщо вони підлягають обов’язковій сертифікації).

Продавець зобов’язаний довести до відома покупця інформацію стосовно товарів, які за певних умов можуть бути небезпечними для життя, здоров’я покупця та його майна.

Товари, що надійшли у продаж від фізичної особи – суб’єкта підприємницької діяльності, повинні мати ярлик із зазначенням прізвища вказаної особи, імені та по батькові, номера свідоцтва про її державну реєстрацію як суб’єкта підприємницької діяльності та назви органу, що здійснив цю реєстрацію (у разі потреби – відомості про сертифікацію цих товарів), а також гарантійного терміну або терміну придатності.

Електропобутові товари.

Цей розділ Правил визначає особливості продажу побутових холодильників, морозильників, машин і приладів для механізації побутових робіт, побутових приладів для очищення, зволоження, кондиціонування повітря, електроосвітлювальної арматури і електроламп, електронагрівальних приладів, провідникових і встановлювальних виробів тощо (далі – електропобутові товари).

Маркування електропобутових товарів передбачає наявність інформації про найменування підприємства-виробника, його адресу, товарний (фірмовий) знак, назву товару, номінальну напругу (В), номінальну потужність (Вт), номінальний струм (А), ступінь захисту від ураження електрострумом, позначення щодо захищеності від вологи, знак заземлення, позначення нормативного документа, дату випуску.

На електронагрівальних приладах маркувальні дані розміщуються безпосередньо на корпусах або металевих пластинках, які прикріплюються до приладів.

Проводи і шнури повинні мати додаткове маркування: марку проводу

(шнура), кількість жил, номінальний переріз (ммІ), довжину (м) для бухт, кількість і довжину шнура в пачці, масу брутто (кг).

Індивідуальна упаковка електропобутових товарів має містити маркувальні дані: найменування підприємства-виробника, його адресу, товарний (фірмовий) знак, назву товару, номінальну напругу (В), рід струму, номінальну потужність (Вт), попереджувальні знаки, позначення нормативного документа.

Здійснюючи приймання електропобутових товарів, перевіряють наявність технічного паспорта, інструкції з експлуатації.

Товари, на які поширюються гарантійні терміни експлуатації, повинні мати гарантійні талони встановленого зразка.

Перевірка комплектності електропобутових товарів проводиться відповідно до даних технічного паспорта.

Суб’єкту господарської діяльності забороняється комплектувати вироби та пропонувати покупцю різноманітні перехідники для з’єднування триконтактних вилок з двоконтактними розетками.

Електропобутові товари зберігають у сухих, чистих, добре вентильованих приміщеннях, ізольованих від місць зберігання кислот і лугів, при температурі не нижче ніж +5° С і відносній вологості повітря не більше ніж 65-70 %.

При зберіганні електропобутові товари розміщують на відстані не менше ніж 1 м від приладів опалювання, 0,5 м – від джерел електричного освітлення. Проходи між штабелями мають бути не менше ніж 0,7 м.

При зберіганні електропобутових товарів необхідно додержуватися попереджувальних знаків, написів, зображених на упаковці: “Обережно”, “Не кантувати” тощо.

Зразки електропобутових товарів повинні мати короткі анотації щодо основних технічних характеристик. При продажу електропобутових виробів з трипровідним шнуром живлення та триконтактною вилкою для підключення виробу до електричної мережі продавець (виробник) зобов’язаний в анотації подати попереджувальну інформацію такого змісту: “Забороняється використання виробу в приміщеннях, де електрична мережа не обладнана заземлювальним проводом”.

У торговельному (демонстраційному) залі електропобутові товари розміщують за підгрупами у надприлавочних вітринах і вітринах-шафах, на пристінних та острівних гірках, настінних пультах, кронштейнах, штангах, підставках-постаментах тощо.

Зона продажу електропобутових товарів повинна бути забезпечена необхідними електровимірювальними та випробувальними приладами (щитками і пультами для опробування електроламп і електроприладів), контрольними патронами, вольтметрами, лампочками, приладами для перевірки вимикачів, жердиною для підвішування та знімання електроосвітлювальної арматури, котушками для зберігання електрошнура, набором інструментів (викрутка, плоскогубці, гострозубці тощо) та іншим обладнанням та інвентарем.

У торговельному підприємстві можуть розташовуватися майстерні для дрібного ремонту та збирання виробів.

При продажу електропобутових товарів працівники суб’єкта господарської діяльності зобов’язані в присутності покупця перевірити їх якість, комплектність, наявність технічного паспорта, гарантійного талона, інструкції з експлуатації, точність міри або кількості (шнура, проводу, дрібних товарів) та в обов’язковому порядку заповнити гарантійний талон.

Технічно складні електропобутові товари та електроосвітлювальна арматура, електролампи перевіряються в дії.

При продажу окремих видів електропобутових товарів продавець повинен поінформувати покупця щодо супутніх товарів та запасних деталей, які є у продажу.

3. Закупка товарів торговими підприємствами.

Закупівельна робота є основою комерційної діяльності в торгівлі. З неї, власне кажучи, починається комерційна робота. Щоб продати товар покупцю і дістати прибуток необхідно мати товар. Головна функція товарного обігу зводитися до зміни форми вартості по формулі:

Г-Т і Т'-Г'.

Формула розкриває сутність комерційної роботи в торгівлі – підприємець, маючи певну суму коштів, закуповує товар, що потім реалізує в кошти з деяким приростом. Виходячи з основної функції товарного обігу, можна зробити висновок, що комерційна робота в торгівлі починається з закупівлі товарів з метою наступного їхнього продажу.

По своїй економічній природі закупівлі являють собою оптовий або дрібнооптовий товарообіг, здійснюваний суб'єктами торгової діяльності з метою наступного перепродажу закуплених товарів.

Правильно організовані оптові закупівлі дають можливість сформувати необхідний торговий асортимент товарів для постачання населення або роздрібній торговій мережі, здійснювати вплив на виробників товарів відповідно до вимог купівельного попиту, забезпечують ефективну роботу торгового підприємства.

В умовах ринкової економіки організація і технологія закупівельної роботи в Україні перетерпіла корінні зміни.

На зміну фондовому розподілу товарів при плановій централізованій системі управління економікою, системі централізованого прикріплення покупців до постачальників, твердих державних цін, нерівності суб'єктів, що хазяюють, твердої регламентації постачань товарів, відсутності самостійності, ініціативи, заповзятливості комерційних працівників прийшла епоха вільних ринкових відносин, що характеризуються:

- волею вибору партнера, контрагента по закупівлі товарів;

- множинністю джерел закупівлі (постачальників);

- рівноправністю партнерів;

- саморегулюванням процесів постачання товарів;

- вільністю ціноутворення;

- конкуренцією постачальників і покупців;

- економічною відповідальністю сторін;

- ініціативою, самостійністю і заповзятливістю комерсанта по закупівлі товарів.

Комерційна робота з оптової закупівлі товарів складається з наступних етапів:

- вивчення і прогнозування купівельного попиту;

- виявлення і вивчення джерел надходження і постачальників товарів;

- організація раціональних господарських зв'язків з постачальниками товарів, включаючи розробку і укладання договорів постачання, надання замовлень і заявок постачальникам;

- організація і технологія закупівель безпосередньо у виробників товарів, посередників, на товарних біржах, аукціонах, у імпортерів і інших постачальників;

- організація обліку і контролю за оптовими закупівлями.

Комерційна робота з оптових закупівель товарів у ринкових умовах повинна ґрунтуватися на принципах сучасного маркетингу. За допомогою методів маркетингу комерційні працівники, керівники, менеджери торгових підприємств одержують необхідну інформацію про те, які вироби і чому хочуть купувати споживачі, про ціни, що споживачі готові заплатити, про те, у яких регіонах попит на дані вироби найбільш високий, де збут або закупівля продукції може принести найбільший прибуток.

Вивчення і прогнозування купівельного попиту є необхідною маркетинговою умовою для проведення успішної комерційної роботи з закупівель товарів.

Маркетингова наука виробила цілий арсенал засобів і способів вивчення і прогнозування купівельного попиту, які необхідно використовувати при організації оптових закупівель товарів. Тому оптові закупівлі варто починати з вивчення попиту, потреб покупців на товари, купівельних намірів і інших факторів, що формують попит. Оптові бази, будучи торговими підприємствами й обслуговуючи певний територіально-економічний район, вивчають в основному обсяг купівельного попиту на ті або інші види товарів і в окремих випадках асортиментну структуру попиту. Для цього на оптових підприємствах використовуються різні методи вивчення і прогнозування попиту. До цих методів варто віднести оперативний облік продажу товарів і руху товарних запасів за минулий період, вивчення й узагальнення заявок і замовлень роздрібних торгових підприємств на потребу і постачання товарів, облік і аналіз незадоволеного попиту оптових покупців, проведення асортиментних і кон'юнктурних нарад з покупцями товарів і ін.

Для проведення роботи з вивчення і прогнозування попиту на великому і середньому торговому підприємствах створюються маркетингові служби

(відділи), однією з основних функцій яких є вивчення як загального обсягу попиту (місткості ринку), так і внутрігрупової структури попиту на закуповувані товари.

Для успішного виконання комерційних операцій по закупівлі товарів оптові бази повинні систематично займатися виявленням і вивченням джерел закупівлі і постачальників товарів. Комерційні працівники повинні добре знати свій економічний район і його природні багатства, промисловість, сільське господарство, виробничі можливості й асортимент вироблюваних виробів на промислових підприємствах.

Важлива роль у комерційній роботі приділяється вишукуванню додаткових ресурсів з місцевої сировини, продукції кооперативної промисловості, підсобних, фермерських господарств, продукції індивідуальної трудової діяльності. Комерційний апарат оптових баз повинен виявляти можливості розвитку нових видів виробництва і відновлення старих забутих промислів, особливо художніх, вести облік і повсякденно вивчати конкретних постачальників, виявляти і реєструвати виробників товарів, ще не зв'язаних договірними відносинами з базою, готувати пропозиції з питань збільшення вироблення потрібних товарів, розширення асортименту, поліпшення якості.

Комерційні працівники повинні відвідувати підприємства-виробників з метою ознайомлення з виробничими можливостями підприємства, обсягом і якістю продукції, що випускається, а також брати участь у нарадах із працівниками промисловості, виставках-переглядах нових зразків виробів, оптових ярмарках.

Комерційним працівникам необхідно постійно стежити за рекламними оголошеннями в ЗМІ, проспектами, каталогами. Формування товарних ресурсів є предметом постійної роботи торгового апарату оптових баз. У ринкових умовах форми і методи цієї роботи перетерпіли істотні зміни. Головні зміни полягають у тому, що на зміну методам централізованого розподілу товарних ресурсів прийшла ринкова практика вільної купівлі-продажу товарів за цінами попиту та пропозиції. Тому комерційна ініціатива торгових працівників по залученню в товарообіг максимальних товарних ресурсів з метою одержання необхідного прибутку повинна сполучатися з турботою про кінцевих покупців, обліком їхньої платоспроможності, з недопущенням невиправданого росту цін, наданням населенню можливості придбати товари за доступними цінами.

До джерел надходження товарів відносять галузі народного господарства, що виробляють різні товари народного споживання (АПК, легка промисловість, машинобудування і т.д.). До постачальників товарів відносять конкретні підприємства різних джерел надходження, тобто тих або інших галузей народного господарства, різних сфер виробничо-економічної діяльності, що виробляють товари і послуги.

З огляду на велике різноманіття постачальників товарів їх можна класифікувати на різні групи по різних ознаках.

В узагальненому вигляді всіх постачальників товарів можна підрозділити на дві категорії: постачальників-виробників і постачальників-посередників, що закуповують продукцію у її виробників і реалізуючих її оптовим покупцям.

Постачальниками-посередниками можуть бути оптові підприємства загальнонаціонального, регіонального рівня різного товарного асортименту

(спеціалізації), що складають основу системи оптової структури на споживчому ринку, оптові посередники (дистриб’ютори, підприємства-брокери, підприємства-агенти, дилери), а також організатори оптового обігу (оптові ярмарки, аукціони, товарні біржа, оптові і дрібнооптові ринки, магазини- склади і т.п.).

Оптові посередники в умовах ринкової економіки здобувають самостійне значення в сфері закупівельної діяльності.

Дистриб’ютор – фірма, що здійснює збут на основі оптових закупівель у великих промислових фірм-виробників готової продукції. Це відносно велика фірма, що володіє власними складами і встановлює тривалі контрактні відносини з промисловцями.

Брокерська фірма – підприємство, що надає посередницькі послуги державним і комерційним структурам у придбанні, продажі й обміні товарів.

Брокер (фізична особа) – торговий посередник при укладанні угод між покупцями і продавцями товарів на товарній біржі. Діє він з доручення клієнтів, одержуючи від них винагороду.

Дилер – юридична або фізична особа, що здійснює біржове або торгове посередництво за свій рахунок і від свого імені. Доходи дилера утворюються за рахунок різниці між покупною і продажною ціною товару, валют і цінних паперів.

Важливим посередницьким елементом у закупівельній діяльності є організатори оптового товарообігу – товарні біржі, оптові ярмарки, аукціони, оптові ринки й інші підприємства. Основною задачею цих структур є створення умов для організації закупівельної і реалізаційної діяльності клієнтів. Однак вони не є самостійними суб'єктами оптової торгової діяльності.

По територіальній ознаці постачальники товарів бувають місцевими, позаобласними, республіканськими і позареспубліканськими. Оптові підприємства частіше закуповують товари у позаобласних і позареспубліканських постачальників, з огляду на, що не у всіх областях і республіках розвите виробництво багатьох товарів і їх приходиться завозити.

Місцеві постачальники найчастіше поставляють товари безпосередньо роздрібним торговим підприємствам, минаючи оптові бази.

Постачальники також розрізняються по їх приналежності до тієї або іншої господарської системи. Постачальники, що відносяться до тієї ж системи, у яку входять оптові покупці, називаються внутрісистемними, інші – позасистемні.

За формою власності постачальники можуть бути приватними, державними, муніципальними, кооперативними й іншими формами власності.

Вивчаючи джерела закупівель товарів, комерційні працівники складають на кожного постачальника спеціальні картки, причому їх доцільно групувати по місцевих, міжобласних і міжреспубліканських постачальниках. У картках указують дані про виробничу потужність підприємства, про кількість і асортимент продукції, що випускається, про можливість виробництва інших товарів, умови постачання товарів і інші відомості, що цікавлять оптові бази.

З постачальниками товарів повинні бути налагоджені раціональні господарські зв'язки, переважно прямі і довгострокові договірні взаємини, що дозволяють закуповувати товари безпосередньо у постачальників-виробників на стабільній довгостроковій основі.

Список літератури

1. Ф.Г. Панкратов, Т.К. Серегина «Коммерческая деятельность», М.:

Информационно-вычислительный центр «Маркетинг», 1998. – 328 с.

2. «Экономика торгового предприятия» под общ. Ред. Проф. А.И. Гребнева,

М.: Экономика, 1997. – 238 с.

3. Т.О.Примак. “Економіка підприємства”, навчальний посібник. – Київ,

“Вікар”, 2001р.

4. Економіка підприємства. Підручник. За загальною ред. д. е. н., профессора С.Ф.Покропивного. – Київ, 2001 р.

**Закон Украины о защите прав потребителей**   
(выдержки из закона приведены на языке оригинала)   
  
\*\*\*   
Розділ II Права споживачів та їх захист   
  
*Стаття 6*. Право споживача на належну якість продукції   
ч. 2. Продавець  (виробник,  виконавець)  на  вимогу   споживача зобов'язаний  надати  йому  документи,  які  підтверджують належну якість продукції.   
  
*Стаття 7*. Гарантійні зобов'язання   
ч. 3. Для  продукції,  споживчі  властивості якої можуть з часом  погіршуватися і становити небезпеку  для  життя,  здоров'я,  майна споживачів  і навколишнього природного середовища,  встановлюється строк придатності,  який зазначається на етикетках, упаковці або в інших  документах,  що  додаються  до  неї  при  продажу,  і  який вважається гарантійним строком.   
Строк придатності  обчислюється  починаючи    від    дати виготовлення, яка  також  зазначається  на  етикетці  або  в інших документах,  і визначається або  часом,  протягом  якого  товар  є придатним  для використання,  або датою,  до настання якої товар є придатним для використання.   
Продаж товарів,  на яких строк придатності не  зазначено або зазначено  з  порушенням  вимог  нормативних  документів,  а також товарів, строк придатності яких минув, забороняється.   
 *Стаття 8*. Права споживача у разі придбання ним товару  неналежної якості   
ч.1. У   разі  виявлення  протягом  встановленого  гарантійного строку недоліків споживач,  в порядку та у строки,  що встановлені законодавством, має право вимагати:

1. пропорційного зменшення ціни;
2. безоплатного усунення недоліків товару в розумний строк;
3. відшкодування витрат на усунення недоліків товару.

ч. 5. Продавець,  виробник (підприємство,  що задовольняє вимоги споживача,  встановлені частиною першою цієї  статті)  зобов'язані прийняти  товар  неналежної якості у споживача і задовольнити його вимоги.   
ч. 7. Під час заміни товару з недоліками  на  товар  аналогічної марки  (моделі,  артикулу,  модифікації) належної якості,  ціна на який змінилася, перерахунок вартості не провадиться.   
Під час заміни товару з недоліками на такий  же  товар  іншої марки (моделі,  артикулу, модифікації) належної якості перерахунок вартості товару з недоліками у разі  підвищення  ціни  провадиться виходячи  з його вартості на час обміну,  а в разі зниження ціни - виходячи з вартості на час купівлі.   
При розірванні  договору  розрахунки  із  споживачем  у  разі підвищення  ціни  на товар провадяться виходячи з його вартості на час пред'явлення відповідної вимоги,  а в  разі  зниження  ціни  - виходячи  з  вартості  товару на час купівлі.  Гроші,  сплачені за товар,  повертаються споживачеві у день розірвання договору,  а  в разі  неможливості  повернути гроші у день розірвання договору - в інший строк за домовленістю сторін,  але не пізніше  ніж  протягом семи днів.   
ч. 8. У   разі   придбання   споживачем   продовольчих   товарів неналежної якості продавець зобов'язаний  замінити  їх  на  товари належної якості або повернути споживачеві сплачені ним гроші, якщо недоліки виявлено у межах строку придатності. При цьому розрахунки із споживачем провадяться в порядку,  передбаченому абзацом третім частини сьомої цієї статті.   
ч. 11. Вимоги   споживача   розглядаються   після   пред'явлення споживачем  розрахункового  документа,  а  щодо  товарів,  на  які встановлено гарантійний строк,  - технічного  паспорта  чи  іншого документа, що його замінює, з позначкою про дату продажу. Під час   продажу   товару   продавець   зобов'язаний  видати споживачеві  розрахунковий   документ   встановленої   форми,   що засвідчує факт купівлі, з позначкою про дату продажу.   
       
*Стаття 9*. Права споживача при придбанні товару належної якості   
ч.1. Споживач має право обміняти непродовольчий товар  належної якості на аналогічний у продавця,  в якого він був придбаний, якщо товар не  задовольнив  його  за   формою,  габаритами,   фасоном, кольором,   розміром   або   з  інших  причин  не  може  бути  ним використаний за призначенням.   
Споживач має право на обмін товару належної  якості  протягом чотирнадцяти днів, не рахуючи дня купівлі. Обмін товару   належної   якості  провадиться,  якщо  він  не використовувався і якщо збережено його товарний  вигляд,  споживчі властивості,  пломби,  ярлики,  а  також  розрахунковий  документ,   
виданий споживачеві разом з проданим товаром.   
Перелік   товарів,   що  не  підлягають  обміну  (поверненню) з підстав, зазначених у цій статті, затверджується Кабінетом Міністрів України.   
ч.2. Якщо на момент обміну аналогічного товару немає у продажу, споживач  має  право  або придбати будь-які інші товари з наявного асортименту з відповідним перерахуванням вартості,  або  розірвати договір  та  одержати  назад  гроші у розмірі вартості повернутого товару,  або здійснити обмін товару на аналогічний при  першому  ж надходженні відповідного товару в продаж. Продавець зобов'язаний у день надходження товару в продаж повідомити про це споживача, який   
вимагає обміну товару.   
  
*Стаття 17*. Права споживача у сфері торговельного та інших видів обслуговування   
ч. 2. Споживач має право на вільний вибір  продукції  у  зручний для нього час з урахуванням режиму роботи продавця (виконавця). Продавець (виконавець)     зобов'язаний    всіляко    сприяти споживачеві у вільному виборі продукції.   
Забороняється примушувати  споживача   придбавати   продукцію неналежної якості або непотрібного йому асортименту.   
ч. 3. Продавець  (виконавець)  зобов'язаний  надати  споживачеві достовірну і доступну інформацію про найменування,  належність  та режим роботи свого підприємства.   
ч. 4. Споживач   має   право   на   перевірку  якості,  безпеки, комплектності,  міри,  ваги та ціни  продукції,  що  придбавається (замовляється),   демонстрацію   безпечного   та   правильного  її використання.   На   вимогу   споживача   продавець   (виконавець) зобов'язаний    надати   йому   контрольно-вимірювальні   прилади, документи про якість, безпеку, ціну продукції.

**Дополнение № 3 к постановлению Кабинета Министров Украины от 19 марта 1994 года № 172**(текст приведен на языке оригинала)

Перелік товарів належної якості, що не підлягають обміну (поверненню)   
- Продовольчі товари, лікарські препарати та засоби,  предмети сангігієни   
- Непродовольчі товари:   
     фотоплівки, фотопластинки, фотографічний папір   
     корсетні товари   
     парфюмерно-косметичні вироби   
     пір'яно-пухові вироби   
     дитячі іграшки м'які   
     дитячі іграшки гумові надувні   
     зубні щітки   
     мундштуки   
     апарати для гоління   
     помазки для гоління   
     розчіски, гребенці та щітки масажні   
     сурдини (для духових музичних інструментів)   
     скрипічні підборіддя   
     рукавички   
     тканини   
     тюлегардинні і мереживні полотна   
     килимові вироби метражні   
     білизна натільна   
     білизна постільна   
     панчішно-шкарпеткові вироби   
     товари в аерозольній упаковці   
     друковані видання   
     лінійний та листковий металопрокат,трубна продукція,   
     пиломатеріали, погонажні (плінтус, наличник), плитні   
     матеріали (деревноволокнисті та деревностружкові плити,   
     фанера) і скло, нарізані або розкроєні під розмір,   
     визначений покупцем (замовником)   
     аудіо-, відеокасети, диски для лазерних систем зчитування із записом   
     вироби з натурального та штучного волосся (перуки)   
     товари для немовлят (пелюшки, соски, пляшечки для годування тощо)   
     інструменти для манікюру, педикюру (ножиці, пилочки

**Актуальність теми.** Сучасні тенденції розвитку світового виробництва та застосування текстилю орієнтовані в першу чергу на матеріали з натуральних волокон. До таких відносяться камвольні тканини, високу гігієнічність та надійність в експлуатації яким надають унікальні волокна вовни та отримана з них пряжа. Проте неготовність вітчизняних текстильних підприємств працювати за умов жорсткої конкуренції з боку світових лідерів, призвела до різкого зменшення випуску камвольних тканин в Україні та значних змін у структурі їх асортименту. Це спричинило ситуацію, за якої тканини іноземного походження займають левову частку на вітчизняному ринку, показники їх якості та конкурентоспроможності зазвичай вищі порівняно з тканинами, виготовленими в нашій країні, до того ж асортимент різноманітніший за волокнистим складом, структурою, обробкою. Вирішення проблеми залежності від імпорту камвольних тканин пов’язано із довготривалими та складними заходами загальнодержавного масштабу, інтенсифікацією існуючого виробництва, запровадженням новітніх технологій.

Визначальними цілями для підприємств текстильної промисловості й торгівлі є встановлення потреб внутрішнього ринку в камвольних тканинах різного призначення з урахуванням кон’юнктури світового попиту, активізація інноваційної діяльності щодо оптимізації асортименту та якості тканин з орієнтацією на зменшення їх матеріалоємності, використання нових волокон і волокнистих сумішей, різноманітних структурних та художньо-колористичних ефектів тощо.

Інтеграція України до глобального ринкового простору зумовлює необхідність пошуку нових підходів до організації виробництва в Україні конкурентоспроможних камвольних тканин, які за рівнем якості не поступаються кращим закордонним аналогам. Одним із таких є створення цілісної системи формування якості та асортименту камвольних тканин, що ґрунтується на сучасних принципах управління якістю і передбачає відповідні взаємовідносини виробників із споживачами (замовниками) продукції щодо визначення й задоволення їх потреб в окремих групах виробів.

Аналіз літературних даних, світового й вітчизняного досвіду показує складність теоретичного та практичного вирішення завдань щодо формування якості та асортименту тканин через урахування багатьох чинників, комплексного впливу вихідних параметрів та визначення критеріїв оптимізації. Зокрема, оптимізація структури асортименту, конкретних властивостей та якості камвольних тканин може досягатися на підставі встановлення потреб, вимог та переваг певних типологічних груп споживачів. Проблема полягає в тому, що у текстильній галузі й торгівлі відсутні науково обґрунтовані методології та практичні рекомендації щодо цих питань.

В основу пошуку шляхів розв’язання означеної проблеми покладено роботи відомих українських та зарубіжних учених в галузі текстильного товарознавства й матеріалознавства та управління якістю продукції, таких як: Б.Д. Семак, В.П. Склянніков, І.С. Галик, П.А. Глубіш, О.І. Кобляков, Г.М. Кукін, А.М. Соловйов, І.С. Марголін, К.Е. Разумєєв, Ю.П. Адлер, А.В. Глічов, К. Ісікава, Н. Кано, Ф. Кросбі, А. Фейгенбаумта ін. Однак, існуючі наукові розробки свідчать, що комплексно та системно концептуальні питання формування якості та асортименту камвольних тканин не досліджувалися ні в теоретичному, ні в методологічному аспекті.

Актуальність проблеми розробки науково обґрунтованої методології формування якості та асортименту камвольних тканин та її реалізації у діяльності підприємств промисловості й торгівлі зумовило вибір теми дисертаційної роботи, її мету та зміст.

**Зв’язок роботи з науковими програмами, планами, темами.** Дисертаційна робота виконана відповідно до планів науково-дослідних робіт Донецького національного університету економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського за держбюджетними темами: „Ринок непродовольчих товарів і шляхи його насичення в Донецькому регіоні” – Г-93-2, термін виконання – 01.01.1993-31.12.1995 (розроблено рекомендації щодо оптимізації асортименту текстильних товарів), „Оптимізація параметрів якості товарів на основі полімерів” – ДР 0103U004183, термін виконання – 01.01.2003-31.12.2003 (розроблено концептуальні підходи до оптимізації якості вовняних тканин), „Оцінка якості та формування асортименту непродовольчих товарів” – Д-2005-5, термін виконання – 01.01.2005-31.12.2006 (здійснено оцінку якості камвольних тканин вітчизняного виробництва, розроблено рекомендації щодо формування асортименту та якості тканин); госпдоговірними темами: „Розробка типології споживачів камвольних тканин” – ДР 0106U011578, керівник теми, термін виконання – 01.06.2006-30.07.2006 (встановлено п’ять об’єктивно існуючих типів (цільових сегментів) споживачів та визначено їх вимоги і переваги щодо камвольних тканин, розроблено рекомендації щодо оптимізації асортименту камвольних тканин за критерієм вимог споживачів); „Дослідження потреби в камвольних тканинах для чоловічих костюмних виробів” – ДР 0106U011579, керівник теми, термін виконання – 25.07.2006-25.09.2006 (визначено перспективну потребу в камвольних тканинах для чоловічих костюмних виробів, розроблено рекомендації щодо визначення обсягів закупівлі камвольних тканин для виробництва костюмних виробів); відповідно до Програм економічного і соціального розвитку Донецької області на 2004 та 2005 роки та Програми науково-технічного розвитку Донецької області на період до 2020 року, під час розробки яких використано матеріали автора щодо дослідження ринку камвольних тканин в Україні, результатів визначення потреби споживачів у камвольних тканинах.

***Об’єкт дослідження*** – вовняні камвольні тканини різного волокнистого складу і будови поточного асортименту та новостворені, які відповідають сучасним і передбачуваним вимогам споживачів.

***Предмет дослідження*** – натуральні, товарні й ужиткові властивості камвольних тканин як основи формування перспективного асортименту полотен та управління їх якістю для задоволення потреб споживачів.

**Мета** **і завдання дослідження**. Метою дослідженняє розроблення науково обґрунтованих теоретичних і методологічних засад формування якості та перспективного асортименту камвольних тканин згідно з потребами та вимогами споживачів.

Для досягнення мети в роботі поставлено такі завдання:

здійснити теоретичне обґрунтування наукових засад формування якості та асортименту камвольних тканин;

дослідити генезис натуральних властивостей камвольних тканин та фактори, що їх формують;

провести критичний аналіз існуючих класифікацій камвольних тканин;

провести техніко-економічний аналіз асортименту й оцінити ужиткові властивості та якість тканин, що надходять на ринок України;

виявити наявні та потенційні потреби споживачів у камвольних тканинах;

здійснити сегментування ринку та типізацію споживачів камвольних тканин, сформувати вимоги типологічних груп споживачів до властивостей цих тканин;

розробити та обґрунтувати оптимальну номенклатуру показників та характеристик ужиткових властивостей для оцінювання відповідності камвольних тканин вимогам споживачів;

розробити математичні моделі для прогнозування ужиткових властивостей та якості камвольних тканин;

розробити методологію формування асортименту та якості камвольних тканин;

визначитиобґрунтовану оптимальну структуру асортименту камвольних тканин;

розробити алгоритм управління якістю камвольних тканин на етапі їх виробництва;

розробити нормативну документацію та провести промислову апробацію нових камвольних тканин із визначенням соціально-економічної ефективності від їх упровадження.

**Методи дослідження**. Теоретичною і методологічною основою дослідження слугували праці вітчизняних і зарубіжних вчених з проблем формування та управління асортиментом та якістю, наукові принципи і правила систематики об’єктів, концепції потреб, теорії системного аналізу, процесного підходу, математичного моделювання. Нормативно-правову базу дослідження склали закони України, укази Президента України, постанови та розпорядження Кабінету Міністрів України, нормативну–державні, міждержавні та міжнародні нормативні документи.

Під час дослідження застосовано методи спостереження, вимірювання, порівняння, аналізу та синтезу, моделювання, узагальнення та реалізації результатів. В основу експериментальних досліджень показників ужиткових властивостей покладено відомі стандартні методики з використанням сучасних приладів. Визначення одноциклових характеристик камвольних тканин (абсолютного подовження та його складових – пружного, еластичного і пластичного) здійснено за методикою, прийнятою в УкрНДІТП. Показники безпечності зразків камвольних тканин (вміст формальдегіду, важких металів, органічних розчинників) досліджено за методиками, прийнятими в ДП „Інститут екогігієни і токсикології ім. Л.І. Медведя”. З’ясування потреб, вимог та переваг споживачів щодо камвольних тканин проведено методом опитування.

Результати експериментальних досліджень оброблено методами математичної статистики, а саме: дисперсійного аналізу, асоціативного аналізу (кореляційний, регресійний аналіз, перехресний розподіл), класифікаційного аналізу (дискримінантний, факторний, кластерний аналіз, метод головних компонент) за допомогою програмних пакетів MICROSOFT EXСEL, MATHCAD, SPSS та розроблених за участю автора комп’ютерних програм PRANOS, PRANTOV, FABRIC та Met-mnp.

**Наукова новизна одержаних результатів.** Удисертаційній роботі здійснено постановку та розв’язання важливої науково-технічної проблеми – розроблення теоретико-методологічних засад формування асортименту та якості камвольних тканин на промислових і торговельних підприємствах, що працюють у ринкових умовах господарювання. Це дозволило отримати такі наукові результати:

*уперше:*

обґрунтовано й розроблено наукові засади формування чинників якості та асортименту камвольних тканин на основі прогнозування їх структури, властивостей, якості, конкурентоспроможності тканин, підбору волокнистого складу;

визначено загальний обсяг наявних і передбачуваних потреб у камвольних тканинах на підставі встановленого фактичного та бажаного гардероба споживачів, розраховано структуру потреб у тканинах різного призначення за окремими сегментами ринку, що дозволяє розробляти обґрунтовані асортиментні концепції виробництва та закупівлі камвольних тканин для задоволення потреб споживачів;

здійснено сегментацію споживачів камвольних тканин та проведено їх типізацію за критерієм вимог до камвольних тканин, виявлено та описано об’єктивно існуючі типологічні групи (цільові сегменти) споживачів – „консерватори”, „лідери”, „ідеалісти”, „прагматики”, „естети”, порівняльний аналіз яких дає можливість промисловим та торговельним підприємствам раціонально формувати асортимент камвольних тканин;

здійснено візуалізацію та систематику камвольних тканин поточного асортименту за волокнистим складом та параметрами будови на підставі застосування методу головних компонент, що дозволяє обґрунтовано підходити до вибору об’єктів дослідження та визначення напрямів оптимізації будови тканин;

обґрунтовано й розроблено наукову класифікацію ужиткових властивостей та номенклатуру їх показників і характеристик на засадах стандартів ISO серії 9000 для оцінювання відповідності камвольних тканин вимогам споживачів;

розроблено теоретико-методологічні засади формування асортименту та якості камвольних тканин, що базуються на реалізації комплексного, процесного підходу, за яким виділені взаємопозв’язані види діяльності та людські й матеріальні ресурси, що використовують на підприємстві, здатні перетворити вимоги споживачів до асортименту та якості на задоволеність ними;

розроблено обґрунтовану оптимальну структуру асортименту камвольних тканин відносно бажань та переваг споживачів, яка може слугувати орієнтиром для текстильних і торговельних підприємств під час формування асортименту камвольних тканин та для швейних підприємств – під час закупівлі тканин для виготовлення одягу;

запропоновано математичні моделі та номограми для прогнозування ужиткових властивостей та якості камвольних тканин за комплексом параметрів структури та волокнистим складом на етапі проектування;

розроблено алгоритм управління якістю камвольних тканин, заснований на встановленні вимог типологічних груп споживачів до якості, розгортанні функції якості, дослідженні й прогнозуванні ужиткових властивостей та якості камвольних тканин, застосування якого дозволило спроектувати й виготовити нові тканини згідно з вимогами типологічних груп споживачів.

*набули подальшого розвитку:*

наукова класифікація камвольних тканин, яку розроблено відповідно до потреб споживачів і яка дозволяє визначити місце цих тканин у розділі текстильних товарів;

методичні основи сегментування ринку, що базуються на методі угруповань та методах багатомірної статистичної сегментації і дозволяють класифікувати споживачів камвольних тканин, як за окремими ознаками, так і за їх комплексом, та відбирати цільові сегменти, які створюють найкращі можливості для підприємства щодо задоволення потреб споживачів.

*удосконалено:*

методику визначення потреб у камвольних тканинах, що дає можливість розробляти раціональні програми їх виробництва та формувати оптимальний асортимент полотен.

**Практичне значення одержаних результатів** полягає у: можливості практичного застосування розроблених теоретичних і методологічних засад формування якості та асортименту камвольних тканин у промисловості; запровадженні управління якістю та асортиментом на будь-якому етапі життєвого циклу тканин; проектуванні камвольних тканин різного волокнистого складу, будови з прогнозованими показниками конкретних ужиткових властивостей та якості; раціоналізації використання цінної вовняної сировини; запровадженні оптимального асортименту камвольних тканин.

Результати досліджень, спрямованих на формування асортименту та якості камвольних тканин шляхом оптимізації комплексу параметрів структури й ужиткових властивостей, використано на провідному підприємстві вовняної промисловості України – ЗАТ „КСК „Чексіл” (м. Чернігів). Запропоновані методологія формування асортименту та якості камвольних тканин, алгоритм управління якістю знайшли підтвердження на стадії розроблення та впровадження у виробництво п’яти нових зразків камвольних костюмних тканин, призначених для певних типологічних груп споживачів. На нові тканини розроблено та затверджено ТУ У 17.2-14251734-174:2005 „Тканини камвольні костюмні побутового призначення”. Упровадження у виробництво нових тканин із поліпшеними ужитковими властивостями дозволило підприємству отримати економічний ефект у сумі 323,3 тис. грн у розрахунку на загальний обсяг їх виробництва – 80466 пог. м. Крім того, зниження собівартості двох артикулів нових тканин завдяки зменшенню їх поверхневої густини порівняно зі знятими з виробництва двома артикулами камвольних тканин дало можливість зекономити кошти в сумі 673,2 тис. грн на загальний обсяг їх виробництва – 76933 пог. м (акт про впровадження результатів науково-дослідної роботи від 20.12.05 р.).

Результати досліджень упроваджено:

щодо використання методології формування асортименту та якості тканин – в ТОВ “Березанська суконна фабрика” та ВАТ “Богуславська суконна фабрика” (акти про впровадження, відповідно, від 14.06.06 р. та від 21.09.06 р.). Очікуваний соціально-економічний ефект на цих підприємствах досягається при впровадженні нових зразків тканин за рахунок зменшення кількості експериментальних досліджень внаслідок застосування математичного моделювання показників ужиткових властивостей, а також при просуванні розроблених тканин на ринок за рахунок підвищення конкурентних позицій виробів завдяки їх науковій проробці;

щодо встановлення типології споживачів камвольних тканин – на ПП „Текстиль-Контакт” (м. Донецьк), що реалізує широкий асортимент тканин, у тому числі й камвольних. Соціально-економічний ефект від упровадження досягається за рахунок кращого забезпечення потреб споживачів оптимальним асортиментом камвольних тканин у сфері торгівлі (акт про впровадження від 25.09.06 р.);

по визначенню кількісної складової потреб у камвольних тканинах для чоловічих костюмних виробів та обґрунтованого підходу до закупівлі матеріалів для виготовлення одягу – на АТЗТ ДВТП „Донбас” (акт про впровадження від 09.08.06 р.);

щодо дослідження ринку камвольних тканин в Україні, визначення потреби споживачів у камвольних тканинах – під час розроблення Програм економічного і соціального розвитку Донецької області на 2004 та 2005 роки (довідка №01-6/46 від 17.01.05 р.) та Програми науково-технічного розвитку Донецької області на період до 2020 року (довідка №01-8/46 від 17.01.05 р.).

**Особистий внесок здобувача.**Наукові результати, що викладено в дисертаційній роботі та винесено на захист, отримані автором особисто. Здобувачеві належать наукові ідеї дослідження, теоретичні та методологічні положення, наукова концепція, мета і завдання дослідження, наукові підходи до їх вирішення, організація та проведення лабораторних та експертних досліджень, обробка та аналіз результатів, висновки і рекомендації щодо практичного використання одержаних результатів. У дослідженнях безпечності нових камвольних тканин, що проведено спільно з науковцями Інституту екогігієни і токсикології ім. Л.І. Медведя, авторові належить наукова аргументація вибору та підготовки об’єктів досліджень, аналітична обробка отриманих результатів. Особистий внесок здобувача у наукові праці, що опубліковані у співавторстві, визначається висуванням наукової гіпотези, теоретичним обґрунтуванням, організацією та участю у проведенні досліджень, обробкою та аналізом результатів.

**Апробація результатів дисертації.** Основні положення дисертаційної роботи висвітлено та обговорено на 25 наукових та науково-практичних конференціях, у тому числі, на 17 міжнародних: 6-й Міжнародній конференції “Открой новый мир качества” (25 червня 2003 р., АР Крим, м. Ялта), проведеній у рамках Міжнародного проекту „Созвездие качества’2003” (22-28 червня 2003 р.); 4-й Міжнародній науково-практичній конференції “Теорія і практика сучасної економіки” (15-17 жовтня 2003 р., м. Черкаси); науково-практичній конференції “Митна політика України в контексті європейського вибору: проблеми та шляхи їх вирішення” (20-21 листопада 2003 р., м. Дніпропетровськ); 2-й Всеукраїнській науковій конференції «Проблеми управління якістю» (18 березня 2004 р., м. Київ); Міжнародній науково-практичній конференції “Проблемы формирования ассортимента, качества и конкурентоспособности товаров” (15-16 квітня 2004 р., Білорусь, м. Гомель); Міжнародній науково-практичній конференції “Проблеми легкої і текстильної промисловості України” (20-23 квітня 2004 р., м. Херсон); 48-му Конгресі Європейської Організації якості «Качество и инновации: путь к высоким стандартам жизни» (7-9 вересня 2004 р., Росія, м. Москва); 4-й Міжнародній науково-практичній конференції « Качество, стандартизация, контроль: теория и практика» (28-30 вересня 2004 р., АР Крим, м. Ялта); Міжнародній науково-практичній конференції «Товарознавство та ринок споживчих товарів у 3-му тисячолітті» (14-15 жовтня 2004 р., м. Донецьк); Міжнародній науково-практичній конференції «Науки про торгівлю у 21-му столітті» (9-10 грудня 2004 р., м. Київ); Всеукраїнській науково-практичній конференції „Прогресивна техніка та технології харчових виробництв, ресторанного господарства і торгівлі. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг” (12 травня 2005 р., м. Харків); 1-й Міжнародній конференції „Стратегия качества в промышленности и образовании” (3-10 червня 2005 р., Болгарія, м. Варна,); 2-й конференції Української асоціації якості (23 червня 2005 р., АР Крим, м. Ялта), проведеній у рамках Міжнародного проекту „Созвездие качества’2005”; 8-й Міжнародній конференції з товарознавства „Направления развития товароведной науки” (28 серпня – 2 вересня 2005 р., Польща, м. Познань); 5-й Міжнародній науково-практичній конференції „Качество, стандартизация, контроль: теория и практика» (27-29 вересня 2005 р., АР Крим, м. Ялта); Першій міжнародній конференції молодих вчених „Сучасні проблеми екології” (28-30 вересня 2005 р., м. Запоріжжя); Міжнародній науково-технічній конференції „Інноваційні технології – майбутнє України” (4-9 жовтня 2005 р., м. Київ); Міжнародній науково-практичній конференції „Структурна перебудова та інвестиційно-інноваційний розвиток торгівлі” (10-11 листопада 2005 р., м. Львів); 2-й Міжнародній конференції „Стратегия качества в промышленности и образовании” (2-9 червня 2006 р., Болгарія, м. Варна); Всеукраїнській науково-практичній конференції „Держава та ринок: стратегія внутрішнього розвитку промислових регіонів” (9-11 червня 2006 р., м. Маріуполь); 15-му Симпозіумі Міжнародного товариства товарознавців та технологів (IGWT) „Глобальна безпека товарів та довкілля. Якість життя” (12-17 вересня 2006 р., м. Київ); наукових конференціях викладачів і аспірантів Донецького національного університету економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського за підсумками науково-дослідної роботи за 2002-2006 рр. (2002-2006 рр., м. Донецьк).

**Публікації.** Зарезультатами дисертаційної роботи опубліковано 38 наукових праць, у тому числі 22 статті у наукових фахових виданнях, 15 публікацій в інших наукових виданнях – журналах, наукових збірниках, збірниках матеріалів конференцій, 1 технічні умови. Загальний обсяг публікацій становить 17,81 д.а., із яких особисто автору належить 15,38 д.а