

ОЦЕНКА КУЛЬТУРЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ В МОГИЛЕВСКОМ ГИПЕРМАРКЕТЕ «ОМА»

На эффективность продажи товаров в розничной торговле особое влияние оказывает грамотное обслуживание покупателей. Проведем анализ работы секции «Электротовары» в могилевском гипермаркете «ОМА» и оценим качество культуры обслуживания.

Коэффициент затрат времени на ожидание обслуживания определяется по формуле

$$K_o = Z_o / Z_{\phi} [1, \text{с. 416}] : K_o = 150/164,4 = 0,91.$$

Коэффициент соответствия фактического ассортимента ассортиментному перечню шнуров удлинителей, армированных вычисляется по формуле

$$K_c = \frac{A_1 + A_2 + \dots + A_n}{n} [1, \text{с. 414}] : K_c = \frac{\frac{4}{4} + \frac{4}{4} + \frac{4}{4} + \frac{3}{4} + \frac{4}{4}}{5} = 0,95.$$

Коэффициент полноты ассортимента по удлинителям (K_{Π}) определяется по формуле

$$K_{\Pi} = \frac{\Pi_1 + \Pi_2 + \dots + \Pi_n}{n} [1, \text{с. 415}] : K_{\Pi} = \frac{\frac{3}{3} + \frac{4}{3} + \frac{3}{3} + \frac{4}{3} + \frac{3}{3}}{5} = 1,13.$$

Коэффициент дополнительного обслуживания покупателей вычисляется по формуле

$$K_d = \left(\frac{Y_1 + \dots + Y_n/Y}{n_1} + \frac{Y_{01} + \dots + Y_{0n}/Y}{n_2} \right) / 2 [1, \text{с. 415}] : K_d = \left(\frac{9/9}{5} + \frac{8/8}{5} \right) / 2 = 0,2.$$

Коэффициент культуры обслуживания по мнению покупателей определяется по формуле

$$K_m = M / \text{Ч}_{\Pi} [1, \text{с. 421}] : K_m = 70/87 = 0,8.$$

Обобщающий коэффициент культуры обслуживания определяется по формуле

$$K_{\text{обобщ}} = [(3_1 \times K_o) + (3_2 \times K_d) + (3_3 \times K_{\Pi}) + K_m] / 2 [1, \text{с. 423}].$$

Таким образом, обобщающий коэффициент культуры обслуживания $K_{\text{обобщ}}$ составляет 0,625. Так как данный коэффициент не находится в диапазоне от 0,701 до 0,900, уровень культуры обслуживания в могилевском гипермаркете «ОМА» не является удовлетворительным или средним. Существуют некоторые недочеты в культуре обслуживания, например недостаточно продавцов при большом потоке покупателей. В результате иногда покупатели пишут жалобы. Чтобы сократить время обслуживания, необходимо увеличить количество работников в торговом зале.

Для улучшения уровня культуры обслуживания следует предоставлять возможность работникам проходить курсы повышения квалификации, обеспечивать их постоянное обучение в целях повышения образованности и компетенции.

Мотивация сотрудников играет также важную роль в повышении уровня культуры обслуживания торговой организации. В могилевском гипермаркете «ОМА» к выполнению мероприятий по повышению мотивации можно добавить проведение конкурсов и соревнований между сотрудниками, оформление доски почета, организацию совместного отдыха, награждение сертификатом лучшего работника.

Для осуществления максимальной сконцентрированности на покупателе необходимо вести тщательный контроль над продавцами. Одним из методов такого контроля может стать технология тайного покупателя, позволяющая уведеть руководству магазина поведение продавцов в проблемных ситуациях.

Хорошим приемом результативного обслуживания может стать предложение купить определенный товар у конкурентов. Главное — быть честным с покупателем. Он запомнит такое отношение и будет доверять торговой организации.

Повышение уровня качества обслуживания покупателей в могилевском гипермаркете «ОМА» положительно скажется на количестве заинтересованных клиентов и объеме продаж товаров.

Источник

1. *Платонов, В. Н.* Организация и технология торговли : учебник / В. Н. Платонов, Л. С. Климченя. — Минск : БГЭУ, 2017. — С. 369–382.