

ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ТОРГОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВОЙ СЕТИ КАЛИНКОВИЧСКОГО РАЙПО

Проблема качества торгового обслуживания постоянно волнует как продавцов, так и покупателей. Уровень качества торгового обслуживания является важным фактором конкурентоспособности торговой организации в условиях рыночных отношений, так как от него зависит эффективная торговая деятельность.

Качество торгового обслуживания населения – это социально-экономическая категория, отражающая совокупность свойств торгового обслуживания и его соответствие потребностям населения.

Одной из составляющей качества торгового обслуживания является состояние розничной торговой сети. В Калинковичском райпо из-за закрытия магазинов за 2018 г. снизился коэффициент плотности торговой сети по числу магазинов и относительно территории до 1,2 ед. на 1000 чел. и 2,7 ед. на 1000 км² соответственно, что также повлияло на снижение показателя обеспеченности населения торговой площадью с 108,2 до 91,6 м² на 1000 человек. Соответственно наблюдается прирост обратных коэффициентов плотности торговой сети. Снижение количества магазинов привело к увеличению среднего радиуса действия магазинов до 3,7 км. Все рассчитанные показатели качественного состояния розничной торговой сети свидетельствуют об их ухудшении.

Качество торгового обслуживания может быть оценено и на основании расчета показателей: коэффициента устойчивости ассортимента, коэффициента дополнительного обслуживания покупателей, коэффициента затрат времени на ожидание обслуживания, коэффициента качества обслуживания по мнению покупателей и обобщающего коэффициент качества обслуживания.

Проведенная оценка качества торгового обслуживания в магазинах «Продукты», расположенных в городском поселке Озаричи и агрогородке Домановичи выявила, что коэффициент устойчивости ассортимента приближен к 1, т. е. товары, предусмотренные ассортиментным перечнем, всегда имеются в наличии, ассортиментный перечень магазинов соблюдается. Коэффициент дополнительного обслуживания покупателей также равен 1, т. е. предусмотренные услуги в исследуемых магазинах оказываются в полном объеме. Затраты времени на обслуживание покупателей не превышают оптимальные. Обобщающий коэффициент качества обслуживания в исследуемых магазинах высокий, так как выше 0,901.

С целью выявления уровня культуры и качества торгового обслуживания проведено анкетирование покупателей в данных магазинах. Наибольший удельный вес в структуре ответов покупателей на вопрос о выборе магазина для приобретения товаров принадлежит таким факторам, как близость к дому (работе) – 70%, широта ассортимента – 40%.

Уровень цены товаров считают приемлемым 60% опрошенных.

В результате проведенного исследования определены пути повышения качества торгового обслуживания населения:

- создание образцово-показательных магазинов, соответствующих современным требованиям по технологии, ассортименту, рекламному оформлению, использованию современных материалов, оборудования, дизайна, прогрессивным формам и методам продажи;
- продолжение работы по изменению внутреннего и внешнего оформления магазина бренда «Родны кут» в экологической направленности, что может способствовать привлечению покупателей и повышению качества торгового обслуживания;
- внедрение категорийного менеджмента в управлении ассортиментом;
- расширение количества оказываемых дополнительных услуг покупателям, например таких, как ремонт обуви, часов, парикмахерские услуги, услуги по прокату, ремонт телевизоров, копчение продуктов, нарезка стекла и другие;
- предоставление дифференцированных скидок покупателям при совершении покупки в зависимости от ее суммы;

– использование выкладки товаров в торговом зале с учетом принципов и инструментов мерчандайзинга;

– осуществление анкетирования потребителей по выявлению качества и культуры торгового обслуживания в магазинах райпо.

Выполнение данных рекомендаций позволит Калининковскому райпо повысить уровень качества и культуры торгового обслуживания населения, его конкурентные позиции на действующем сегменте рынка, обеспечить выполнение прогнозных экономических показателей розничной торговли.