

ОЦЕНКА КУЛЬТУРЫ ТОРГОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ В МАГАЗИНЕ ЕСОВАР

Под культурой торгового обслуживания понимается совокупность характеристик и условий процесса торгового обслуживания, определяемых профессионализмом и этикой обслуживающего персонала [1, с. 162].

Есовар — магазин, который позиционирует себя как магазин натуральных товаров: еды, косметики, бытовой химии, проявляя заботу как о своих покупателях, так и об окружающей среде. Для оценки уровня культуры торгового обслуживания в магазине Есовар был проведен опрос покупателей, в котором приняло участие 55 чел. Оценка производилась по пятибалльной шкале на основе семи выбранных нами критериев (табл. 1).

Таблица 1

Оценка культуры обслуживания в магазине Есовар

Критерий	Оценка покупателей				Сред- ний балл
	1–2 бал- ла	3 бал- ла	4 бал- ла	5 бал- лов	
	55 покупателей, чел.				
Соблюдение санитарно-гигиени- ческих требований в процессе об- служивания	—	1	26	28	4,5
Эстетика интерьера, создание ком- фортных условий обслуживания	—	2	27	26	4,4
Знание и соблюдение персоналом этических норм обслуживания	—	—	34	21	4,4
Оперативность обслуживания	—	1	29	25	4,4
Уровень квалификации продавца, возможность получить грамотную консультацию	—	3	26	26	4,4
Ассортимент товаров	—	4	23	28	4,4
Уровень цен	—	7	28	20	4,2

На основе результатов опроса, представленных в табл. 1, была произведена систематизация оценок респондентов. Как видно из табл. 2, число покупателей, оценивших культуру обслуживания в магазине Есовар на 4 и 5 баллов, составило 53 чел. из 55 опрошенных.

Таблица 2

Систематизация количества респондентов по выставленным баллам

Оценка культуры обслуживания по мнению покупателей	Количество покупателей, чел.
Неудовлетворительная оценка (1–2 балла)	—
Удовлетворительная оценка (3 балла)	2
Хорошая оценка (4 балла)	28
Отличная оценка (5 баллов)	25
Итого	55

Расчет уровня культуры обслуживания ($K_{м.п}$) был произведен по формуле

$$K_{м.п} = \frac{M_v}{\sum_{п}} = \frac{53}{55} = 0,96,$$

где M_v — количество покупателей, давших отличную и хорошую оценку культуре обслуживания, чел.; $\sum_{п}$ — количество всех опрошенных в магазине покупателей, чел.

Таким образом, опрос показал, что покупатели высоко оценивают культуру обслуживания в магазине Еsobar (значение показателя близко к 1).

С целью совершенствования культуры торгового обслуживания в магазине Еsobar с нашей стороны были предложены следующие рекомендации:

- внедрение различных скидок или акций для покупателей в целях стимулирования их покупки, так как экотовары стоят дороже аналогов;
- повышение скорости реагирования персонала на онлайн-заказы и усовершенствование сервисов доставки;
- расширение торговой сети Еsobar на территории Беларуси и увеличение торговых площадей имеющихся магазинов, что позволит предоставлять покупателям более широкий ассортимент экотоваров;
- проведение среди покупателей мероприятий по повышению их экологической грамотности в пользу выбора экотоваров, что позволит повысить заинтересованность в продукции магазина данной концепции.

Источник

1. Квасникова, В. В. Культура торговли: теоретические аспекты и методика оценки / В. В. Квасникова // Вестн. УО «ВГТУ». — 2008. — № 15. — С. 162–168.