

КУЛЬТУРА ТОРГОВЛИ

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что культура торговли является одним из наиболее важных элементов системы взаимодействия торгового предприятия и потребителя, который помогает сформировать благоприятный имидж предприятия на потребительском рынке.

Объектом исследования является магазин «Пони» ОДО «КомРадТорг» (г. Новогрудок), предметом исследования — культура торгового обслуживания в этом магазине.

Цели работы — сформировать представление о культуре торговли; изучить качество торгового обслуживания в магазине «Пони» ОДО «КомРадТорг».

Гипотеза — большое количество покупателей в магазине является показателем высокого уровня культуры торгового обслуживания.

Методы исследования — анализ теоретического материала, анкетирование, подсчет.

Источниками информации для работы послужили отечественная и зарубежная экономическая литература, интернет-ресурсы, локальные документы ОДО «КомРадТорг».

В работе раскрыто понятие культуры торговли, дана характеристика ее основных элементов, представлена характеристика магазина «Пони», проведен опрос покупателей с целью определения уровня культуры торгового обслуживания в магазине.

При проведении исследования было выяснено, что, по мнению большинства покупателей, в магазине «Пони» представлены в достаточно широком ассортименте товары, т.е. покупатели находят именно тот товар, который им необходим. В большинстве случаев товары обозначены ценниками. Персонал магазина вежлив, имеет опрятный внешний вид, соблюдает санитарные нормы. Большинство покупателей не были участниками конфликтных ситуаций с продавцами (кассирами) при совершении покупок и не сталкивались с негативными факторами при обслуживании в магазине.

Однако покупатели тратят достаточно много времени на покупку. Выявлены случаи отсутствия ценников на товарах или неправильное их расположение (80 % покупателей отметили этот факт). Определенная часть покупателей (24 % опрошенных) в процессе обслуживания сталкивалась с конфликтными ситуациями. В ходе опроса выявлены такие негативные факторы при обслуживании, как неправильный расчет, обвес, грубость персонала, наличие на полках товаров с истекшим сроком годности. При оценке качества работы персонала большая часть опрошенных выбрала варианты «хорошо» и «удовлетворительно», хотя были и ответы «плохо, ужасно».

Наличие недостатков в работе магазина, выявленных в ходе опроса, и высказывание покупателями предложений по улучшению качества обслуживания опровергают выдвинутую гипотезу о том, что большое количество покупате-

лей в магазине является показателем высокого уровня культуры торгового обслуживания.

Источники

1. *Виноградова, С. Н.* Организация и технология торговли / С. Н. Виноградова. — 2-е изд. — Минск : Выш. шк., 2009. — 464 с.
2. *Круг, Э. А.* Оценка качества торгового обслуживания клиентов на примере торгового предприятия [Электронный ресурс] / Э. А. Круг // Перспективы науки и образования. — 2013. — № 2. — С. 85–94. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-kachestva-torgovogo-obsluzhivaniya-klientov-na-primere-torgovogo-predpriyatiya>. — Дата доступа: 16.09.2022.
3. Оценка качества торгового обслуживания в сфере розничной торговли [Электронный ресурс] // Научный корреспондент. — Режим доступа: <https://nauchko.ru/pubs>. — Дата доступа: 16.09.2022.
4. *Платонов, В. Н.* Организация и технология торговли : учебник / В. Н. Платонов, Л. С. Климченя. — Минск : БГЭУ, 2017. — 426 с.