

ЯКІСТЬ ТОРГОВЕЛЬНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ НАСЕЛЕННЯ: ПОНЯТТЯ, ОСОБЛИВОСТІ ТА ПРОЦЕС ОЦІНЮВАННЯ

QUALITY OF COMMERCIAL SERVICE OF THE POPULATION: CONCEPTS, FEATURES AND THE PROCESS OF EVALUATION

УДК 338.242

<https://doi.org/10.32843/infrastruct40-42>**Корпан О.С.**

к.е.н., доцент кафедри
товарознавства, експертизи
та торговельного підприємництва
Вінницький торговельно-економічний
інститут КНТЕУ

Гук О.П.

асистент кафедри
товарознавства, експертизи та
торговельного підприємництва
Вінницький торговельно-економічний
інститут КНТЕУ

Korpan Olena**Huk Olga**

Vinnitsa Institute of Trade and Economics
Kyiv National University of Trade
and Economics

У статті проведено дослідження одного з ключових аспектів ефективності функціонування торговельного підприємства, а саме системи торговельного обслуговування населення, точніше, її якісної складової частини. На основі аналізу фахових літературних джерел охарактеризовано сутнісне наповнення поняття «якість торговельного обслуговування», визначено перелік основоположних факторів впливу на цей показник. Надано чітку структуровану характеристику методології кількісної оцінки якості торговельного обслуговування із зазначенням конкретних груп показників. Запропоновано шляхи вдосконалення наявної методології оцінювання торговельного обслуговування шляхом доповнення її системою показників, що характеризують ефективність роботи персоналу підприємства. Набула подальшого обґрунтування методологія оцінювання торговельного обслуговування, що базується на проведенні якісного оцінювання діяльності персоналу торговельного підприємства з використанням різних методів.

Ключові слова: якість торговельного обслуговування, методологія, метод, оцінювання, група показників, принцип.

В статті проведено дослідження одного з ключових аспектів ефективності функціонування торговельного підприємства, а саме системи торговельного обслуговування населення, точніше, її якісної складової частини. На основі аналізу фахових літературних джерел охарактеризовано сутнісне наповнення поняття «якість торговельного обслуговування», визначено перелік основоположних факторів впливу на цей показник. Предоставлена четкая структурированная характеристика методологии количественной оценки качества торгового обслуживания с указанием конкретных групп показателей. Предложены пути совершенствования существующей методологии оценивания торгового обслуживания путем дополнения ее системой показателей, характеризующих эффективность работы персонала предприятия. Получила дальнейшее обоснование методология оценивания торгового обслуживания, которая базируется на проведении качественного оценивания деятельности персонала торгового предприятия с использованием различных методов.

Ключевые слова: качество торгового обслуживания, методология, метод, оценивание, группа показателей, принцип.

Modern trading enterprises today functioning in conditions of relatively saturated market and overwhelming non-price competition, which determines the importance of the quality factor, namely the quality of trade services. The important task, the solution of which allows providing the economic development of enterprises and organizations, as well as the growth of social development and living standards of the population, is the problem of improving the quality of trade services. Carrying out a qualitative assessment of the state of consumer trade services allows the management of the company to obtain reliable information, using of which gives the opportunity to make objective management decisions. The process of evaluation the quality of trade services directed on receiving information about the real condition of the trade and technological process and its conformity with consumer requirements. The qualitative condition of the trading service system influenced by various factors, in particular: range and quality of goods and services, living standard of the population, cultural level of service personnel, condition of the material and technical base of trade and others. The methodology of evaluation the quality of consumer trade services based on using the number of groups of indicators: indicators of the state of retail trade network; indicator of implementation of progressive sales methods; indicators of completeness and stability of the product range; service system indicators; indicators of the dynamics of turnover; an indicator of the time spent by buyers to make a purchase; purchase completion rate. Each group has its own separate subsystem of detailed indicators. One of the factors that have a direct impact on the system of commercial servicing of the population is the trade and operating personnel of the enterprise. The level of his professionalism influence to formation of a qualitative component of the trading service system. Advisable to study various methods of assessing the qualitative characteristics of personnel of a trading company. The characteristics of the following techniques presented in the article: management by objective; performance management; 360 degree method; method of independent judges; assessment center; business game.

Key words: quality of trade service, methodology, method, evaluation, group of indicators, principle.

Постановка проблеми. Сучасні умови господарювання підприємств торговельної сфери передбачають виконання низки умов, що забезпечують належний конкурентний рівень їх діяльності. Однією з таких вимог є підвищення якості торговельного обслуговування як важливого елементу економічного й соціального розвитку та рівня життя населення. Визначення якості торговельного обслуговування населення має перш за все вагоме практичне значення, оскільки дає змогу виявити резерви покращення діяльності торговельного підприємства [1, с. 76]. Враховуючи вищенаведену інформацію, вважаємо доцільним проведення більш ґрунтовного дослідження цього— питання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у розвиток теорії та методології якісного оцінювання системи торговельного обслуговування зроблено значною кількістю закордонних і вітчизняних науковців. У наукових працях У. Демінга, Дж. Джуран, П. Кросбі, Г. Тагуті, А. Фейгенбаума, К. Ісікава відображено методологічні аспекти оцінювання якості торговельного обслуговування. Формуванню ефективної системи торговельного обслуговування присвячено праці вітчизняних учених, зокрема роботи В. Апопія, І. Бланка, М. Виноградського, Н. Голошубової, А. Мазаракі, І. Міщука, П. Рудницького, В. Снегірьової [2; 3 с. 147–148]. На основі проведених нами досліджень було встановлено, що

наявна система оцінювання якості торговельного обслуговування потребує систематизації та доповнення, тому доцільним є проведення подальших досліджень у цьому напрямі.

Постановка завдання. Метою статті є проведення ґрунтовного дослідження теоретичних і практичних даних щодо формування, реалізації та оцінювання якості торговельного обслуговування населення. З огляду на вищенаведене основними завданнями є аналіз змістовного наповнення поняття «якість торговельного обслуговування», визначення основних факторів якості торговельного обслуговування, характеристика базових компонентів стандартів торговельного обслуговування, аналіз та вдосконалення наявної системи оцінювання якості торговельного обслуговування.

Виклад основного матеріалу дослідження. Процес торговельного обслуговування населення є динамічним, що постійно перебуває під дією різних факторів. З огляду на цей факт необхідним вважається формування якісно нових підходів до управління та оцінювання [4, с. 88]. Сутнісне наповнення поняття «якість торговельного обслуговування» представлено в працях багатьох учених. Найбільш розгорнуто цей термін розглядає В. Апопій. На його думку, якість торговельного обслуговування – це сукупність ознак і показників, які дають змогу встановити ступінь відповідності основних і допоміжних торговельно-технологічних

процесів у торговельному підприємстві вимогам споживачів [5, с. 597]. Під якістю торговельного обслуговування розуміється відповідність рівня сервісу зовнішнім і внутрішнім стандартам обслуговування підприємства сфери торгівлі. Зовнішні стандарти обслуговування, які сформовані всіма учасниками ринку, мають обов'язковий характер застосування суб'єктами роздрібною торгівлі. Щодо внутрішніх стандартів, то вони створюються самостійно керівними органами торговельного підприємства. Проте процес їх створення передбачає першочергове дотримання вимог саме зовнішніх стандартів.

Дослідження, проведені провідними науковцями, доводять існування значної кількості факторів, які безпосередньо чинять вплив як на рівень торговельного обслуговування, так і на його якісні характеристики. Зокрема, в працях В. Панченка визначено такий перелік факторів якості торговельного обслуговування:

- асортимент і якість товарів та послуг, їх відповідність попиту;
- ефективність організації торгівлі;
- життєвий рівень населення;
- культурний рівень обслуговуючого персоналу;
- місце споживача на ринку;
- мотивація праці;
- прогресивність використовуваної технології торговельних процесів;
- стан матеріально-технічної бази торгівлі;

Таблиця 1

Система кількісної оцінки якості торговельного обслуговування

Група показників якості торговельного обслуговування	Показники, що належать до відповідної групи
1. Показники стану роздрібною торговельною мережі	– Ступінь забезпеченості населення торговельною площею; – коефіцієнт щільності торговельної мережі; – середня кількість потенційних покупців на 100м ² торговельної площі; – середня кількість потенційних покупців на 1 підприємство роздрібною торгівлі; – рівень спеціалізації торговельної мережі; – середній розмір товарообігу в магазинах; – середній радіус дії торговельного підприємства.
2. Показник впровадження прогресивних методів продажу	Частка магазинів, у яких впроваджено прогресивні методи продажу, в загальній кількості роздрібних торговельних підприємств
3. Показники повноти та стабільності товарного асортименту	– Коефіцієнт повноти товарного асортименту; – коефіцієнт стабільності товарного асортименту.
4. Показники системи послуг	– Обсяг наданих платних послуг магазином (торговельною мережею); – кількість найменувань торговельних послуг, що надаються покупцям у магазинах; – коефіцієнт повноти послуг, що надаються в торговельній мережі.
5. Показники динаміки товарообігу	– Структура роздрібного товарообігу; – товарообіг у розрахунку на душу населення; – процент охоплення купівельних фондів; – ритмічність виконання завдання з товарообігу.
6. Показник затрат часу покупців на здійснення покупки	Коефіцієнт, що характеризує затрати часу покупців на здійснення покупки.
7. Показник завершеності покупки	Коефіцієнт завершеності покупки.

Джерело: [3, с. 150; 5, с. 598; 7, с. 131]

– стан розвитку економіки країни, вітчизняного виробництва споживчих товарів;

– ступінь ефективності взаємодії виробників, оптових посередників і суб'єктів господарювання роздрібною торгівлі;

– ступінь ефективності забезпечення захисту прав споживачів;

– ступінь жорсткості конкуренції на споживчому ринку;

– фінансовий стан суб'єктів ринку та якість чинних правил торгівлі, норм торговельного обслуговування населення;

– якість трудової діяльності колективів та окремих працівників [6, с. 82].

Високий рівень якості торговельного обслуговування населення досягається за рахунок виконання основних положень вищезазначених стандартів з урахуванням вирішення низки базових питань:

1) визначення потенційного рівня сервісу в конкретному торговельному підприємстві (розроблення та впровадження внутрішнього стандарту обслуговування);

2) формування стратегії та тактики щодо усунення відхилень рівня сервісу від еталонного, зафіксованого внутрішнім стандартом;

3) визначення пріоритетних цілей подолання різниці між затвердженим рівнем якості обслуговування й отриманим фактичним показником [5, с. 598].

Методологія оцінювання якості торговельного обслуговування покупців, на думку більшості провідних учених, базується на використанні системи кількісної оцінки, яка передбачає застосування таких груп показників (табл. 1).

Зазначена методологія справді дає можливість проведення розгорнутого кількісного оцінювання якості торговельного обслуговування, яка дає змогу отримати всебічну багатогранну інформацію. На ефективність функціонування системи торговельного обслуговування впливає значна кількість чинників, одним з яких є торгово-оперативний персонал підприємства, який є складовою частиною забезпечення його результативності. Проведення аналізу та оцінювання якості роботи персоналу не лише дає можливість системі менеджменту виявити сильні й слабкі сторони функціонування як підприємства, так і галузі загалом, але й допомагає в пошуку додаткових резервів покращення власної діяльності. Задля вирішення цього завдання пропонуємо надавати якісну оцінку торговельного обслуговування, засновану на аналізі результативності діяльності персоналу підприємства як посередника між керівництвом торговельного підприємства (товаровиробника) та безпосереднім споживачем.

Процес оцінювання персоналу торговельного підприємства передбачає здійснення порівняння конкретних характеристик працівника

(професійно-кваліфікаційного рівня, ділових якостей, результатів праці) з відповідними параметрами, вимогами, стандартами [8, с. 131]. Оцінювання персоналу підприємства, що охоплює поточну та перспективну сфери діяльності працівників торговельного підприємства, має здійснюватися з дотриманням низки таких принципів:

– принцип об'єктивності, що передбачає, що побудова системи показників для характеристики працівника підприємства здійснюється з урахуванням достовірної інформаційної бази;

– принцип гласності, що полягає в ознайомленні працівників із порядком та методикою оцінювання, а також прозорому висвітленні отриманих результатів через інформаційні та розпорядчі документи і засоби;

– принцип оперативності, за якого оцінювання роботи персоналу здійснюється своєчасно, регулярно та зі швидким оприлюдненням отриманих результатів;

– принцип демократизму, що реалізується через участь представників трудового колективу в оцінюванні колег і підлеглих;

– принцип єдності вимог оцінювання для всіх осіб однорідної посади;

– принцип простоти, чіткості й доступності процедури оцінювання;

– принцип результативності, що передбачає обов'язковість та оперативність прийняття відповідних управлінських рішень на основі отриманих результатів оцінювання [7, с. 428].

Першочерговим завданням у побудові ефективної системи оцінювання персоналу підприємства є визначення груп показників. Більшість науковців схиляється до думки про те, що оцінювання роботи персоналу торговельного підприємства доцільно здійснювати за показниками, що відображають три базові професійно-кваліфікаційні аспекти, такі як результативність праці, професійна поведінка, особисті якості [7, с. 428–429].

Методологічний інструментарій процесу оцінювання якості роботи персоналу підприємства сфери торгівлі передбачає використання чималої кількості різноманітних методів. Розглянемо їх основні характеристики.

1) Керування за цілями (Management by Objective). Передбачає спільну постанову завдання керівником і працівником підприємства. На кінець звітної періоду здійснюються порівняння та оцінювання отриманих результатів.

2) Управління результативністю (Performance management). Здійснюється оцінювання кінцевих результатів роботи з обов'язковим урахуванням особистих якостей працівника, які використовуються для досягнення поставлених цілей.

3) Метод 360 градусів. Оцінювання працівника здійснюється керівником, підлеглими та колегами за заздалегідь визначеними критеріями.

Результати такого оцінювання заносяться в 4) Метод незалежних суддів. Полягає в оцінюванні працівника групою осіб (5–7 людей), які попередньо з ним не контактували в жодних ситуаціях. Така методика передбачає використання «перехресного допиту».

5) Ассесмент-центр. Процес оцінювання передбачає використання поведінкового інтерв'ю, кейсів, ігрових ситуацій. Такий метод застосовується для аналізу компетенцій під конкретне кадрове завдання.

6) Ділова гра. Передбачає проведення управлінської гри, що імітує певну ситуацію. В процесі проведення такої гри проводиться оцінювання теоретичних і практичних знань та вмінь, а також здатності до ефективної взаємодії в малій групі [9].

Отже, нами представлена лише узагальнена система методів оцінювання якості роботи персоналу торговельного підприємства. Залежно від поставлених цілей та конкретних обставин ця система може бути доповнена низкою інших методів.

Висновки з проведеного дослідження. Ефективність функціонування підприємства сфери торгівлі визначається низкою економічних та соціальних показників. Одними з ключових факторів успішності вважаються розроблення, впровадження й моніторинг системи торговельного обслуговування. Оцінювання якісних і кількісних параметрів такої системи та безперервний процес вдосконалення складають запоруку успішності діяльності підприємства у відповідному ринковому сегменті. Зважаючи на появу новітніх тенденцій і вимог, що висувуються до торговельних підприємств у сучасних умовах господарювання, вважаємо за необхідне проведення подальших досліджень, присвячених розробленню, апробації та впровадженню нових методик оцінювання якості торговельного обслуговування.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Панченко В., Михайлов О. Моніторинг якості торговельного обслуговування: теоретичні та практичні підходи. *Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки*. 2010. Вип. 18. Ч. 1. С. 76–84.
2. Благоразумова О., Кузьмін С. Методичні підходи до оцінювання якості торговельного обслуговування покупців. *Ефективна економіка*. 2016. № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5331> (дата звернення: 24.02.2020).
3. Корпан О. Теоретико-методологічні аспекти формування та оцінювання рівня культури торговельного обслуговування споживачів. *Вісник Хмельницького національного університету. Серія «Економічні науки»*. 2019. № 5. С. 147–151.
4. Корпан О. Сучасні аспекти функціонування та оцінювання системи торговельного обслуговування населення. *Бізнес-навігатор*. 2019. Вип. 6 (55). С. 87–91.

5. Апопій В. та ін. Організація торгівлі : підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2009. 632 с.

6. Білявська Ю., Силкіна Ю. Якість торговельного обслуговування як елемент операційної системи підприємства. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»*. 2017. Вип. 22. Ч. 1. С. 81–85.

7. Хомутник Н., Бала Р. Методи оцінювання персоналу підприємства. *Маркетинг та логістика в системі менеджменту* : тези доповідей ІХ Міжнародної науково-практичної конференції (8–10 листопада 2012 р.). Львів : видавництво Львівської політехніки, 2012. С. 428–430.

8. Лойко І. Аналіз сучасних методів оцінювання персоналу. *Збірник наукових праць УкрДАЗТ. Серія «Менеджмент організацій і адміністрування»*. 2014. Вип. 146. С. 129–135.

9. Чевганова В. Система оцінювання персоналу підприємства. *Ефективна економіка*. 2014. № 4. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2906> (дата звернення: 25.02.2020).

REFERENCES:

1. Panchenko V., Mykhajlov O. (2010) Monitoryngnq jakosti torghoveljnogho obslughovuvannja: teoretychni ta praktychni pidkhody [Monitoring the quality of trade services: theoretical and practical approaches]. *Naukovi praci Kirovogradskogo nacionaljnogho tekhnichnogho universytetu. Ekonomichni nauky*, vol. 18, no. 1, pp. 76–84.
2. Blaghorazumova O., Kuzjmin S. (2016) Metod ychni pidkhody do ocinjuvannja jakosti torghoveljnogho obslughovuvannja pokupciv [Methodical approaches to evaluation of trading service's quality]. *Efektivna ekonomika* (electronic journal), no. 12. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5331> (accessed: 24 February 2020).
3. Korpan O. (2019) Teoretyko-metodologichni aspekty formuvannja ta ocinjuvannja rivnja kuljturny torghoveljnogho obslughovuvannja spozhyvachiv [Theoretical and methodological aspects of formation and evaluation the level of culture of customer's trading services]. *Visnyk Khmeljnycjkogho nacionaljnogho universytetu. Serija "Ekonomichni nauky"*, no. 5, pp. 147–151.
4. Korpan O.S. (2019) Modern aspects of functioning and evaluation of the system of commercial services to the population [Suchasni aspekty funkcionuvannja ta ocinjuvannja systemy torghoveljnogho obslughovuvannja naselennja]. *Biznes-navighator*, vol. 6 (55), pp. 87–91.
5. Apopij V. (2009) Orghanizacija torghivli : pidruchnyk [Organization of the trade : textbook]. Kyiv : Centr uchboviji literatury.
6. Biljavsjka Ju., Sylkina Ju. (2017) Jakistj torghoveljnogho obslughovuvannja jak element operacijnoji systemy pidpryjemstva [Quality of trading service as an element of the enterprise operating system]. *Naukovyj visnyk Khersonskogho derzhavnogho universytetu*, vol. 22, no. 1, pp. 81–85.
7. Khomutnyk N., Bala R. (2012) Metody ocinjuvannja personalu pidpryjemstva [Methods of evalu-

ation of the personnel of the enterprise]. Proceedings of the *Marketing ta loghistyka v systemi menedzhmentu* : 10 mizhnarodna naukovo- praktychna konferencija (Ukraine, Lviv, November 8–10, 2012). Lviv : vydavnytstvo Ljivisjkoji politekhniki, pp. 428–430.

8. Lojko I. (2014) Analiz suchasnykh metodiv ocinjuvannja personalu [Analysis of modern methods of personnel evaluation]. *Zbirnyk naukovykh pracj UkrDAZT*.

Serija "Menedzhment orghanizacij i administruvannja", vol. 146, pp. 129–135.

9. Chevghanova V. (2014) Systema ocinjuvannja personalu pidpryjemstva [Evaluation system of the personal of enterprise]. *Efektivna ekonomika* (electronic journal), no. 4. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2906> (accessed: 25 February 2020).