

КУЛЬТУРА ТОРГОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ В ЦЕНТРАЛЬНОМ КНИЖНОМ МАГАЗИНЕ ОАО «БЕЛКНИГА»

Культура торгового обслуживания включает в себя систему норм, ценностей и стандартов, которые формируют взаимоотношения между продавцом и покупателем в процессе покупки. Анализ торгового обслуживания включает цели оценки существующей культуры, идентификации проблемных зон, разработки стратегий повышения культуры обслуживания, увеличения прибыли, создания положительного имиджа.

Определение культуры обслуживания состоит из этапов: определение целей, сбор информации (опрос, анализ документов, интервью), анализ собранной информации, формулировка выводов, разработка рекомендаций.

Способы определения культуры обслуживания: метод наблюдения, опроса, интервью, анализа документов, фокус-групп. Включает этапы: определение целей, сбор информации и ее анализ, формулировка выводов, разработка рекомендаций.

Проведена оценка уровня культуры торгового обслуживания в магазине ОАО «Белкнига», находящемся на пр. Независимости, 19, который занимается реализацией книг и канцелярских товаров, работает с 9.00 до 20.00, торговая площадь — 335 м², методы продажи — самообслуживание, традиционный. Используется метод опроса, основанный на Google Форме. Было опрошено 100 чел. Респондентам предложено с помощью 5-балльной шкалы оценить элементы культуры торгового обслуживания (5 баллов — полностью соответствует, 1 балл — не соответствует требованиям). В таблице представлен средний балл культуры торгового обслуживания.

Результаты проведенного опроса на тему культуры обслуживания
в Центральном книжном магазине ОАО «Белкнига»

Показатель	Средняя оценка
1	2
Имидж	4,5
Расположение	4,8
Режим работы	4,9
Интерьер	4,7
Оборудование	4,5

1	2
Персонал	4,8
Ассортимент	4,5
Итого	4,7

Как видно из данных таблицы, средняя оценка составила 4,7 балла, что свидетельствует о высоком уровне культуры торгового обслуживания в Центральном книжном магазине ОАО «Белкнига». Наиболее высокие баллы получили следующие показатели: расположение, режим работы, интерьер и работа персонала.

Для увеличения оценки следует разнообразить книжный ассортимент, добавить редкие и уникальные книги, создать логичные разделы торгового зала, провести тренинги и обучение персонала, создать стенды с новинками и акциями для информированности покупателей.

Культура торгового обслуживания является важным аспектом, способствующим формированию лояльности клиентов и повышению конкурентоспособности. Инвестирование в эту сферу правил обслуживания и создание уникального покупательского опыта — шаг к успешному развитию бизнеса в условиях цифровизации и растущей конкуренции.

Источник

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

О. Н. Панчугина, М. В. Рацкевич

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Л. В. Безпалько

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КУЛЬТУРЫ ТОРГОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ В ОАО «ГУМ» (СЕКЦИЯ «ОБУВЬ»)

Культура торгового обслуживания является важной составляющей эффективной деятельности торговых организаций. Современные реалии розничной торговли характеризуются высокой конкуренцией, быстрым изменением потребительских предпочтений и ростом ожиданий покупателей к уровню обслуживания. Культура торгового обслуживания становится одним из ключевых факторов, влияющих на удовлетворенность покупателей, формирование их лояльности и, как следствие, — на финансовые результаты торговых организаций [1].