

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ УСЛУГИ ФИРМЕННЫХ МАГАЗИНОВ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Фирменная торговля выполняет важную роль как в продвижении товаров, так и в торговом обслуживании населения.

С помощью торговли через фирменные магазины промышленные организации адаптируются к сложившимся на рынке тенденциям покупательского спроса и создают обратную связь с потребителем. Через фирменные магазины производители имеют возможность получать данные не только о спросе на производимый товар, но и оперативно узнавать об изменении предпочтений целевой аудитории и тем самым получать информацию, необходимую для совершенствования фирменного ассортимента.

Торговля через фирменные магазины, как правило, ассоциируется у потребителя с высоким уровнем культуры торгового обслуживания и послепродажного сервиса, высококачественными товарами по доступным ценам. Уровень торгового обслуживания населения в фирменных магазинах в значительной степени определяется состоянием оказываемых покупателям услуг.

Под торговой услугой понимается дополнительная деятельность торгового предприятия, направленная на оказание помощи покупателям в совершении покупки товаров, их доставке и использовании. Важность услуг в фирменной торговле определяется тем, что они являются одной из форм удовлетворения потребностей покупателя.

Спектр дополнительных услуг, оказываемых фирменными магазинами сегодня, невелик. В условиях индивидуализации спроса это является существенным недостатком, препятствующим расширению аудитории покупателей и снижающим уровень культуры обслуживания населения.

В рамках данного исследования был проведен опрос покупателей одного из фирменных магазинов крупного производителя кондитерских изделий в Республике Беларусь. Покупателям был задан вопрос, как они относятся к новой дополнительной услуге по индивидуальному формированию подарков. Большая часть респондентов (62 % опрошенных) отнеслась к данному предложению положительно, заметив, что хотели бы воспользоваться данной услугой.

Ограниченный перечень услуг может препятствовать лучшему изучению постоянно меняющихся предпочтений покупателей, что, в свою очередь, оказывает негативное влияние на повышение качества товаров, производимых предприятиями — учредителями фирменных магазинов.

Следует отметить, что необходимость разработки перечня дополнительных услуг фирменного магазина является объективной задачей в целях повышения результативности его работы. При этом упор следует делать на новые виды услуг, а именно:

1) на предоставление оригинальной упаковки, приуроченной к определенному событию (праздничный пакет и перевязка коробки конфет ленточкой и т.д.);

2) работу по индивидуальным заказам покупателей (например, индивидуальный сбор новогодних наборов конфет в баулах по специальным ценам) через веб-сайты организаций или посредством принятия телефонных звонков;

3) организацию доставки товаров на дом;

4) предоставление бесплатной настройки устройства с помощью технического специалиста при покупке высокотехнологичных товаров и др.

Оказание дополнительных услуг направлено на повышение культуры обслуживания населения, что позволит производителям более точно определить вектор совершенствования выпускаемых товаров, а также повысить степень удовлетворенности спроса населения товарами и услугами.

*И.А. Тимохова
Е.М. Костенко
БГЭУ (Минск)*

АВТОМАТИЗАЦИЯ ТОРГОВОГО ПРОЦЕССА. КАССЫ САМООБСЛУЖИВАНИЯ

Торговля является исключительно восприимчивой к инновациям отраслью. Автоматизируются процессы упаковки, фасовки, хранения, техники мерчандайзинга, вендинга, доставки, защиты товаров и т.п. Причины столь активной механизации и автоматизации процессов — в исключительно большом количестве людей (персонал торговых объектов и покупатели), задействованных в торговом процессе. В этой ситуации неизбежно воздействие на четкость функционирования сложного механизма товарообмена человеческого фактора, приводящего к субъективности, неточностям, ошибкам в действиях и в конечном итоге к потере ресурсов. Не является исключением в этом перманентном инновационном процессе совершенствование технологий кассового обслуживания.

Появившиеся в последние годы инфраструктурное кассовое оборудование — скоростные сканеры штрих-кода, системы безналичного расчета, системных весов, электронных средств защиты товара — уже привычный инструмент современной торговли.