

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КУЛЬТУРЫ ТОРГОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ В МАГАЗИНЕ «МЕБЕЛЬ НА ДИМИТРОВА»

В условиях растущей конкуренции современные потребители все требовательнее относятся к работе магазина, поэтому культура торгового обслуживания является важной составляющей, определяющей степень успешности магазина. Она влияет на удовлетворение потребностей и ожиданий покупателей, а также на формирование их доверия и приверженности к магазину.

Культура торгового обслуживания во многом определяется политикой торговой организации и включает четыре составляющие: организационную, технологическую, этическую и эстетическую культуру обслуживания [1, с. 413].

Нами была произведена оценка уровня культуры торгового обслуживания в магазине «Мебель на Димитрова». На основе произведенных замеров был рассчитан коэффициент устойчивости ассортиментного перечня, значение которого составило 0,95, и коэффициент затрат времени на ожидание обслуживания — 0,96 (значения данных коэффициентов приближены к оптимальному, однако не в полной степени).

Для того чтобы определить показатель культуры обслуживания по мнению покупателей, нами был проведен опрос, в котором приняло участие 85 респондентов. Значение данного показателя составило 0,65, что говорит о недостаточной удовлетворенности покупателей торговым обслуживанием в магазине мебели. Оценка производилась по пятибалльной шкале: 64,4 % покупателей из 85 опрошенных дали хорошую и отличную оценку (4 и 5 баллов соответственно); 35,6 % — неудовлетворительную и удовлетворительную оценку (от 1 до 3 баллов соответственно).

Кроме того, результаты опроса позволили выявить недостаточное количество дополнительных услуг, оказываемых покупателям в магазине «Мебель на Димитрова», что было подтверждено расчетом коэффициента дополнительного обслуживания: его значение составило 0,54, что ниже оптимального — 1. Коэффициент дополнительного обслуживания был определен нами с учетом рекомендуемого перечня услуг для магазина мебели, а также с учетом услуг, оказываемых конкурентами.

По результатам анализа был рассчитан обобщающий коэффициент культуры торгового обслуживания в магазине «Мебель на Димитрова», который составил 0,76, что говорит об удовлетворительном уровне культуры обслуживания [1, с. 423].

С целью повышения уровня культуры торгового обслуживания в магазине «Мебель на Димитрова» нами были разработаны следующие предложения:

1) увеличить количество дополнительных услуг в магазине за счет оказания услуг дизайнера, а также за счет предоставления кредита и рассрочки для покупателей. Данные дополнительные услуги позволят повысить коэффициент дополнительного обслуживания с 0,54 до 1 и, соответственно, увеличить обобщающий коэффициент культуры торгового обслуживания;

2) ввести систему электронных чаевых. Принцип работы данной системы прост: покупатели могут оставлять чаевые продавцам, которых они захотят отблагодарить за обслуживание. Помимо чаевых в сервисе также доступны функции «оставить отзыв» и «поставить оценку» (от 1 до 5), что улучшит обратную связь с покупателями. Стоимость внедрения системы чаевых для магазина «Мебель на Димитрова» составит около 891,87 руб. Согласно опыту применения данной системы в 2021 г., средний размер чаевых составляет около 5 руб., что способствует экономии фонда оплаты труда организаций, которые внедрились данную технологию [4].

Источники

1. *Платонов, В. Н.* Организация и технология торговли : учебник / В. Н. Платонов, Л. С. Климченя. — Минск : БГЭУ, 2017. — 426 с.

2. «Азбука вкуса» запускает систему чаевых [Электронный ресурс] // Retail.ru. — Режим доступа: <https://www.retail.ru/news/azbukavkusa-zapuskaet-sistemu-chaevykh-4-marta-2021-202448/>. — Дата доступа: 29.11.2023.