

## ОСОБЛИВОСТІ ОПЕРАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВИНОМАРКЕТУ

**Самбур Д.В., гр. МО-13**

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Ткачова С.С.**  
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Мережа виномаркетів «Wine Time» була заснована в 2010 році в рамках Аснова Холдингу групою бізнес-партнерів, об'єднаних впевненістю в потенціалі національного ринку. На сьогоднішній день виномаркети «Wine Time» присутні в 15 регіонах України. На сумарній площі понад 5000 м<sup>2</sup>. представлено більше 3000 найменувань продукції з усього світу. Місія «Wine Time» полягає у підвищенні культури споживання напоїв українцями. Ретельний відбір вин, завжди конкурентоспроможні ціни, обслуговування найвищого гатунку та соціальна відповідальність – це основоположні принципи роботи виномаркетів «Wine Time». Високий рівень конкурентоспроможності виномаркетів підтримується завдяки впровадженню інновацій, таких як: Інтернет-магазин WineTime.com.ua; лекції-дегустації; архітектурні інновації (винний погріб в центрі торговельної зали, щоденна зміна розміщення стелажів у залі); використання QR-коду для надання значного масиву інформації покупцям про товари виномаркету та ін.

Об'єктом оцінки якості обслуговування обрано один з виномаркетів «Wine Time» (м. Київ). Коефіцієнт загального рівня якості обслуговування (0,71) розраховано на підставі коефіцієнтів: стійкості асортименту товарів (0,90), впровадження прогресивних методів продажу (0,70), додаткового обслуговування (0,95), витрат часу на очікування обслуговування (0,80), завершеності покупки товарів (0,90), якості праці колективу (1,03), культури обслуговування з позиції покупців (0,80). Керівництву виномаркету слід звернути увагу на розширення кількості товарів, які реалізуються за допомогою прогресивних методів продажу, що позитивно вплине на показник витрат часу на очікування обслуговування, на показник культури обслуговування з позиції покупців і в результаті на показник загального рівня якості обслуговування.

Підвищення якості обслуговування покупців виномаркетів безпосередньо пов'язано з рівнем кваліфікації працівників: сомельє, продавців-консультантів, касирів, управлінського персоналу (директора, шеф-сомельє, менеджера торгової зали). Професійні знання та навички працівники виномаркетів отримують на спеціальних тренінгах, у Школі сомельє, реалізуючи на практиці Стандарти обслуговування покупців мережі виномаркетів «Wine Time».