

ОЦЕНКА КУЛЬТУРЫ ТОРГОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ И ПУТИ ЕЕ ПОВЫШЕНИЯ В СЕКЦИИ «ТОВАРЫ ДЛЯ МУЖЧИН» ТКУП «УНИВЕРМАГ БЕЛАРУСЬ»

Культура торгового обслуживания — совокупность признаков, характеризующих организацию обслуживания покупателей. Для количественной оценки культуры обслуживания можно применять систему показателей, связанных с качеством труда персонала магазина, внедрением прогрессивных методов продажи, дополнительным обслуживанием покупателей, устойчивостью ассортимента, культурой обслуживания по мнению покупателей, затратами времени на ожидание обслуживания и завершенность покупки [1].

В ходе проведения анализа культуры торгового обслуживания в секции «Товары для мужчин» ТКУП «Универмаг Беларусь» были рассчитаны основные показатели, характеризующие качество культуры торгового обслуживания. Коэффициент устойчивости ассортимента товаров, равный 1,09, свидетельствует о высокой устойчивости ассортимента и широком выборе товаров. Коэффициент дополнительного обслуживания, составляющий 1,05, указывает на предоставление большего количества дополнительных услуг, чем рекомендовано нормативными актами. Значение коэффициента затрат времени на ожидание обслуживания 0,72 показывает, что оптимальное значение превосходит среднее время ожидания обслуживания в секции «Товары для мужчин».

Коэффициент культуры обслуживания, по мнению покупателей, оценивался с использованием данных опроса посетителей секции: 85 % респондентов положительно отзываются о качестве обслуживания в секции. Обобщенный коэффициент культуры обслуживания, равный 0,899, указывает на высокий уровень культуры обслуживания.

Кроме расчетов коэффициентов для оценки эффективности культуры обслуживания был проведен опрос посетителей, в котором респонденты оценили качество торгового обслуживания с точки зрения таких критериев, как широта ассортимента, качество предоставляемых дополнительных услуг, время ожидания обслуживания, оформление торгового зала, удобство раскладки товаров и компетентность торгового персонала.

Результаты опроса показали, что главной проблемой, препятствующей повышению эффективности культуры обслуживания в секции «Товары для мужчин», является некомпетентность торгового персонала, которая выражается в неопытности сотрудников, незнании товаров.

Данную проблему предлагается исправить с помощью внедрения в секции системы дистанционного обучения iSpring [2], которая позволит быстро обучать новых сотрудников, повышать квалификацию опытного персонала и проводить переподготовку сотрудников. iSpring дает возможность контролировать уровень подготовки сотрудников и оценивать рейтинги их успеваемости.

Расходы на обучение текущего персонала секции составят 2305 руб. в год. Внедрение предложенного мероприятия можно считать экономически целесообразным, поскольку организация дистанционного обучения не только повысит качество торгового обслуживания, обеспечит увеличение товарооборота на 679,3 тыс. руб., но и позволит ликвидировать недостатки, которые были указаны покупателями при проведении опроса.

Источники

1. *Платонов, В. Н.* Организация и технология торговли : учебник / В. Н. Платонов, Л. С. Климченя. — Минск : БГЭУ, 2017. — 426 с.
2. Платформа для организации дистанционного обучения iSpring Learn [Электронный ресурс]. // iSpring Learn. — Режим доступа: <https://www.ispring.ru/ispring-learn/>. — Дата доступа: 20.11.2022.