

СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ И ФАКТОРЫ, ОБУСЛОВЛИВАЮЩИЕ ФОРМИРОВАНИЕ КАЧЕСТВА ТОРГОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ

В данной статье рассматриваются актуальные аспекты и факторы, обуславливающие формирование качества торгового обслуживания покупателей розничными торговыми объектами Республики Беларусь в современных условиях.

This article discusses the current aspects and factors that determine the formation of the quality of retail customer service by retail retail facilities of the Republic of Belarus in modern conditions.

Ключевые слова: розничные торговые объекты; покупатели; ассортимент товаров; культура торговли; качество торгового обслуживания покупателей; показатели качества торгового обслуживания; торговля потребительской кооперации.

Key words: retail retail facilities; buyers; assortment of goods; culture of trade; quality of trade customer service; indicators of quality of trade service; trade consumer cooperation.

Сущность требований населения к торговле сводится к обеспечению возможности своевременно приобретать все необходимые товары высокого качества, в нужном ассортименте с наименьшими затратами времени при максимальных удобствах.

Результаты деятельности торговой отрасли, которые обеспечивают ее участие в формировании современного уровня и образа жизни населения, а также уровень ее развития можно свести к трем характеристикам: культура торговли, качество торгового обслуживания, культура торгового обслуживания.

Следует отметить, что культура торговли является самым емким из указанных понятий. При этом культура торговли означает определенный уровень развития торговой отрасли в целом, совокупность достижений в ней. Однако с практической точки зрения для покупателей наиболее важным понятием является качество торгового обслуживания.

Изучение современных проблем качества торгового обслуживания населения в зоне деятельности организаций потребительской кооперации Беларуси имеет в силу ряда причин весьма актуальное значение. Это связано прежде всего с усилением конкуренции на сельском потребительском рынке, в результате чего система Белкоопсоюза уступает свои позиции на этом рынке различным торговым сетям и структурам, что отрицательно сказывается на качестве торгового обслуживания сельского населения.

Следует различать понятия идеального и реального качества обслуживания. Идеальное качество обслуживания – это его полное соответствие потребностям населения. Реальное качество торгового обслуживания – это фактически сложившееся качество торгового обслуживания. Выделяют также бездефектное качество торгового обслуживания, при котором обслуживание соответствует требованиям действующих норм и правил торговли. Качество торгового обслуживания, не удовлетворяющее указанным требованиям, является дефектным, а превышающее данные требования – повышенным.

Если произошел акт купли-продажи, то объект розничной торговли удовлетворяет хотя бы одну потребность населения (потребность в товаре). Однако в каждом конкретном случае торговое обслуживание может удовлетворять или не удовлетворять все потребности покупателей. Качество торгового обслуживания состоит из множества элементов, каждый из которых оказывает на него свое влияние. Сложность этого понятия затрудняет его прямое и объективное проявление и делает возможным изучение практического выражения качества обслуживания только на основе выявления его составляющих элементов. Основные задачи, которые обычно ставятся перед работниками торговли, следующие: наращивание объемов товарооборота, улучшение культуры обслуживания населения, повышение доходности работы торговых предприятий. Эти задачи неотделимы. Их конечная цель – наиболее полное удовлетворение покупательского спроса потребителей.

Удовлетворение потребностей населения осуществляется розничными торговыми объектами. При этом покупатель может воспринимать следующие результаты процесса торгового обслуживания на торговом объекте (свойства торгового обслуживания):

- размещение торгового объекта;
- график и время работы торгового объекта;
- объем (количество) и разнообразие, цену, качество товаров и услуг торгового объекта;
- наличие и качественное состояние материально-технической базы розничной торговли (экстерьер и интерьер торгового объекта, оборудование и т. д.);
- наличие и профессиональные качества торгового персонала;
- соблюдение всех правил осуществления розничной торговли, Закона Республики Беларусь «О защите прав потребителей» от 9 января 2002 г. № 90-3 и других законодательных и нормативных актов, регулирующих осуществление розничной торговли на территории Республики Беларусь.

Наличие широкого и глубокого ассортимента товаров позволяет покупателю осуществлять выбор товара, в наибольшей степени соответствующего его требованиям, а также производить комплексные покупки (покупки всех необходимых товаров в одном магазине или месте). Розничным торговым организациям следует стремиться к оптимизации структуры ассортимента товаров для максимального удовлетворения потребностей избранного сегмента потребителей. Неполный и неустойчивый ассортимент товаров в магазине заставит покупателей посещать другие магазины.

Ценовая доступность товаров (разумность цен на товары) также является важнейшим аспектом качества торгового обслуживания (при этом следует указать, что в ряде случаев в научных исследованиях этот аспект иногда не затрагивается, его важность игнорируется). Под разумностью цен на товары понимается доступность товаров потенциальным потребителям с точки зрения их цены, а также положительная оценка покупателями ее уровня. При этом важно учитывать, что зачастую положительная оценка цены товара в понимании потребителя определяется не только наличием определенных потребительских свойств самого товара, но и востребованными свойствами торгового обслуживания.

Слишком низкая цена на товары в ряде случаев воспринимается покупателями отрицательно и не стимулирует их к покупке. Высокие цены на товары также в ряде случаев воспринимаются отдельными группами покупателей неоднозначно, в одних магазинах могут восприниматься отдельными покупателями положительно, тогда как в других магазинах большинством покупателей будут восприниматься резко отрицательно.

Высокая скорость обслуживания важна не только покупателям (особенно испытывающим недостаток в свободном времени), но и для конкретной торговой организации, так как с ее помощью объект торговли может увеличить пропускную способность и нарастить товарооборот. Скорость обслуживания оказывает особое влияние на время ожидания покупателей в период интенсивных покупательских потоков (когда образуются очереди в «час пик») и формируется не только профессиональными качествами торговых работников и применением современного торгового оборудования, но и рационально организованным технологическим процессом в магазине.

Соответствие режима работы магазина условиям труда и быта обслуживаемого населения – также весьма важный аспект. Если режим работы магазина оптимально соответствует условиям труда и быта потенциальных покупателей (сегмента рынка), то розничной торговой организации удастся уменьшить затраты на осуществление бесприбыльной или убыточной торговли именно в неблагоприятные периоды времени работы магазинов. Несовпадение периодов интенсивных покупательских потоков с часами работы магазина (магазин открывается слишком поздно и закрывается слишком рано, обеденный перерыв по времени совпадает с большой покупательской активностью потенциальных потребителей) или днями его работы в течение недели (магазин закрыт по причине выходного дня, а потенциальные потребители проявляют покупательскую активность) обычно вынуждает покупателей приобретать товары в других магазинах.

Наряду с другими аспектами торгового обслуживания во многих случаях существенное значение имеет рациональная выкладка товаров. Выкладка товаров служит для демонстрации потенциальным потребителям реализуемых товаров. На практике существуют различные способы и приемы выкладки, однако они в каждом конкретном случае должны обеспечивать наглядность демонстрации товаров и не требовать от торгового персонала чрезмерных затрат труда. Нерациональная выкладка товаров может привести к тому, что определенные товары

не будут замечены покупателем, а эффективная выкладка позволяет без особых усилий с его стороны отыскать необходимый товар и приобрести его.

Можно анализировать множество аспектов и показателей, связанных с качеством торгового обслуживания покупателей. Однако следует признать, что их значимость для покупателей неодинакова, т. е. различные элементы качества торгового обслуживания по-разному воспринимаются и оцениваются различными потребителями. Существуют элементы, имеющие наибольшую значимость для покупателя, и менее значимые для него, поэтому необходимо учитывать значимость отдельных элементов и аспектов качества торгового обслуживания для широкого круга покупателей. При этом следует учитывать, что важность различных элементов качества торгового обслуживания покупателей, как показывают исследования, дифференцируется не только под влиянием их индивидуальных различий, но и зависит от специфики самих объектов розничной торговли.

Наиболее значимые элементы качества торгового обслуживания для покупателей следующие:

- ценовая доступность товаров (разумность цен на товары);
- наличие широкого ассортимента товаров;
- вежливое, внимательное отношение персонала магазина к покупателям;
- отсутствие посторонних неприятных запахов в магазине (особенно продовольственном);
- отсутствие в магазине очередей на ожидание обслуживания;
- хорошее санитарное состояние магазина;
- умение продавца полно и быстро ответить на вопросы покупателей;
- высокая скорость обслуживания покупателей (продавцом, кассиром и т. д.);
- соблюдение установленного порядка продажи товаров и правил торговли;
- эффективная выкладка товаров.

Важно учитывать то, что, как показывают результаты проведенных социологических исследований, общая требовательность к торговому обслуживанию у различных социальных групп покупателей неодинакова: например, у служащих она обычно выше, чем у рабочих. С увеличением возраста наблюдается тенденция снижения общей требовательности к качеству торгового обслуживания: молодые покупатели более требовательны к качеству торгового обслуживания, чем старшее поколение. Исключение составляют покупатели в возрасте 46–55 лет, повышенная требовательность к качеству торгового обслуживания которых объясняется их более высоким социальным статусом и уровнем дохода. С увеличением дохода на одного члена семьи, как правило, требовательность к качеству торгового обслуживания закономерно повышается. Покупатели с высоким уровнем дохода больше внимания уделяют наличию широкого ассортимента товаров, отсутствию в магазинах очередей на ожидание обслуживания и высокой скорости обслуживания торговым персоналом (время для таких покупателей – наиболее ценный ресурс), наличию дополнительных услуг (например, автостоянки) и некоторым другим элементам. Более требовательны такие покупатели к эстетическому оформлению торговых объектов и территории, прилегающей к ним [1, с. 12].

В настоящее время проблема обеспечения надлежащего качества торгового обслуживания покупателей особенно актуальна для потребительской кооперации Беларуси. Это вызвано прежде всего следующими причинами:

- наличием или возможным появлением конкуренции со стороны различных частных и других розничных торговых структур;
- возрастающими запросами и необходимостью дальнейшего повышения уровня жизни сельских жителей;
- необходимостью дальнейшего развития и повышения конкурентоспособности потребительской кооперации, в том числе в средних и крупных городах, где розничных торговых объектов потребительской кооперации немного.

При этом появление в последние годы на рынке конкурентов, как правило, предлагающих более качественное торговое обслуживание, неизбежно повлечет за собой снижение доли рынка и ухудшение финансовых и экономических показателей работы розничных торговых предприятий потребительской кооперации [2, с. 5].

В настоящее время в потребительской кооперации работа по изучению покупателей и их запросов находится на недостаточно высоком уровне. Не зная потребностей покупателей, невозможно полно и качественно их удовлетворить. Очень важно также принимать во внимание, что достижение высокого качества торгового обслуживания возможно только при обеспечении

необходимого ассортимента товаров. С этим аспектом в системе кооперативной торговли также имеются проблемы. Необходимо учитывать другие аспекты торгового обслуживания: предоставление более широкого перечня услуг покупателям, применение прогрессивных методов продажи товаров, четкое обслуживание сельских жителей по их предварительным заказам и т. д. Пока в кооперативных розничных торговых объектах по ряду объективных причин этим направлениям торговли не придается должного внимания.

Основной причиной, ограничивающей торговые предприятия потребительской кооперации в налаживании эффективной системы управления качеством торгового обслуживания населения, является отсутствие денежных и других средств, которые можно направить на совершенствование торгового обслуживания покупателей. В свою очередь, данная причина во многом объективно предопределена небольшим количеством жителей в сельских поселениях, в которых функционирует основная часть торговых объектов потребительской кооперации. В то же время в этих условиях следует проводить работу по целенаправленному улучшению тех аспектов качества торгового обслуживания, которые не требуют больших финансовых затрат. При этом нужно уделять более пристальное внимание факторам, обеспечивающим надлежащее качество обслуживания покупателей: росту квалификации торгового персонала, применению реальных условий его материального стимулирования, а также внедрению простых и эффективных методик самой оценки качества торгового обслуживания покупателей применительно к реальным условиям работы кооперативных розничных торговых объектов.

Список использованной литературы

1. Гурская, С. П. Правила торговли и защита прав потребителей : учеб. пособие / С. П. Гурская. – 2-е изд., испр. – Минск : Выш. шк., 2007. — 190 с.
2. Калугина, С. А. К вопросу о качестве и культуре торгового обслуживания населения / С. А. Калугина, А. А. Макаров, Е. Ю. Депутатова [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://sociosphera.com/publication/journal/2016/166/k_voprosu_o_kachestve_i_kulture_torgovogo_obsluzhivaniya_naseleniya. – Дата доступа : 12.02.2022.