

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДИЧЕСКИХ ПОДХОДОВ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВОЙ СЕТИ

Гончарова О.Н.,

научный руководитель д-р экон. наук Терещенко Н.Н.

Сибирский федеральный университет

Торгово-экономический институт

Качество торгового обслуживания является важным социальным индикатором успешности экономических и социальных реформ, проводимых в настоящее время в Российской Федерации. От его уровня во многом зависит отношение граждан нашей страны к социально-экономической политике государства и оценка ими уровня своего благосостояния и качества жизни. В последние годы интерес к этой проблеме во многом возрос как со стороны органов государственного регулирования, так и со стороны многих ученых-экономистов, чьи научные интересы лежат в сфере торгового менеджмента.

В общих чертах проблема качества торгового обслуживания населения ставится и в Международных стандартах системы ISO. Однако основной акцент в них сделан не на конкретных проблемах расчета индикаторов удовлетворенности потребителя качеством товаров и услуг, а на философии этого процесса и дефиниции его базовых понятий и характеристик.

Все это, по нашему мнению, делает актуальной проблему формирования эффективного механизма управления качеством торгового обслуживания населения как со стороны субъектов потребительского рынка России, так и со стороны органов государственного регулирования потребительского рынка с учетом новых социально-экономических реалий, сложившихся в нашей стране. Методологические проблемы оценки качества обслуживания населения в розничной торговой сети исследовали в своих трудах многие отечественные и зарубежные авторы. Однако, исследования в области качества торгового обслуживания населения характеризуются отсутствием системного подхода и единой методологией, а их применение на практике затруднено. В связи с этим в настоящее время возникает необходимость в переосмыслении и систематизации методик по теме исследования. Таким образом, оценку качества обслуживания предприятия розничной торговли целесообразно осуществлять в разрезе трех основных этапов: подготовительного, основного и заключительного (рис. 1).

На подготовительном этапе оценки качества обслуживания предприятий розничной торговли осуществляется следующая работа:

- Определяются цель и задачи исследования.

Основной целью исследований в данной области является изучение и оценка качества обслуживания населения, на предприятиях розничной торговли. Исходя из поставленной цели определяются следующие задачи проводимых исследований:

- выявление и оценка определяющих детерминант качества обслуживания;
- оценка качества самого процесса обслуживания;
- интегральная оценка качества обслуживания населения в предприятиях розничной торговли.

- Выбирается объект и предмет проводимого исследования. В данных исследованиях предметом выступают социально-экономические отношения, возникающие в процессе обслуживания населения предприятиями розничной торговли и оценки их качества, а объектом является розничная торговая сеть.

- Обосновываются стратегии познания и методологические принципы проведения исследования.



Рисунок 1 – Этапы осуществления изучения и оценки качества обслуживания населения в предприятиях розничной торговли

Первым направлением исследования в рамках **основного этапа** является выявление основных детерминант качества обслуживания и факторов, влияющих на качество торгового обслуживания. Следующим направлением основного этапа исследования является *оценка каждого выбранного показателя качества обслуживания и фактора, его определяющего по уровням их ожидания и фактического восприятия потребителями*. Данные исследования осуществляются на основе анкетирования респондентов по специально разработанной для этих целей анкете

Коэффициент качества Q определяется по формуле

$$Q = \text{Восприятие} - \text{Ожидание}.$$

При анализе учитывается, что нулевые значения коэффициента качества (Q) свидетельствуют о том, что уровни ожидания и восприятия обслуживания респондентами совпадают, а негативные и позитивные значения коэффициента качества свидетельствуют о несовпадении уровней ожидания и восприятия (негативное значение коэффициента Q свидетельствует, что уровень ожидания превышает уровень восприятия, положительное значение означает, что уровень восприятия превышает уровень ожидания).

На основе рассчитанных единичных коэффициентов качества можно рассчитать и обобщающий коэффициент качества услуги в целом по предприятию розничной торговли как среднее значение всех коэффициентов качества.

Важным направлением основного этапа исследования является *изучение и оценка качества обслуживания*.

Данное исследование представлено тремя детерминантами качества обслуживания:

- профессионализм и компетентность персонала;
- отношение персонала к покупателю;
- доступность реализуемых предприятиями торговли товаров и услуг;

А так же проводится анализ обслуживания потребителей по различным качественным характеристикам, т.е. оценка факторов, определяющих качество торгового обслуживания:

- качество предложения товаров в розничной торговле;
- цены на реализуемые товары;
- материальные условия совершения покупки;
- безопасность и надежность товаров и услуг.

На заключительном этапе предлагаемой методики оценки качества обслуживания населения в предприятиях розничной торговли осуществляется обобщение результатов проведенных исследований, предоставление отчета заинтересованным субъектам, обоснование рекомендаций по устранению выявленных недостатков и разработка механизма совершенствования качества обслуживания населения.

Таким образом, предложенные методологические подходы к оценке качества обслуживания населения в предприятиях розничной торговли позволяют осуществить анализ на основе системного, интегрального и дифференцированного подходов, определить экономическую и социальную эффективность качества обслуживания для общей оценки деятельности предприятия, что способствует разработке на основании результатов исследования наиболее эффективных управленческих решений по улучшению деятельности предприятий розничной торговли и росту их эффективности.

Список использованных источников

- 1 О государственном регулировании торговой деятельности : федер. закон от 28.12.2009 г.– № 381 ФЗ. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: КонсультантПлюс.
- 2 О защите прав потребителей : федер. закон от 07.02.1999 г. № 2300 -1 ФЗ (в ред. от 23.11.2009 г.). – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: КонсультантПлюс.
- 3 Лищиский И. А. Социально-экономическая эффективность и качество обслуживания населения в сфере услуг (на примере предприятий общественного питания) : автореф. дис. ... канд. экон. наук / И. А. Лищиский. – М., 2008. – 29 с.
- 4 Никишкин В. В. Качество торгового обслуживания и направления его повышения / В. В. Никишкин. – М., 1982. – 59 с.
- 5 Терещенко Н.Н. Методологические подходы к оценке качества услуг предприятий розничной торговли : монография / Н. Н. Терещенко, С. В. Трусова ; Краснояр. гос. торг.-экон. ин-т. – Красноярск, 2011. – 166 с.
- 6 Трусова С. В. Современные подходы к оценке качества услуг предприятий розничной торговли / С. В. Трусова // Актуальные проблемы современной науки и пути их решения : материалы межвуз. науч.-практ. конф. аспирантов и докторантов / Краснояр. гос. торг.-экон. ин-т. – Красноярск, 2007. – С. 21-25.
- 7 Gronroos C. Service management and marketing / C. Gronroos // West Sussex. – 2000. – № 12. – P. 1-3.
- 8 Johnston R. The Zone of Tolerance: Exploring the Relationship Between Service Transactions and Satisfaction with the Overall Service / R. Johnston // International Journal of Service Industry Management. – 1995. – № 2. – Vol. 6.
- 9 Parasuraman A. A conceptual model of service quality and its implications for future research / A. Parasuraman, V. Zeitham, L. Berry // Journal of marketing. – 1985. – Vol. 49. – P. 41-50.