

## **ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА КАЧЕСТВО ТОРГОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВОЙ СЕТИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

Изменение качества торгового обслуживания в розничной торговой сети потребительской кооперации определяется влиянием многих факторов, имеющих для системы потребительской кооперации как объективный, так и субъективный характер.

Основными объективными факторами, влияющими на качество торгового обслуживания в розничной торговой сети потребительской кооперации Республики Беларусь, являются: изменение численности сельского населения республики, особенности в подборе торгового персонала, характер проживания обслуживаемого населения (небольшие населенные пункты, распределенные по территории республики), разница в доходах между сельскими жителями и жителями городов, развитие конкуренции.

В первую очередь необходимо отметить **уменьшение численности сельского населения** более чем на 1,3 млн человек, что негативно отразилось на размещении торговой сети и получаемым доходам, которые организации потребительской кооперации могут направить на повышение качества торгового обслуживания.

Уменьшение численности сельского населения, в том числе и из-за миграции в города и поселки городского типа, вызывает также определенные **трудности в подборе торгового персонала** для торговых объектов потребительской кооперации.

Потребительская кооперация **обслуживает** практически все **население**, как правило, **проживающее в небольших населенных пунктах**, располагающихся на значительном расстоянии от крупных городов, а также жителей поселков городского типа. Данный фактор вызывает «измельченность» торговой сети потребительской кооперации: на начало 2016 года средняя площадь 7336 продовольственных магазинов составляла 89 квадратных метров.

Торговая сеть потребительской кооперации представлена, как правило, небольшими торговыми объектами, относительно равномерно распределенными по территории республики. Отсюда возникает необходимость нести большие, по сравнению с крупными населенными пунктами, транспортные расходы на единицу груза. Расходы ручного труда при организации продажи на каждую товарную единицу также будут превышать аналогичные показатели в городах. Поэтому цена аналогичных товаров в городах и сельских населенных пунктах будет различаться.

Следует отметить, что определенная часть магазинов, расположенных в сельской местности, осуществляют торговлю в течение неполного рабочего дня, т.е. менее чем 8 часов в день. Это снижает возможности покупателей приобрести необходимый товар в любое удобное для них время.

Необходимо отметить, что значительную часть мелких сельских населенных пунктов обслуживают автомагазинами, в которых, ввиду специфики работы, еще более ярко проявляются ограничения небольших объемов, малого времени обслуживания в одном населенном пункте, сложностей в обеспечении сохранности товаров и хороших условий труда персонала.

**Доходы жителей, проживающих в сельской местности**, ввиду характера их занятости ниже доходов городских жителей. Следует учитывать также, что в сельской местности проживает достаточно большое количество пенсионеров, пенсия которых более чем в два раза меньше среднего значения среднемесячной начисленной заработной платы работников. Невысокие доходы обслуживаемого населения объективно не позволяют получать высокий доход в расчете на торговый объект, что снижает возможности создания стимулов для персонала и, в целом, ухудшает условия формирования высокого качества обслуживания.

**Развитие конкуренции в розничной торговле** оказывает как положительное, так и отрицательное влияние на качество торгового обслуживания в торговых объектах потребительской кооперации. Негативное влияние усугубляется тем, что ранее убытки торговых объектов сети потребительской кооперации, расположенных в удаленных небольших сельских населенных пунктах, перекрывались доходами, полученными в районных центрах и крупных населенных пунктах. В настоящее время восполнить убытки становится более проблематичнее.

Основными субъективными факторами, влияющими на качество торгового обслуживания в розничной торговой сети потребительской кооперации Республики Беларусь, являются:

1. **низкая рентабельность и убыточность отдельных организаций торговли** потребительской кооперации, что влечет ограничения по возможностям развития материально-технической базы, стимулирования торговых работников выполнять свою работу с высоким уровнем обслуживания и т.д.;

2. **невысокий уровень оплаты труда** не позволяет закрепить в системе специалистов и высокоэффективных торговых работников, что негативно отражается на способности обеспечивать в торговых объектах высокое качество торгового обслуживания. **Условия работы торговых работников** в сельских магазинах (много ручного труда, относительная сложность выполнения отдельных учетных операций, психоэмоциональное напряжение) также продуцируют относительно высокую текучесть и нехватку персонала;

3. **недостаточный уровень использования средств автоматизации в управлении** торговыми объектами, из-за чего работники отвлекаются на осуществление учетных и расчетных операций, сложно организовать быстрый и безошибочный расчет на узлах расчет в магазинах, эффективно управлять ассортиментом и т.д. Возникающая высокая загруженность персонала различными операциями не позволяет проводить эффективную работу по обеспечению высокого качества торгового обслуживания;

4. в системе потребительской кооперации, имеющей социальную направленность, до сих пор в торговле **нет ключевых показателей результативности, связанных с качеством торгового обслуживания**. Отсутствие ключевых показателей результативности в области качества обслуживания не позволяет вышестоящим звеном управления создать стимулирующие воздействия на персонал для формирования высокого качества в системе и наладить эффективную систему управления им;

5. в системе **слабо продвигаются разработанные стандарты торгового обслуживания**, не налажена система обучения персонала этим стандартам, не проводится эффективный контроль знаний торговых работников;

6. **недостаточно полно используется потенциал прогрессивных методов продажи** в магазинах системы потребительской кооперации. Так, на начало 2016 года в системе только 67,6 % магазинов используют прогрессивные методы продажи.

Таким образом, системе потребительской кооперации следует провести работу во многих направлениях, чтобы уменьшить влияние объективных факторов и устранить негативное влияние внутренних на качество торгового обслуживания.