

ХАРКІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ХАРЧУВАННЯ ТА ТОРГІВЛІ

ШУМІЛЮ ОЛЬГА СТАНІСЛАВІВНА

УДК 658.8.036:658.87

**ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ СИСТЕМИ ОБСЛУГОВУВАННЯ
СПОЖИВАЧІВ У ПІДПРИЄМСТВАХ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ**

Спеціальність 08.00.04 – економіка та управління підприємствами
(за видами економічної діяльності)

АВТОРЕФЕРАТ

дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата економічних наук

Харків – 2010

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана в Харківському державному університеті харчування та торгівлі Міністерства освіти і науки України.

Науковий керівник кандидат економічних наук, доцент
Круглова Олена Анатоліївна,
Харківський державний університет харчування та торгівлі, доцент кафедри економіки підприємств харчування та торгівлі

Офіційні опоненти: доктор економічних наук, професор
Анопій Віктор Володимирович,
Львівська комерційна академія,
завідувач кафедри комерційної діяльності та підприємництва;

кандидат економічних наук, доцент
Головінов Микола Іванович,
Донецький національний університет економіки і торгівлі імені М.Туган-Барановського,
доцент кафедри економіки підприємств.

Захист дисертації відбудеться « 3 » червня 2010 року о 14⁰⁰ годині на засіданні спеціалізованої вченої ради К 64.088.02 Харківського державного університету харчування та торгівлі за адресою: 61051, м. Харків, вул. Клочківська, 333, ауд. 45.

З дисертацією можна ознайомитись у бібліотеці Харківського державного університету харчування та торгівлі за адресою: 61051, м. Харків, вул. Клочківська, 333.

Автореферат розісланий « 30 » квітня 2010 р.

Вчений секретар
спеціалізованої вченої ради

Н.Л. Савицька

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Внаслідок світової фінансової кризи умови функціонування вітчизняних торговельних підприємств у останній період значно ускладнились. Загальне погіршення економічної ситуації як на світових, так і національних ринках загострило проблему ефективного менеджменту на рівні окремих господарюючих суб'єктів.

Обмеження доступу підприємств торгівлі до кредитних ресурсів та скорочення платоспроможного попиту населення зумовлює необхідність на рівні окремого господарюючого суб'єкта прийняття виважених рішень, спрямованих на підтримку та збільшення групи лояльних споживачів та забезпечення таким чином своїх конкурентних позицій.

Численність учасників на визначеному сегменті споживчого ринку та використання ними як цінових, так і нецінових методів конкурентної боротьби супроводжується підвищенням чутливості споживачів до рівня торговельного обслуговування та актуалізує проблематику формування системи обслуговування, що відповідає очікуванням споживачів та забезпечує на цій основі економічний розвиток підприємства.

Питання управління обслуговуванням споживачів розглянуто в працях Бермана Б., Еванса Дж., Леві М., Вейтца Б. А., Лемана Д., Віннера Р., Саллівана М., Едкока Д., Парасурмана А., Зейтамла В., Беррі Л. та ін. Теоретичні та практичні аспекти проблеми формування у торговельному підприємстві системи обслуговування споживачів розглянуто в працях вітчизняних дослідників та науковців країн СНД, зокрема, Апопія В.В., Бланка І.О., Голованова М.І., Голошубової Н.О., Міщука І.П., Нікішина В.В., Платонова В.М., Решетняк О.І., Рудницького С.І., Снегір'ової В.В., Хом'яка Ю.М. та ін.

Незважаючи на значний обсяг розробок та публікацій, низка положень теоретичного та методичного характеру залишилась поза увагою науковців, існуючі розробки потребують адаптації з урахуванням практики господарювання підприємств роздрібною торгівлі. Зокрема, носять дискусійний характер та потребують поглибленого дослідження питання співвідношення якості та ефективності торговельного обслуговування. Не отримали належної наукової розробки та мають обмежене практичне впровадження методичні підходи з оцінювання рівня обслуговування у торговельному підприємстві. Недостатньо розроблені методичні положення з формування портфеля заходів, що спрямовані на покращення обслуговування споживачів у торговельному підприємстві.

Необхідність поглиблення теоретичних напрацювань, а також потреба в удосконаленні існуючого методичного інструментарію з формування ефективної системи обслуговування у підприємствах роздрібною торгівлі зумовили вибір теми дисертації, визначили мету та завдання дослідження.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Тема дисертаційної роботи пов'язана із загальною тематикою наукових досліджень

кафедри економіки підприємств харчування та торгівлі Харківського державного університету харчування та торгівлі, зокрема з держбюджетними науково-дослідними темами № 04-07-09Б, державний реєстраційний № 0106U012033 «Управління потенціалом торговельного підприємства (особистий внесок полягає у збиранні та систематизації аналітичної інформації), № 01-09-10Б, державний реєстраційний № 0108U009977 «Оцінка конкурентостійкості підприємств торгівлі» (особистий внесок полягає в узагальненні теоретичних засад та визначенні ролі торговельного обслуговування в системі забезпечення конкурентостійкості підприємства торгівлі).

Мета і завдання дослідження. Метою дисертаційного дослідження є розвиток теоретичних засад, розробка науково-методичних підходів і практичних рекомендацій щодо формування ефективної системи обслуговування споживачів у підприємствах роздрібно́ї торгівлі.

Реалізація поставленої мети зумовила необхідність вирішення таких завдань:

- уточнити зміст поняття «торговельне обслуговування» й виділити складові системи торговельного обслуговування;
- визначити зміст процесу формування системи обслуговування;
- дослідити сучасний стан підприємств роздрібно́ї торгівлі України та виявити особливості розвитку системи обслуговування споживачів на регіональному рівні;
- обґрунтувати систему показників для оцінювання якості та ефективності обслуговування у торговельному підприємстві;
- удосконалити систему моніторингу рівня обслуговування у торговельному підприємстві;
- обґрунтувати методичний підхід до формування портфеля заходів, спрямованих на підвищення рівня обслуговування у торговельному підприємстві.

Об'єктом дослідження є процес формування системи обслуговування у торговельному підприємстві.

Предметом дослідження є теоретико-методичні засади та практичний інструментарій формування ефективної системи обслуговування у торговельному підприємстві.

Методи дослідження. Теоретичною та методологічною основою дисертаційного дослідження стали наукові праці вітчизняних і зарубіжних вчених та фахівців з проблем управління підприємством, маркетингу, економіки підприємства, законодавчі та нормативні акти України. У дисертації використано як загальнонаукові, так і спеціальні методи дослідження. Для вирішення поставлених завдань використовувались методи аналізу та синтезу – під час дослідження сутності торговельного обслуговування; системного підходу – під час визначення складових системи обслуговування; трендового аналізу – під час виявлення тенденцій розвитку роздрібно́ї торгівлі; матричний метод – під час позиціонування регіонів за показниками розвитку системи

обслуговування; кореляційного аналізу – під час дослідження зв'язку між показниками якості та ефективності системи обслуговування; опитування, анкетування – під час оцінювання якості та ефективності системи обслуговування; методу комплексної оцінки – під час оцінювання ефективності управління обслуговуванням; метод попарного порівняння – під час визначення коефіцієнта пріоритетності заходів. Висновки сформульовано на засадах методів системного аналізу та наукової абстракції.

Інформаційною базою для досліджень стали офіційна інформація Державного комітету статистики України; дані статистичної та фінансової звітності підприємств роздрібної торгівлі; дані анкетування та опитування; власні аналітичні розрахунки. Обробка даних здійснювалася за допомогою сучасних інформаційних технологій.

Наукова новизна одержаних результатів. Основними науковими результатами є теоретичні та методичні положення формування ефективної системи обслуговування споживачів, що полягають у наступному:

удосконалено:

– понятійний апарат, а саме поглиблено зміст поняття «торговельне обслуговування», яке відрізняється від існуючих розширеним цільовим настаном формування системи обслуговування, а також конкретизацією відповідних елементів ресурсів підприємства торгівлі;

– методичний підхід до моніторингу обслуговування у торговельному підприємстві, який, на відміну від існуючих передбачає моніторинг якості та ефективності системи обслуговування, за урахування внутрішніх стандартів підприємства, очікувань споживачів, а також характеристики системи обслуговування підприємств-конкурентів;

– методичний підхід до визначення пріоритетності реалізації заходів, спрямованих на підвищення рівня обслуговування у торговельному підприємстві, який, на відміну від існуючих, ґрунтується на визначенні середнього коефіцієнта пріоритетності окремих заходів;

набули подальшого розвитку:

– зміст процесу формування системи обслуговування, як сукупності управлінських дій з визначення фактичного та бажаного стану системи обслуговування, а також обґрунтування заходів з коригування системи обслуговування, що здійснюються за цільових настанов задоволення потреб споживача й економічних інтересів власників, що дозволило визначити методичні підходи до оцінювання системи обслуговування торговельного підприємства;

– методичний підхід до порівняльної оцінки ефективності управління системою обслуговування у торговельному підприємстві, який, на відміну від існуючих, ґрунтується на урахуванні характеру та напрямку коливань інтегрального показника ефективності системи обслуговування та коефіцієнта ефективності;

– структуризація системи обслуговування, яка, на відміну від існуючих, являє собою сукупність відповідних укрупнених елементів пропозиції, умов та

способів обслуговування (товар, додаткові послуги, персонал, обладнання та засоби, що безпосередньо задіяні в процесі обслуговування споживачів).

Практичне значення одержаних результатів дослідження полягає в доведенні теоретичних положень дисертаційної роботи до рівня узагальнень, конкретних методик і практичних рекомендацій щодо формування системи обслуговування у підприємствах роздрібної торгівлі. Запропоновані науково-методичні розробки спрямовані на забезпечення ефективності системи обслуговування споживачів та підвищення рівня обґрунтованості рішень у процесі управління обслуговуванням у торговельному підприємстві. Практичне значення мають такі розробки: методичний підхід визначення пріоритетності реалізації заходів, спрямованих на підвищення рівня обслуговування у торговельному підприємстві, методичний підхід для порівняльної оцінки ефективності управління обслуговуванням у торговельному підприємстві, сукупність показників оцінки якості та ефективності системи обслуговування у підприємствах торгівлі.

Наукові результати дисертаційної роботи, які мають прикладний характер, знайшли практичне застосування в діяльності підприємств роздрібної торгівлі міста Харкова: ТОВ «Горизонт» (акт впровадження № 1 від 9 вересня 2009 р.), СУАП «Європоль» у формі ТОВ (довідка № 3/1 від 15 січня 2010 р.) та у діяльності Головного управління економіки Харківської обласної державної адміністрації (довідка № 03-10/1151 від 25.06.2009 р.).

Окремі положення дисертаційного дослідження використовуються в навчальному процесі ХДУХТ під час викладання дисципліни «Економіка і планування в підприємствах харчування та торгівлі» (акт про впровадження від 7.10.09 р.), а також у навчальному процесі ХДТУБА під час викладання дисциплін «Управління якістю продукції та послуг», «Ризик у менеджменті», «Управління конкурентоспроможністю підприємства» (акт № 14 від 18 грудня 2009 р.).

Особистий внесок здобувача. Теоретичні обґрунтування, практичні розробки, висновки та рекомендації, що містяться в роботі, отримані автором самостійно на основі аналізу та узагальнення теоретичного і практичного матеріалу. Особистий внесок здобувача в працях опублікованих у співавторстві, відзначено у списку опублікованих праць.

Апробація результатів дисертації. Основні положення та результати дисертації оприлюднені автором на 7 конференціях, а саме: II Всеукраїнській науково-практичній конференції «Сучасність, наука, час. Взаємодія та взаємовплив» (22-24 листопада 2006 р., м. Київ); V Міжнародній науково-практичній конференції «Наука и образование» (3-15 січня 2007 р., м. Дніпропетровськ); Міжнародній науково-практичній конференції, присвяченій 40-річчю ХДУХТ (17 жовтня 2007 р., м. Харків); Всеукраїнській науково-практичній конференції «Управління економічним потенціалом підприємств» (26 вересня 2008 р., м. Харків); V Міжнародній науково-практичній конференції «Настоящи достижения на европейската наука» (17-25 юни 2009 р., м. Софія); Міжнародній науково-практичній конференції «Сучасні проблеми ефективності інноваційно-інвестиційного розвитку

підприємств» (4-5 березня 2009 р., м. Харків); Міжнародній науково-практичній конференції «Проблеми розвитку ринку фінансових послуг в Україні» (17-18 листопада 2009 р., м. Харків).

Публікації. Основні результати дисертаційного дослідження опубліковано у 14 наукових працях загальним обсягом 3,81 д.арк., з яких 7 статей – у наукових фахових виданнях обсягом 2,81 д.арк. та 7 тез доповідей конференцій обсягом 1,0 д.арк. Особисто здобувачеві належить 3,05 д.арк.

Структура та обсяг дисертаційної роботи. Дисертація складається з вступу, трьох розділів, висновків, додатків, списку використаних джерел. Основний текст дисертації викладено на 160 сторінках комп'ютерного тексту. Робота містить 28 таблиць, 12 рисунків, 8 додатків загальним обсягом 100 сторінок, список використаних літературних джерел із 168 найменувань розміщено на 17 сторінках.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДИСЕРТАЦІЇ

У **вступі** обґрунтовано актуальність теми дисертації, сформульовано мету, завдання, об'єкт, предмет, методи дослідження, визначено наукову новизну і практичне значення одержаних результатів.

У **першому розділі** «Теоретичні положення формування ефективної системи обслуговування в підприємствах роздрібно́ї торгівлі» розглянуто існуючі підходи та сформульовано власну позицію автора щодо сутності поняття «торговельне обслуговування»; виокремлено складові системи обслуговування; обґрунтовано зв'язок між якістю та ефективністю обслуговування; визначено зміст процесу формування системи обслуговування; виділено напрями оцінювання системи обслуговування торговельного підприємства.

За результатами узагальнення наукових розробок вітчизняних та зарубіжних науковців уточнено сутність поняття «торговельне обслуговування». У дисертації запропоновано уточнене визначення торговельного обслуговування, як процесу, що реалізується за використання відповідних елементів товарних, трудових та матеріально-технічних ресурсів підприємства торгівлі, поєднаних з метою задоволення потреб споживача у товарах та послугах та забезпечення розвитку господарюючого суб'єкта у конкурентному середовищі.

Процес обслуговування здійснюється за відповідної системи обслуговування, основними складовими якої, виділено товар; додаткові послуги; персонал а також обладнання й засоби, що безпосередньо задіяні в процесі обслуговування споживачів.

У процесі дослідження з'ясовано співвідношення між якістю та ефективністю системи обслуговування. Враховуючи галузеві особливості підприємств роздрібно́ї торгівлі, в роботі представлено зв'язок між якістю та ефективністю торговельного обслуговування через створення цінності для споживача.

Грунтуючись на засадах неокласичної теорії підприємства, ефективність системи обслуговування визначено як характеристику, що ґрунтується на співвідношенні результатів, що отримані, та витрат (ресурсів), що понесені (залучені), в процесі обслуговування споживачів.

Значущість обслуговування у реалізації цільових настанов розвитку підприємства роздрібної торгівлі зумовлює необхідність управління системою обслуговування. Грунтуючись на основних положеннях теорії управління та врахувавши існуючі моделі управління визначеними системами, виділено основні етапи циклічного процесу управління системою обслуговування: визначення цільової настанови управління обслуговуванням; формування системи обслуговування; реалізація заходів з формування системи обслуговування; моніторинг та оцінка системи обслуговування.

У дисертаційній роботі відмічено, що формування системи обслуговування пов'язано з визначенням напрямів та обґрунтуванням способів створення відповідної системи обслуговування у торговельному підприємстві. Зміст процесу формування системи обслуговування представлено як сукупність управлінських дій з визначення фактичного та бажаного стану системи обслуговування, а також обґрунтування заходів з коригування системи обслуговування, що здійснюються за цільових настанов задоволення потреб споживача й економічних інтересів власника із забезпечення розвитку господарюючого суб'єкта в конкурентному середовищі.

Прийняття управлінських рішень щодо подальшого розвитку системи обслуговування ґрунтується на результатах оцінювання її фактичного стану та тенденції в динаміці. Узагальнення наукових розробок щодо оцінювання обслуговування у підприємствах торгівлі дозволило виділити та розкрити зміст основних напрямів даного процесу (табл. 1).

Таблиця 1

Напрями та зміст оцінювання системи торговельного обслуговування

Напрямок	Зміст
Оцінювання якості системи обслуговування	Передбачає оцінку фактичного рівня якості обслуговування зі споживчими очікуваннями, стандартами та нормативами, що затверджені на галузевому/державному рівні, стандартами та нормативами підприємства, якістю обслуговування підприємств-конкурентів
Оцінювання ефективності системи обслуговування	Передбачає оцінку фактичного рівня ефективності системи обслуговування з цільовими показниками підприємства, показниками ефективності системи обслуговування підприємств-конкурентів
Оцінювання якості та ефективності системи обслуговування в межах окремого господарюючого суб'єкта	Передбачає оцінку якості та ефективності системи торговельного обслуговування в межах окремого господарюючого суб'єкта
Оцінювання якості та ефективності системи обслуговування у групі підприємств-конкурентів	Передбачає оцінку конкурентоспроможності системи обслуговування окремого підприємства за критеріями якості та ефективності порівняно з підприємствами-конкурентами

У другому розділі «Оцінка системи обслуговування в підприємствах роздрібно́ї торгівлі» представлено результати дослідження регіональних особливостей розвитку обслуговування у підприємствах роздрібно́ї торгівлі; обґрунтовано систему показників оцінки системи обслуговування торговельного підприємства; проведено дослідження та зроблено висновок щодо якості та ефективності обслуговування у підприємствах роздрібно́ї торгівлі; досліджено зв'язок між якістю та ефективністю обслуговування в підприємствах роздрібно́ї торгівлі.

Проблематика стану та розвитку системи обслуговування досліджена в роботі у двох аспектах, а саме: на рівні регіонів країни та на рівні вибіркової сукупності підприємств торгівлі м. Харкова.

У регіональному аспекті особливості розвитку роздрібно́ї торгівлі та тенденції розвитку торговельного обслуговування досліджено на підставі показників стану й динаміки забезпеченості населення торговою площею та обсягу продажів на 1 м² торгової площі по регіонах України за період 2004-2007 рр. За аналізований період найбільш високі показники забезпеченості населення торговою площею та обсягу продажів на 1 м² торгової площі визначено по м. Києву. Окрім м. Києва до групи лідерів у різні періоди часу входять також Дніпропетровська, Львівська, Одеська та Харківська області.

Врахування характеру змін і коефіцієнта варіації показників забезпеченості населення торговою площею та обсягу продажів на 1 м² торгової площі за 2004-2007 рр. дозволило позиціонувати регіони України за означеними характеристиками, що підтвердило позитивні тенденції розвитку системи обслуговування за аналізований період у сегменті роздрібно́ї торгівлі України.

Для оцінки системи обслуговування підприємства торгівлі запропоновано відповідну систему одиничних, узагальнюючих та інтегральних показників (табл. 2).

Як напрями оцінювання виділено якість та ефективність системи обслуговування. Якість системи обслуговування запропоновано оцінювати на підставі показників задоволеності споживачів асортиментом, роботою персоналу, рівнем додаткових послуг та рівнем торгово-технічного оснащення підприємства. Для узагальнюючої оцінки системи обслуговування з огляду якості рекомендовано виходити з показника, що відображає відповідність цін якості обслуговування. Для оцінки ефективності системи обслуговування обґрунтовано використання системи одиничних та узагальнюючих показників, що відображають економічну, соціальну та техніко-технологічну складові ефективності торговельного обслуговування. У підсумку, оцінка якості та ефективності системи обслуговування здійснюється на підставі відповідних інтегральних показників.

Питання якості та ефективності обслуговування в підприємствах торгівлі розглянуто в дисертаційній роботі за даними вибіркової сукупності, до якої включено 21 магазин м. Харкова, з яких 7 магазинів входять до складу продовольчих торговельних мереж регіонального та національного рівнів, 14 магазинів представляють дрібні торговельні підприємства.

**Показники для порівняльної оцінки
системи обслуговування в підприємствах торгівлі**

		Напрями оцінки	
		Якість системи обслуговування	Ефективність системи обслуговування
Показники оцінки	Одиничні	задоволення споживачів асортиментом; задоволення споживачів роботою персоналу; задоволення споживачів додатковими послугами; задоволеність споживачів рівнем торгово-технологічного оснащення підприємства	коефіцієнт завершеності купівлі; коефіцієнт витрат часу на придбання товарів; коефіцієнт, що характеризує надання послуг покупцям; показник інтенсивності потоку покупців; показник швидкості обслуговування; кількість асортиментних позицій у розрахунку на 1 м ² торгової площі; коефіцієнт установлювальної площі; коефіцієнт демонстраційної площі магазину; коефіцієнт ємності демонстраційного обладнання
	Узагальнюючі	показник відповідності цін якості обслуговування за результатами опитування споживачів	товарооборот, що припадає на одного працівника торгового залу; товарооборот, що припадає на 1 м ² торгової площі; прибуток, що припадає на одиницю витрат з оплати праці працівника торгового залу; прибуток на 1 м ² торгової площі
	Інтегральні	інтегральний показник якості обслуговування	інтегральний показник ефективності системи обслуговування

Якість обслуговування у роботі досліджено на підставі опитування покупців. За результатами опитування визначено, що споживачі більш високо оцінили якість обслуговування у магазинах продовольчих мереж, про що свідчить частка опитаних, що повністю та частково задоволені обслуговуванням в магазинах продовольчих мереж. Проте, зроблено висновок, що рівень якості обслуговування в цілому в підприємствах роздрібної торгівлі є невисоким, адже частка повністю задоволених покупців як по магазинах мережевої торгівлі так і по магазинах окремих підприємств торгівлі не перевищує 2/3 опитаних респондентів. Так, частка покупців, що повністю задоволені асортиментом продукції в магазинах не перевищує 72,0%; частка покупців повністю задоволених роботою персоналу – 63,2%; повністю задоволених послугами – 62,1%, повністю задоволених торгово-технічним оснащенням магазину – 66,4%. Отримані показники свідчать про розрив між очікуваним споживачами та фактичним рівнем обслуговування, що пропонується у вітчизняних магазинах щоденних покупок.

На підставі порівняння показників ефективності, що розраховані в цілому по групах підприємств, зроблено висновок про переваги магазинів, що входять до складу продовольчих мереж порівняно з магазинами інших торговельних підприємств.

Грунтуючись на тезі, що якість обслуговування підвищує вірогідність реалізації товарів та, за відповідної цінової політики, сприяє підвищенню ефективності діяльності торговельного підприємства, в роботі перевірено тісноту зв'язку між показниками якості та ефективності обслуговування. Досліджено також зв'язок між узагальнюючим показником якості обслуговування, яким прийнято показник відповідності рівня цін якості обслуговування за думкою споживачів та низкою одиничних та узагальнюючих показників ефективності системи обслуговування. Результати розрахунків підтвердили зв'язок між одиничними показниками якості та ефективності обслуговування. Він помітний, проте нестійкий. У цілому за сукупністю виявлено прямий та сильний зв'язок лише між рівнем задоволеності споживачів послугами та коефіцієнтом послуг, що надають у магазинах ($r = 0,709$; $r = 0,741$). Між узагальнюючим показником якості обслуговування та показниками ефективності системи обслуговування в магазинах вибіркової сукупності визначено помітний та прямий зв'язок. Найбільш високий коефіцієнт кореляції отримано у ланцюгу «відповідність цін якості обслуговування – товарооборот на 1 кв. м. торгової площі» ($r = 0,519$; $r = 0,474$), а також «відповідність цін якості обслуговування – коефіцієнт завершеності купівлі» ($r = 0,482$; $r = 0,691$) у цілому за сукупністю.

У третьому розділі «Розвиток системи обслуговування у торговельному підприємстві: визначення напрямів та обґрунтування рішень» представлено пропозиції автора щодо комплексної оцінки ефективності обслуговування у торговельному підприємстві; організації моніторингу системи обслуговування; обґрунтовано методичний підхід до визначення пріоритетності заходів, спрямованих на підвищення рівня обслуговування у торговельному підприємстві.

Використання системи одиничних та узагальнюючих показників під час оцінки ефективності системи обслуговування носить обмежений характер. Визначення ефективності використання коштів, що спрямовано на формування системи обслуговування, а також порівняння систем обслуговування у конкурентній групі за використання означених показників ускладнюється. Для вирішення означених питань в роботі запропоновано використання адаптованої моделі рентабельності активів (для оцінки ефективності вкладення коштів у систему обслуговування торговельного підприємства); використання інтегрального показника ефективності системи обслуговування (E_{it}) та коефіцієнта ефективності системи обслуговування (R_{it}) (для оцінки ефективності системи обслуговування у конкурентній групі).

$$E_{it} = f(e_{it}^m), \quad (1)$$

де e_{it}^m – одиничний показник ефективності системи обслуговування за окремим елементом «m» по підприємству «i» за період «t».

$$R_{it} = \frac{E_{it}}{E_t^{\max}}, \quad (2)$$

де E_t^{\max} – краще значення інтегрального показника ефективності системи обслуговування у конкурентній групі за період «t».

Ефективність управління системою обслуговування у торговельному підприємстві запропоновано визначати на підставі динаміки інтегрального показника ефективності та коефіцієнта ефективності системи обслуговування. Запропоновано під час оцінювання виходити не лише з характеру динаміки означених показників, але й враховувати рівень їх коливань (рис. 1).

Коефіцієнт ефективності		Інтегральний показник ефективності	Динаміка інтегрального показника ефективності позитивна		Динаміка інтегрального показника ефективності від'ємна	
			Варіація показника вище за середній	Варіація показника нижче за середній	Варіація показника вище за середній	Варіація показника нижче за середній
Динаміка рівня ефективності позитивна	Варіація показника вище за середній		1	5	9	13
	Варіація показника нижче за середній		2	6	10	14
Динаміка рівня ефективності від'ємна	Варіація показника вище за середній		3	7	11	15
	Варіація показника нижче за середній		4	8	12	16

Рис. 1. Позичіонування підприємств роздрібної торгівлі у конкурентній групі за ефективністю управління системою обслуговування

Управлінські рішення щодо збереження (коригування) системи обслуговування ґрунтуються на даних моніторингу. На підставі узагальнень існуючих підходів щодо організації моніторингу на підприємствах, запропоновано удосконалену систему моніторингу обслуговування торговельного підприємства (рис. 2). Як основні напрями моніторингу виділено моніторинг якості та моніторинг ефективності системи обслуговування. Об'єктами моніторингу якості обслуговування визначено якість, очікувана споживачами, та фактичний рівень якості. За напрямом «ефективність обслуговування» – фактичний рівень ефективності системи обслуговування у визначений період за окремим підприємством та за підприємствами – конкурентами.

Враховуючи практику господарювання, у дисертації представлено варіанти, інтерпретація та рекомендації за результатами моніторингу якості та

ефективністю системи обслуговування за наявності або відсутності стандартів обслуговування та планових показників ефективності системи обслуговування. З огляду численності та різноманітності заходів з коригування системи обслуговування за напрямками та періодами реалізації, у дисертації обґрунтовано методичний підхід визначення пріоритетності заходів, спрямованих на підвищення рівня обслуговування у торговельному підприємстві (рис. 3).

З метою оптимізації процесу формування портфеля заходів, у роботі відзначено, що портфель заходів необхідно формувати за результатами оцінки якості та ефективності системи обслуговування підприємства торгівлі, а також за результатами оцінки ефективності управління системою обслуговування. Під час визначення локальних коефіцієнтів пріоритетності заходів рекомендовано використання метода попарного порівняння.

Механізм реалізації запропонованого підходу до відбору заходів із підвищення ефективності системи обслуговування апробовано на прикладі магазину ТОВ «Горизонт». Визначено, що з огляду середніх коефіцієнтів пріоритетності власнику магазину ТОВ «Горизонт» перш за все слід змінити систему розрахунків у торговому залі (захід №1; $\bar{k} = 0,179$). Натомість, доцільно реалізувати проекти зі встановлення автоматів для продажу соків та охолоджувальних напоїв (захід №2; $\bar{k} = 0,174$), а також розглянути варіанти з встановлення додаткового торговельного обладнання (захід №6; $\bar{k} = 0,168$) та придбання апарату для розмелу кави (захід №3; $\bar{k} = 0,159$). Завершальним у переліку заходів, спрямованих на підвищення ефективності обслуговування у магазині ТОВ «Горизонт» мають стати проекти з організації кафетерію – (захід №4; $\bar{k} = 0,122$), реконструкції приміщення (захід №7; $\bar{k} = 0,102$) та улаштування стоянки для автотранспорту (захід №5; $\bar{k} = 0,097$) (табл. 3).

Таблиця 3

Результат розрахунку коефіцієнтів пріоритетності заходів, спрямованих на підвищення ефективності торговельного обслуговування

Захід №	Часткові коефіцієнти пріоритетності за критеріями				Середній коефіцієнт пріоритетності реалізації заходу
	Відповідність очікуванням споживачів	Оперативність реалізації	Рівень залучення ресурсів	Усупереч змінам з боку персоналу	
Захід №1	0,224	0,184	0,224	0,082	0,179
Захід №2	0,102	0,184	0,204	0,204	0,174
Захід №3	0,041	0,245	0,245	0,102	0,159
Захід №4	0,224	0,061	0,061	0,143	0,122
Захід №5	0,061	0,061	0,061	0,204	0,097
Захід №6	0,143	0,204	0,143	0,184	0,168
Захід №7	0,204	0,061	0,061	0,082	0,102
Разом	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000

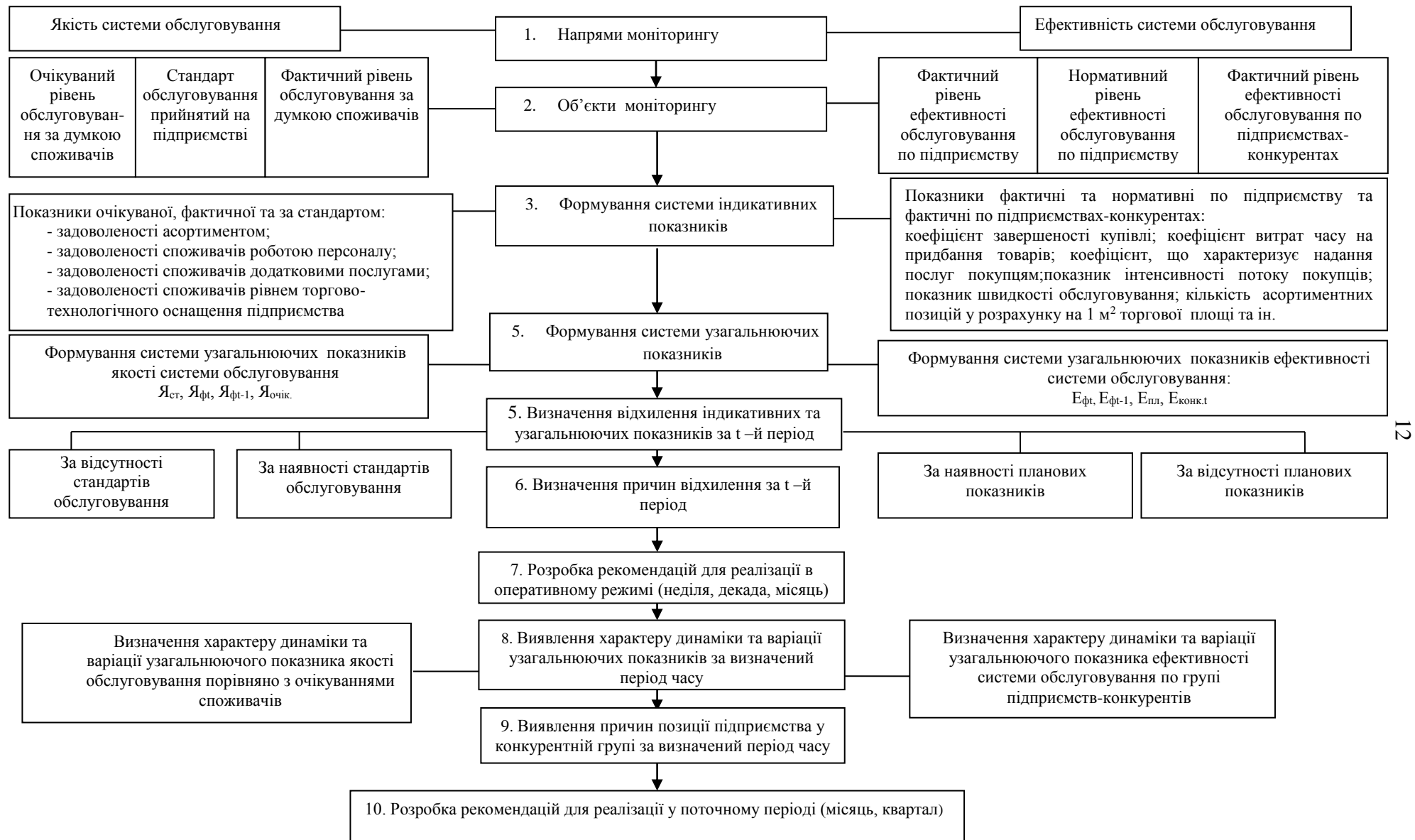


Рис. 2. Послідовність та зміст основних етапів моніторингу системи обслуговування у торговельному підприємстві

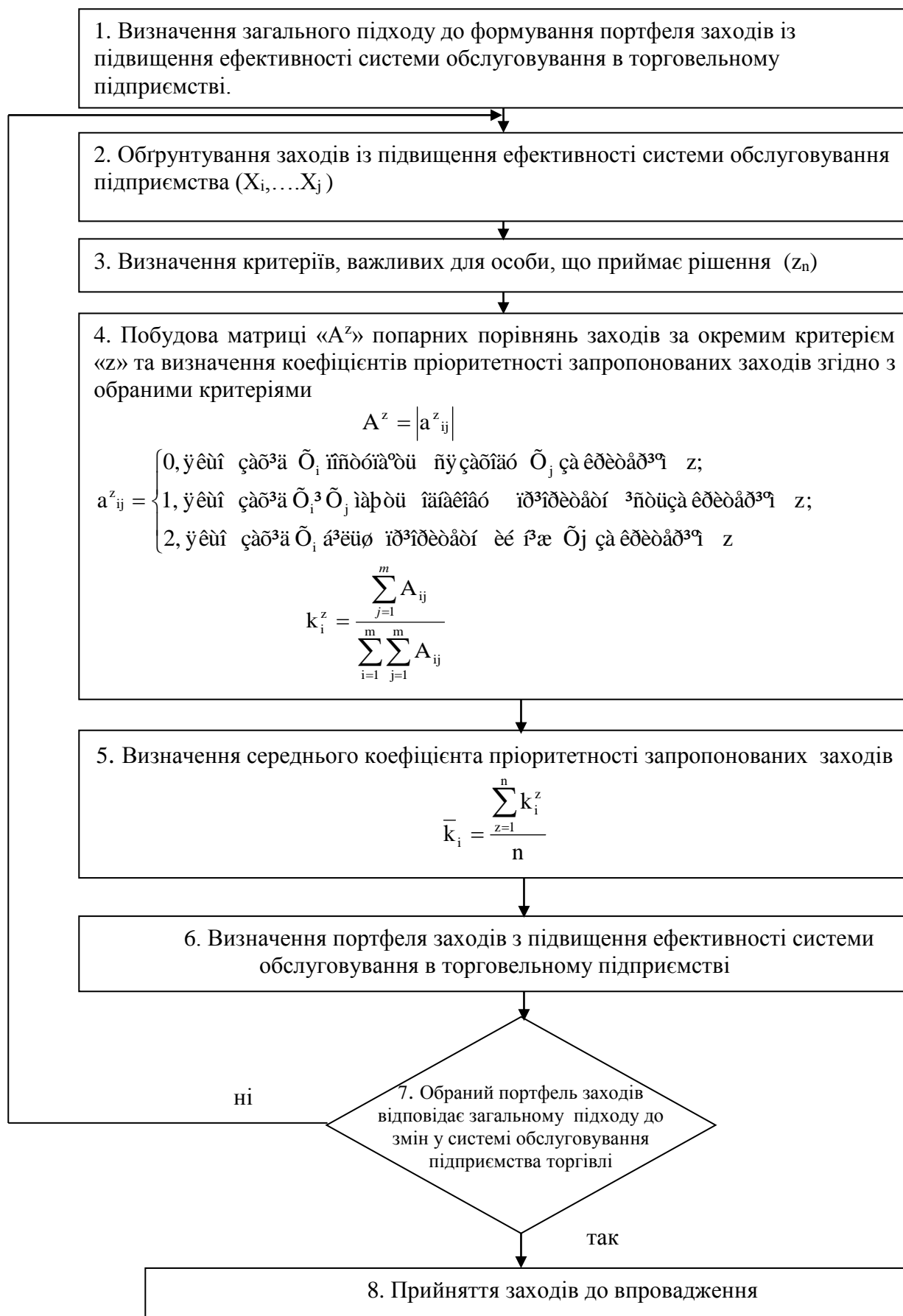


Рис. 3. Алгоритм визначення пріоритетності заходів із підвищення рівня обслуговування у торговельному підприємстві

Практичне значення представленого методичного інструментарію полягає у тому, що його використання на підприємствах торгівлі під час обґрунтування портфеля заходів з підвищення ефективності системи обслуговування дозволить визначити перелік заходів, що відобразатиме необхідні зміни у системі обслуговування та відповідатиме планам економічного розвитку господарюючих суб'єктів.

ВИСНОВКИ

У дисертаційній роботі наведено теоретичне узагальнення та нове вирішення наукового завдання, що виявляється в обґрунтуванні теоретико-методичних положень, рекомендацій, які удосконалюють процес формування ефективної системи обслуговування у підприємствах торгівлі. Основні наукові та практичні результати проведеного дисертаційного дослідження полягають у наступному:

1. Дослідження існуючих науково-теоретичних розробок щодо понятійного апарата обслуговування дозволило уточнити сутність обслуговування у торговельному підприємстві та визначити його як процес, що реалізується за використання відповідних елементів товарних, трудових та матеріально-технічних ресурсів підприємства торгівлі, поєднаних з метою задоволення потреб споживача у товарах та послугах та забезпечення розвитку господарюючого суб'єкта у конкурентному середовищі.

У дисертації структурована система обслуговування та виділено такі основні її складові, як: товар; додаткові послуги; персонал; обладнання та засоби, що безпосередньо задіяні в процесі обслуговування споживачів.

На підставі узагальнення теоретичних положень щодо сутності «якості» та «ефективності» у роботі визначено зв'язок між якістю та ефективністю обслуговування через створення цінності для споживача. Обґрунтовано оцінювання якості обслуговування на підставі споживчої оцінки, оцінювання ефективності системи обслуговування – на підставі порівняння результатів та витрат (ресурсів), що понесені (задіяні) в процесі функціонування системи.

2. Спираючись на засади теорії менеджменту, визначено, що формування системи обслуговування являє собою сукупність управлінських дій з визначення фактичного та бажаного стану системи обслуговування, а також обґрунтування заходів із коригування системи обслуговування, що здійснюються за цільових настанов задоволення потреб споживача й економічних інтересів власників із забезпечення розвитку господарюючого суб'єкта у конкурентному середовищі.

Вихідною передумовою формування системи обслуговування є її оцінювання. Як основні напрями оцінювання в роботі визначено: а) якість системи обслуговування; б) ефективність системи обслуговування; в) якість та ефективність системи обслуговування в межах окремого підприємства; г) якість та ефективність системи обслуговування у групі підприємств-конкурентів.

3. За результатами дослідження виявлено загальні тенденції та регіональні особливості розвитку торговельного обслуговування в Україні. Визначено, що протягом останніх років торгівля набуває цивілізованих форм, а рівень обслуговування зростає, про що свідчать позитивні тенденції показників забезпеченості населення торговою площею та обсягу продажів з 1 м² торгової площі.

На основі визначення напрямку динаміки та характеру коливань показників забезпеченості населення торговою площею та обсягу продажів з 1 м² торгової площі, здійснено позиціонування регіонів України за активністю з розвитку системи обслуговування.

4. На підставі критичного аналізу існуючих розробок у роботі обґрунтовано відповідну систему одиничних, узагальнюючих та інтегральних показників оцінки якості та ефективності системи обслуговування. Дослідження якості та ефективності систем обслуговування за запропонованою системою по вибірковій сукупності торгових об'єктів дозволило виявити значні переваги по групі магазинів продовольчих мереж порівняно з групою магазинів дрібних підприємств. Рівень задоволеності покупців обслуговуванням та узагальнюючий показник ефективності в магазинах торгових мереж є вищими, ніж по торгових об'єктах дрібних підприємств.

Використання кореляційного аналізу дозволило виявити помітний, проте нестійкий зв'язок між показниками якості та ефективності обслуговування, що зумовило необхідність удосконалення механізму управління системою обслуговування торговельного підприємства, а саме - визначення напрямів та обґрунтування заходів, спрямованих на підвищення рівня обслуговування в підприємстві торгівлі.

З огляду різних цільових настанов під час оцінювання ефективності системи обслуговування в межах окремого підприємства обґрунтовано використання адаптованої моделі рентабельності активів, під час оцінювання у конкурентній групі – інтегрального показника ефективності системи обслуговування. Для визначення ефективності управління системою обслуговування обґрунтовано доцільність використання матричного методу та позиціонування підприємств у конкурентній групі за показниками напрямку та рівня коливань двох показників, а саме – інтегрального показника ефективності системи обслуговування та коефіцієнту ефективності.

5. З метою прийняття обґрунтованого рішення щодо підтримки (коригування) діючої системи торговельного обслуговування в дисертації розроблено методичні засади моніторингу якості та ефективності системи обслуговування у торговельному підприємстві.

На підставі співвідношення показників якості обслуговування, що очікується споживачами, якості обслуговування, що фактично надається підприємством, у роботі представлено варіанти, інтерпретація та рекомендації по результатах моніторингу якості обслуговування у торговельному підприємстві як за наявності стандартів обслуговування, так і за їх відсутності.

За результатами співвідношення показників ефективності обслуговування у визначений період часу та показників ефективності системи обслуговування

по підприємствах-конкурентах, в роботі обґрунтовано варіанти, інтерпретація та рекомендації по результатах моніторингу ефективності обслуговування у торговельному підприємстві як за наявності планових показників, так і за їх відсутності.

6. Враховуючи складність процедури формування портфеля заходів із покращення обслуговування, обґрунтовано методичний підхід визначення пріоритетності заходів. Використання запропонованої методики, що ґрунтується на багатокритеріальній оцінці кожного із заходів та узгодженні їх на основі методу попарного порівняння, спрямовано на оптимізацію процесу управління обслуговуванням у торговельному підприємстві.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Статті у наукових фахових виданнях

1. Шуміло О. С. Показники оцінки якості торговельного обслуговування населення / О. С. Шуміло // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг : зб. наук. праць. – Харків : ХДУХТ, 2007. – Вип. 1(5). – С. 479 – 484 .

2. Шуміло О. С. Система торговельного обслуговування та її складові елементи / О. С. Шуміло, О. А. Круглова // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг : зб. наук. пр. – Харків : ХДУХТ, 2007. – Вип. 2(6). – С. 196 – 201. (Особистий внесок здобувача полягає у виділенні складових системи обслуговування; - 0,25 д.а.).

3. Шумило О. С. Моніторинг качества торгового обслуговування в підприємствах розничної торгівлі / О. С. Шумило // Бизнес-Информ. – 2008. – № 12 (1). – С. 67 – 70.

4. Шуміло О. С. Торговельне обслуговування в підприємствах роздрібно́ї торгівлі України: стан та перспективи розвитку / О. С. Шуміло // Економіка: проблеми теорії та практики : зб. наук. пр. – Дніпропетровськ : ДНУ, 2009. – Вип. 253. – Т. IV. – С. 826 – 834.

5. Шуміло О. С. Оцінка ефективності системи обслуговування в підприємствах торгівлі / О. С. Шуміло, О. А. Круглова // Економіка: проблеми теорії та практики : зб. наук. пр. – Дніпропетровськ : ДНУ, 2009. – Вип. 254. – Т. III. – С. 566 – 570. (Особистий внесок здобувача полягає в обґрунтуванні методичного підходу до визначення ефективності управління обслуговуванням; - 0,29 д.а.).

6. Шуміло О. С. Вплив рівня обслуговування на цінову політику підприємства / О. С. Шуміло, О. А. Круглова // Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики : зб. наук пр. – Харків : УБС НБУ, 2009. – Вип. 2 (7). – С. 64 – 67. (Особистий внесок здобувача полягає в розробці методичного підходу до обґрунтування майбутніх цінових рішень на основі даних про рівень обслуговування споживачів; - 0,2 д.а.).

7. Шумило О. С. Качество обслуживания и эффективность хозяйственной деятельности предприятия / О. С. Шумило // Бизнес Информ – 2009 – № 4 (3). – С. 77-79.

Тези доповідей конференцій

8. Шуміло О. С. Торговельне обслуговування в системі забезпечення конкурентоспроможності підприємства роздрібної торгівлі / О. С. Шуміло // Сучасність, наука, час. Взаємодія та взаємовплив : II Всеукр. наук.- практ. конф., 22-24 листопада 2006 р. : тези доповідей. – К., 2006. – С. 54 – 55.

9. Шуміло О. С. Торговое обслуживание, как фактор конкурентоспособности предприятия торговли / О. С. Шумило // Наука и образование – 2007 : материалы V Междунар. науч.-практ. конф., 3-15 января 2007 г. : Т. 8. Экономические науки. – Днепропетровск, 2007. – С. 70 – 71.

10. Шуміло О. С. Ступінь задоволення споживачів як критерій якості торговельного обслуговування / О. С. Шуміло // Стратегічні напрямки розвитку підприємств харчових виробництв, ресторанного господарства і торгівлі : Міжнар. наук.-практ. конф., присвячена 40-річчю ХДУХТ, 17 жовтня 2007 р. : тези доповідей у 2-х ч. – Х. : 2007. – Ч.2. – С. 102 – 103.

11. Шуміло О. С. Якість торговельного обслуговування як показник використання ресурсного потенціалу підприємства / О. С. Шуміло // Управління економічним потенціалом підприємств : Всеукр. наук.-практ. конф. 26 вересня 2008 р. : тези доповідей. – Х., : ХДУХТ, 2008. – С. 160 – 161.

12. Шуміло О. С. Методи оцінки якості послуг в підприємствах торгівлі / О. С. Шуміло // Сучасні проблеми ефективності інноваційного-інвестиційного розвитку підприємств : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., 4-5 березня 2009 р. : тези доповідей. – Х., 2009. – С. 109 – 110.

13. Шуміло О. С. Використання системного підходу під час дослідження торговельного обслуговування / О. С. Шуміло // Настоящи постижения на европейската наука : матеріали за 5-а Международна научна практична конференция, 17-25 юни 2009. Матеріали: – Т. 2. Икономики. – София 2009. – С. 59 – 61.

14. Шуміло О. С. Формування портфелю заходів з підвищення ефективності системи обслуговування в підприємствах торгівлі / О. С. Шумило // Проблеми розвитку ринку фінансових послуг в Україні: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., 17-18 листопада 2009 р. : тези доповідей. – Харків : 2009. – С. 612 – 614.

АНОТАЦІЯ

Шуміло О.С. «Формування ефективної системи обслуговування споживачів у підприємствах роздрібної торгівлі» – Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). – Харківський державний університет харчування та торгівлі, Харків, 2010.

У дисертації визначено теоретичні положення та розроблено методичний інструментарій, що дозволяє забезпечити формування ефективної системи обслуговування у підприємствах торгівлі.

У дисертаційній роботі уточнено сутність поняття «торговельне обслуговування»; виділено структурні елементи системи обслуговування; визначено зв'язок між якістю та ефективність системи обслуговування; визначено зміст формування системи обслуговування; обґрунтовано напрями оцінювання системи обслуговування у підприємствах роздрібною торгівлі; виявлено тенденції розвитку та регіональні особливості формування системи обслуговування на макрорівні; обґрунтовано систему показників для порівняльної оцінки систем обслуговування; запропоновано методичний підхід до організації моніторингу якості та ефективності системи обслуговування; обґрунтовано методичний підхід щодо визначення пріоритетності заходів, спрямованих на підвищення рівня обслуговування у підприємствах торгівлі.

Ключові слова: підприємства роздрібною торгівлі, обслуговування, якість, ефективність, управління, формування, показники, моніторинг.

АННОТАЦИЯ

Шумило О.С. «Формирование эффективной системы обслуживания потребителей в предприятиях розничной торговли» – Рукопись.

Диссертация на соискание научной степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.04 – экономика и управление предприятиями (по видам экономической деятельности). – Харьковский государственный университет питания и торговли, Харьков, 2010.

Диссертационная работа посвящена вопросам, связанным с развитием научно-теоретических положений, разработкой методического инструментария и практических рекомендаций по формированию эффективной системы обслуживания в предприятиях розничной торговли.

В первом разделе диссертационной работы «Теоретические основы формирования эффективной системы обслуживания в предприятиях розничной торговли» с учётом целевых установок деятельности торгового предприятия – удовлетворения спроса потребителей и обеспечения экономического развития хозяйствующего субъекта, предложено усовершенствованное определение торгового обслуживания. Выделены элементы, соединение которых определяет систему обслуживания: товар, дополнительные услуги, персонал, оборудования и средств, непосредственно занятые в процессе обслуживания. При оценке эффективности системы обслуживания, обосновано использование неоклассической модели предприятия, на основании чего сделан вывод, что эффективность системы обслуживания определяется при сравнении результатов и затрат (ресурсов), понесенных (привлечённых) для получения соответствующих результатов. Выделены этапы управления обслуживанием, среди которых – этап формирования системы обслуживания. Предложено определять процесс формирования системы обслуживания, как управленческие действия, направленные на определение фактического и желаемого состояния системы обслуживания, а также обоснованы мероприятия по корректировке

системы обслуживания, осуществляемые с учётом целей деятельности торгового предприятия.

Во втором разделе диссертационной работы «Оценка системы обслуживания в предприятиях розничной торговли» исследованы основные тенденции развития предприятий розничной торговли Украины. На основании изучения состояния и динамика показателей, отражающих эффективность обслуживания (обеспеченность населения торговой площадью и товарооборот на 1 м² торговой площади) осуществлено позиционирование административно-территориальных единиц. Обоснована система показателей для оценки системы обслуживания в предприятиях розничной торговли, на основании которой проведены исследования и сделаны выводы о качестве и эффективности системы обслуживания в предприятиях розничной торговли, реализующих товары продовольственной группы ежедневного спроса.

В третьем разделе «Развитие системы обслуживания в торговом предприятии: определение направлений и обоснование решений» для оценки эффективности вложения средств в систему торгового обслуживания предложено использование адаптированной модели рентабельности активов; для оценки эффективности обслуживания в группе предприятий-конкурентов – интегральный показатель и коэффициент эффективности системы обслуживания. В работе получил дальнейшее развитие механизм мониторинга обслуживания в торговом предприятии. Разработан методический подход по определению приоритетности мероприятий, направленных на повышение уровня обслуживания в предприятиях торговли.

Ключевые слова: предприятия розничной торговли, обслуживание, качество, эффективность, управление, формирование, показатели, мониторинг.

ANNOTATION

Shumilo O.S. Formation of the effective system of consumers' service in retail trade enterprises. – Manuscript.

Thesis for competition of scientific degree of candidate of economic sciences by speciality 08.00.04 – economics and management of enterprises (by the types of economic activity). – Kharkiv State University of Food Technology and Trade. - Kharkiv, 2010.

In the theses of dissertation theoretical positions are defined and methodical toolkit which allows providing formation of effective system of service in trading enterprises are developed.

The essence of the concept «trading service» is specified; structural elements of system of service are allocated, the content of the formation of the system of service is defined; connection between quality and service system effectiveness is defined; directions for estimating the system of service in trade enterprises are substantiated; tendencies of the development and regional features of the system of service formation at macro-level are revealed; the system of indicators for comparative evaluation of service systems are substantiated; methodical approach to the

organization for monitoring quality and effectiveness of the service system is offered; methodical approach concerning definitions of the priority actions directed on the increase of a degree of service in trade enterprises are substantiated.

Keywords: trade, service, formation, management, quality efficiency, indicators, retail trade enterprises, monitoring.

Відповідальний за випуск – Круглова О.А.

Підп. до друку 28.04.2010 р. Формат 60×90 1/16. Папір офсет. Друк офс.

Обл.-вид.арк. 1,0 Умов. друк. арк.. 1,1 Тираж 100 прим. Зам. №

Харківський державний університет харчування та торгівлі

вул. Клочківська, 333, Харків-51, 61051
