

В.О. Віннікова, канд. техн. наук, доц. (ХДУХТ, Харків)
Т.М. Головка, канд. техн. наук, доц. (ХДУХТ, Харків)
О.В. Богомолов, д-р техн. наук, проф. (ХДУХТ, Харків)

АНАЛІЗ ЯКОСТІ НАДАННЯ ПОСЛУГ У ТОРГОВЕЛЬНИХ МЕРЕЖАХ ХАРКОВА

Згідно з концепціями розвитку внутрішньої торгівлі України основним напрямом структурної перебудови торгівлі є формування ефективного конкурентного середовища у сфері торговельного обслуговування населення. Сьогодні все ще багато часу витрачається на придбання товарів: на дорогу до магазину і назад, на подорож по магазинах у пошуках потрібного товару, на очікування обслуговування, на чергу в примірку кімнату або до вузла розрахунку і таке інше. І не лише робітники магазинів винні у цих витратах. Скорочення часу, пов'язаного з купівлею товарів, залежить від раціонального розміщення торгової мережі, вдосконалення асортименту і підвищення гатунку товарів, які постачаються промисловістю.

Торговельно-технологічне обладнання магазину, гарне освітлення, відсутність шумів, чисте повітря, нормальна температура, наявність зручних підсобних та побутових приміщень – все це сприяє раціональній організації праці та підвищенню рівня обслуговування населення.

Найбільш важливими елементами культури торгового обслуговування покупців є:

- наявність широкого асортименту товарів;
- відповідність режиму роботи магазину умовам праці та побуту обслуговуючого населення;
- використання прогресивних методів торгівлі;
- відсутність в магазині черг;
- надання покупцям додаткових послуг;
- належний санітарний стан магазину;
- вміння продавця повно і швидко відповісти на запитання покупців;
- ввічливе, уважне ставлення персоналу магазину до покупців;
- акуратний зовнішній вигляд продавців, наявність спеціального форменого одягу.

В грудні 2013 року студентами 5 курсу факультету товарознавства і торговельного підприємництва ХДУХТ було проведено оцінювання роботи торговельних мереж. Для цього були відібрані такі популярні в Харкові магазини розрібної торгівлі, як «Dafi», «Караван», «Брусниця», «Таргет».

Оцінювання проходило за допомогою бальної оцінки. Анкети оцінювання роботи магазину включали в себе 5 блоків з 41 запитанням. Блок 1 «Загальне враження до відвідування магазину», блок 2 «Враження до початку обслуговування в магазині», блок 3 «Оцінка якості обслуговування відвідувачів магазину», блок 4 «Оцінка роботи персоналу», блок 5 «Додаткові послуги магазину».

Торговельний центр «Dafi» отримав середній бал за оцінювання роботи магазину 116,3, торговельний центр «Караван» – 117,7, супермаркет «Брусниця» – 97, супермаркет «Таргет» – 116,56 балів. В таблиці представлені дані бальної оцінки всіх магазинів.

Таблиця – Анкета оцінювання роботи магазину

№ з/п	Критерій оцінювання	Dafi	Караван	Брусниця	Таргет
Блок 1 «Загальне враження до відвідування магазину»					
1	Сума усіх балів	26,75	26,5	22	27,4
Блок 2 «Враження до початку обслуговування в магазині»					
2	Сума усіх балів	18,5	18	18	16,63
Блок 3 «Оцінка якості обслуговування відвідувачів магазину»					
3	Сума усіх балів	30,5	28,5	25,7	28,4
Блок 4 «Оцінка роботи персоналу»					
4	Сума усіх балів	16	18,7	14	18,5
Блок 5 «Додаткові послуги магазину»					
5	Сума усіх балів	25	26	17,3	25,63
Разом балів по усіх блоках		116,3	117,7	97	116,56

За результатами оцінювання роботи торговельних мереж лідерами стали магазини «Таргет» та «Dafi». Найбільші бали були за загальне враження до відвідування магазину, за оцінку якості обслуговування відвідувачів, за додаткові послуги. Торговельний центр «Караван» посів третє місце, високі бали він отримав за загальне враження до відвідування магазину за оцінку обслуговування відвідувачів магазину та за додаткові послуги. На останньому місці магазин «Брусниця», в якому низька оцінка роботи персоналу та мало додаткових послуг. В цілому якість надання послуг в торговельних мережах на достатньому рівні.