

Гуменников А. П.
старший преподаватель
Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь

РАЗЛИЧИЯ В ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ТОРГОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ ПОКУПАТЕЛЯМИ И ТОРГОВЫМ ПЕРСОНАЛОМ МАГАЗИНОВ

В настоящее время проблема обеспечения высокого качества торгового обслуживания весьма актуальна для всех торговых организаций и индивидуальных предпринимателей, осуществляющих свою деятельность в розничной торговле. Являясь инструментом конкурентной борьбы, качество торгового обслуживания требует определенных затрат на формирование его заданного уровня. Большая часть организаций и предпринимателей, не обладая в настоящее время источниками мощных инвестиций, работая на перенасыщенном розничном рынке, вынуждена акцентировать внимание на те элементы качества торгового обслуживания, которые не являются затратными с финансовой точки зрения и обеспечиваются более эффективной организацией труда. Следует учитывать, что процесс объективной оценки качества торгового обслуживания также требует затрат труда и времени торговых работников, и, зачастую, привлечения услуг сторонних организаций. Таким образом, минимизация затрат на оценку качества торгового обслуживания также является одной из актуальных задач менеджеров торговых организаций. Пути минимизации затрат на оценку качества торгового обслуживания могут быть:

1. применение методик, позволяющих получить только общую оценку качества торгового обслуживания;
2. использование методик, позволяющих получить общую оценку качества торгового обслуживания, а также ее отдельных элементов без использования опросов посетителей магазинов;

3. использование для измерения качества обслуживания оценок торговых работников и персонала магазинов.

Во всех вышеперечисленных случаях минимизация расходов на оценивание качества обслуживания происходит за счет исключения проведения опросов потребителей, так как они требуют достаточно объемных подготовительных операций, выезда к объектам, больших расходов времени на сбор первичных данных и их анализ.

Отказ от проведения опросов потребителей позволяет сократить время и затраты на получение оценки качества торгового обслуживания, однако при этом получаемые результаты существенно искажаются. Это подтверждается исследованием, проведенным в двух магазинах системы потребительской кооперации, расположенных в Гомельской области. В данных магазинах 6 июля 2017 года был проведен опрос торгового персонала и 61 покупатель. В опросных листах были включены вопросы по оценке отдельных элементов качества торгового обслуживания, общей оценки качества торгового обслуживания в целом по торговому объекту (от 2-“неудовлетворительно” до 5-“отлично”) и ее изменению за последние два года. Одновременно с получением таких оценок проводился сбор информации о значимости каждого элемента качества торгового обслуживания (от 0-“неважно” до 3-“очень важно”). В дальнейшем ответы, полученные от торгового персонала магазинов, сравнивались с результатами опроса покупателей.

Исследование показало, что существуют существенные различия в оценке значимости отдельных элементов качества торгового обслуживания у торгового персонала магазинов и покупателей. По результатам опроса было выявлено, что максимальная переоценка значимости отдельных элементов качества обслуживания персоналом достигает 16%, а недооценка – более 250% (относительно мнений покупателей). Таким образом использовать мнение торгового персонала для оценки значимости элементов торгового обслуживания нецелесообразно, так как получаемые результаты имеют слишком большое отклонение от мнений покупателей.

Анализ результатов проведенного исследования показал, что использование экспертного метода (использование мнений продавцов и работников магазинов) при оценке качества торгового обслуживания нецелесообразно, так как выявлены существенные различия в оценке не только отдельных элементов качества торгового обслуживания, но и оценки в целом по магазину (рис. 1).

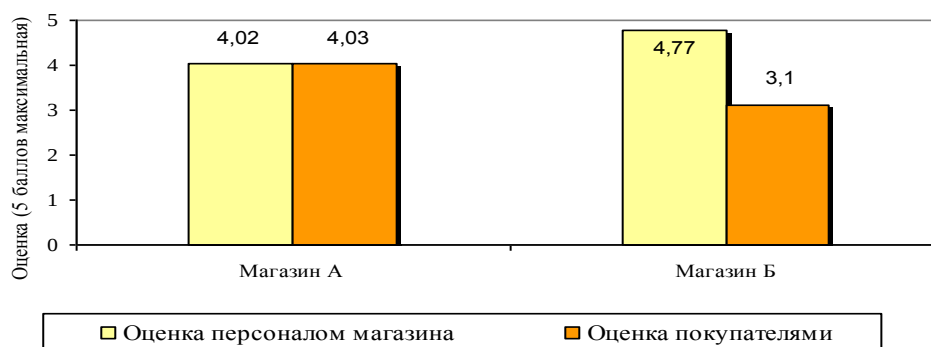


Рис. 1. Обобщенная оценка качества торгового обслуживания методом “Идеальной точки” в отдельных торговых объектах по результатам опроса покупателей и торгового персонала, проведенного 06.07.2017 года

Исследование также показало, что мнения относительно изменения качества торгового обслуживания существенно различаются между персоналом магазина и покупателями. Торговые работники склонны предполагать более высокую оценку изменения своей работы по обеспечению высокого качества торгового обслуживания (рис. 2).

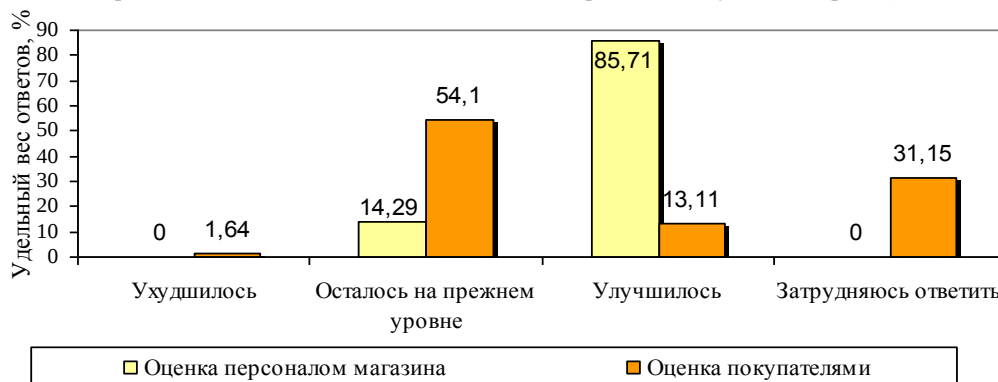


Рис. 2. Оценка изменения качества торгового обслуживания в отдельных торговых объектах по результатам опроса продавцов и покупателей, проведенного 06.07.2017 года

В ходе исследования было выявлено, что качество обслуживания в магазинах во многом определяется именно работой персонала: там, где сформирован хороший микроклимат в коллективе, результаты работы существенно лучше.

Таким образом, можно сделать вывод о необходимости проведения опросов покупателей для получения объективной оценки качества торгового обслуживания в торговых объектах.

Список использованных источников

1. Гуменников А. П. Оценка качества торгового обслуживания населения на розничном торговом предприятии в современных условиях // Потребительская кооперация. – 2003. – №1. – С. 64-70.
2. Гуменников А. П. Положительные и отрицательные стороны методик оценки качества торгового обслуживания // Социально-экономическая система Беларуси в условиях трансформации общества: Материалы научно-практической конференции.

Гомель, 25 мая 2001 г. / Гомельский филиал учреждения образования федерации профсоюзов Беларуси "Международный институт трудовых и социальных отношений" – Гомель, 2002. – С. 18-21.

3. Гуменников А. П. Современные технологии оценки качества торгового обслуживания в магазине // Теория и практика менеджмента и маркетинга: Материалы VI междунар. науч.-практ. конференции. Минск, 30-31 мая 2005 г. / Под общей редакцией д.э.н., проф. И. Л. Акулича. – Мн.: ООО "Мэдэжик Бук", 2005. – С. 77-78.

4. Гуменников А. П. Многофакторная модель оценки качества торгового обслуживания населения // Социально-экономические проблемы развития предприятий и регионов: Сборник докладов международной научной конференции. Витебск, 15-16 ноября 2001 г. / Витебский государственный технологический университет. – Витебск, 2001. – С. 170-172.

Демидчук Л. Б.

к.т.н., доцент,

Олесінь Я. Я.

магістр

Львівський торговельно-економічний університет

РИНОК БУДІВЕЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ В УКРАЇНІ

Промисловість будівельних матеріалів є великою складовою економіки будь-якої країни. Ця галузь, будучи основною матеріальною базою для будівельного комплексу, істотно впливає на темпи зростання в інших галузях економіки і соціально-економічний стан суспільства в цілому.

Сучасна промисловість будівельних матеріалів – це комплексна галузь, яка містить у собі більше двадцяти самостійних підгалузей, багато з яких, у свою чергу, нараховують у своєму складі кілька видів виробництва, при цьому кожна підгалузь створює свій ринок, який функціонує самостійно, утворюючи в сукупності загальний ринок будівельних матеріалів. По ситуації в будівельному комплексі можна безпомилково судити про інноваційно-інвестиційні процеси, які відбуваються в економіці країни.

Сучасний ринок будівельних матеріалів в Україні характеризується наступними головними трендами. За оперативною інформацією Держстату України за перший квартал 2017 року порівняно з відповідним періодом 2016 року зросли обсяги виробництва:

- граніту – на 146,4% (вироблено 831,0 тис. куб. м);
- скла листового гнutoго, гранованого, гравірованого, свердлень, емальованого або обробленого іншим способом, але не встановленого в раму або оправу – на 89,2 % (вироблено 187,5 тис. кв. м);
- блоків та цегли з цементу, штучного каменю чи бетону для будівництва – на 67,6% (вироблено 148,5 млн. шт. ум. цегли);
- плиток, плит, черепиці та аналогічних виробів з цементу, бетону або штучного каменю – на 46,8 % (вироблено 16,0 тис. т);
- металоконструкцій будівельних збірних – на 35,0 % (вироблено 8,1 тис. т);
- шлаковати, вати мінеральної силікатної та аналогічних мінеральних ват (включно суміші) в блоках, листах чи рулонах – на 31,4% (вироблено 340,6 тис. куб. м);
- блоків з ніздрюватих бетонів – на 18,9% (вироблено 74,0 млн. шт. ум. цегли);
- цементу – на 13,6 % (вироблено 708,9 тис. т);
- сумішей будівельних та бетонів (сухих) – на 6,4 % (вироблено 125,6 тис. т);
- гіпсових сумішей – на 4,9 % (вироблено 74,9 тис. т);
- вироби санітарно-технічні керамічні – на 2,3% (вироблено 718,9 тис. шт.) [1].

Аналіз використання вітчизняних будівельних матеріалів при будівництві об'єктів відображає підвищення довіри будівельників до українського виробника, тобто якщо у 2009 році відсоток використання будматеріалів складав 50%, то у наступні роки він поступово підвищувався так у 2017 – 80%, а прогноз на 2018 рік складає вже понад 85%.

Не дивлячись на те, що практично усі будівельні матеріали виробляються в Україні та переважно відповідають як національним, так і європейським стандартам, завжди будуть споживачі які надаватимуть перевагу імпортованим матеріалам.

Експорт основних будматеріалів до країн Білорусії, Казахстану та Російської Федерації склав 419 млн. грн. та майже у 2,5 разів перевищив показник експорту до країн ЄС – 170 млн. грн. Імпортовано основних будматеріалів із Білорусії, Казахстану, Російської Федерації на 41 млн. грн., що у свою чергу майже у 6 разів менше обсягів імпортованих матеріалів із країн ЄС – 245 млн. грн. [2].

Ринок будівельних матеріалів є інвестиційно привабливим як для вітчизняних, так і для закордонних інвесторів. Така інвестиційна привабливість зумовлюється покращенням макроекономічної ситуації в Україні, наявністю сировинної бази, розвитком сектору торгівлі будматеріалами та зростанням обсягів капітального будівництва. Найбільша кількість інвестицій походить з Росії, Німеччини, Італії, Франції, США та острівних країн. Проте кількість інвесторів та розміри інвестицій все ще є недостатніми, внаслідок недосконалості обладнання існуючих підприємств, недостатньої стабільності політичної ситуації, високих податків, відсутності системи страхування інвестицій, недосконалості державної політики щодо стимулювання та захисту інвестицій.

Отже, сучасний стан ринку будівельних матеріалів в Україні характеризується збільшенням обсягів виробництва, зростанням цін на будівельну продукцію і нестабільністю економічної ситуації. Спостерігається стійка динаміка зростання експорту над імпортом за основними будівельними матеріалами.

Виявлена структура ринку будівельних матеріалів дозволяє робити подальші висновки про його потенціал, а також про можливі стратегічні рішення кожного його учасника. Перспективи подальших досліджень можуть бути спрямовані на визначення конкретних кількісних і якісних показників, які характеризують стан ринку будівельних матеріалів в Україні.

Список використаних джерел

1. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Борейко В. І. Перспективи виробництва будівельних матеріалів в Україні / В. І. Борейко, М. Ю. Припула // Збірник наукових праць. Проблеми раціонального використання соціально-економічного та природно-ресурсного потенціалу регіону: фінансова політика та інвестиції. – 2017. – Випуск XIX, № 4. – С. 71-84.