

7. Семь нот менеджмента / В.В. Кондратьев. – [6-е изд]. – М.: Эксмо, 2007. – 280 с.  
 8. Штефан В.И. Структура управления финансово-хозяйственной службой концерна / В.И. Штефан, И.В. Штефан, В.Г. Лутченко // Весник РЭА. – 2008. – № 3. – С. 51 – 57.

1. Tsyvil'nyy kodeks Ukrayiny. - Kh. : Odissey, 2005. – 400 s.  
 2. Natsyonal'nye standarty bukhhalterskoho ucheta // Vse o bukhhalterskom uchete. 2007. - # 18.  
 3. Daft R. L. Teoryya orhanyzatsyy / R.L. Daft. – М. : YuNYTY - DANA, 2006 – 406 s.  
 4. Dobrovol'skyu E. Vyudzhetirovanye: shah za shahom / E. Dovrovol'skyu, B. Karabanov. - SPb: Pyter, 2007. – 379 s.  
 5. Zakharchenko V. Modeli i metody pryynyattya rishen' v analizi ta audyti : [navch. posibnyk] /V. Zakharchenko, M. Merkulov, O. Balakhonova. – L'viv : Mahnoliya-2006, 2012. – 325 s.  
 6. Metodyka analizu finansovo-hospodars'koyi diyal'nosti pidpryyemstv derzhavnoho sektoru ekonomiky // Ynvesthazeta, 2006. – # 14. – s.4 – 29.  
 7. Sem' not menedzhmenta / Pod red. V.V. Kondrat'eva. – [6-e yzd]. – М. : Эксмо, 2007. – 280 с.  
 8. Shtefan V.Y. Struktura upravlenyya fynansovo-khozyaystvennoy sluzhboy kontserna / V.Y. Shtefan, Y.V. Shtefan, V.H. Lutchenko // Vesnyk RЭА. – 2008. – # 3. – S. 51 – 57.

*Рецензент* Захарченко В.І., д.е.н., професор Одеського національного університету ім. І.І. Мечнікова

25.03.2014

УДК 339.376

*Миценко Наталія, Ганій Ірина*

### **ШЛЯХИ ПОКРАЩЕННЯ ЯКОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ ПОКУПЦІВ У НЕОРГАНІЗОВАНОМУ СЕКТОРІ ТОРГІВЛІ**

У статті розглядаються теоретичні аспекти формування якості обслуговування споживачів, обґрунтовується необхідність покращення якості обслуговування покупців суб'єктами неорганізованого сектору торгівлі на засадах процесного підходу. Визначається сутність та рекомендуються часткові та узагальнюючі показники оцінки рівня культури обслуговування покупців. Досліджуються фактори, що впливають на рівень обслуговування покупців у неорганізованому секторі торгівлі, пропонуються шляхи його підвищення.

**Ключові слова:** неорганізований сектор торгівлі, якість обслуговування споживачів, чинники впливу на якість обслуговування, шляхи підвищення якості обслуговування.

*Миценко Наталія, Ганій Ірина*

### **ПУТИ УЛУЧШЕННЯ КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ В НЕОРГАНИЗОВАННОМ СЕКТОРЕ ТОРГОВЛИ**

В статье рассматриваются теоретические аспекты формирования качества обслуживания потребителей, обосновывается необходимость улучшения качества обслуживания покупателей субъектами неорганизованного сектора торговли на основе процессного подхода. Определяется сущность и рекомендуются частичные и обобщающие показатели оценки уровня культуры обслуживания покупателей. Исследуются факторы, влияющие на уровень обслуживания покупателей в неорганизованном секторе торговли, предлагаются пути его повышения.

**Ключевые слова:** неорганизованный сектор торговли, качество обслуживания потребителей, факторы влияния на качество обслуживания, пути повышения качества обслуживания.

*Mitsenko Natalia, Hapij Irene*

### **WAYS OF BUYERS MAINTENANCE QUALITY IMPROVEMENT IN THE UNORGANIZED TRADE SECTOR**

The theoretical aspects of buyers maintenance quality forming are examined in the article, the necessity of buyers maintenance quality improvement is grounded by subjects of trade sector unorganized on principles of process approach. The essence is determined and the partial and summary indexes of buyers maintenance culture level estimation are recommended. Factors which influence on the level of unorganized trade sector buyers maintenance are probed, the ways of its increase are offered.

**Keywords:** unorganized trade sector, buyers maintenance quality, buyers maintenance quality factors of influence, ways of buyers maintenance quality improvement.

**Постановка проблеми.** Сучасний покупець висуває наступні вимоги до торгівлі: мінімізація затрат часу на придбання товарів широкого попиту, максимально повне задоволення існуючого попиту, індивідуальне обслуговування при виборі товарів епізодичного і періодичного попиту, зручність обслуговування тощо. В умовах зростання конкуренції нагальним питанням є забезпечення обслуговування покупців у роздрібній торгівлі на високому рівні. Це сприяє підвищенню життєвого рівня населення (що, в свою чергу, висуває щораз вищі вимоги до якості обслуговування), забезпеченню конкурентоспроможності закладів торгівлі і напряду залежить від: використовуваних форм та методів торгівлі, дотримання норм законодавства про захист прав споживачів, якості та асортименту пропонованих товарів, професійно-кваліфікаційного рівня торговельних працівників тощо.

Неорганізований сектор торгівлі - сукупність некорпоративних суб'єктів (підприємців-фізичних осіб), які організаційно здійснюють торговельну діяльність на засадах самостійності, самокупності і самозайнятості - відіграє неабияку роль у задоволенні потреб населення України в товарах та послугах. Невисокий рівень обслуговування покупців суб'єктами неорганізованого сектору торгівлі, що зумовлений об'єктивними причинами; наявність фактів порушень ними законодавства щодо захисту прав споживачів, зростаюча актуальність питань якості обслуговування споживачів зумовили вибір теми дослідження.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Вагоме значення для вивчення зазначеної проблеми мають праці з функціонування та розвитку торгівлі, якості торговельного обслуговування населення В. Апоція [2], Б. Гриніва [3], Л. Лігоненко, А. Мазаракі, І. Міщука [2; 4], І. Олексин, С. Рудницького [2], А. Садекова, Л. Фролової, А. Чорного [7] та інших вчених. Разом з тим, питання забезпечення якості обслуговування покупців у неорганізованому секторі торгівлі залишається поза увагою дослідників.

**Мета статті** - використовуючи процесний підхід, обґрунтувати необхідність покращення якості обслуговування покупців суб'єктами неорганізованого сектору торгівлі та запропонувати шляхи його покращення.

**Основний матеріал дослідження.** Торговельне обслуговування за своїм змістом являє собою багатоаспектну торговельну діяльність у сфері роздрібно торгівлі, основною метою якої є задоволення всіх основних вимог покупців щодо придбання в роздрібній торговельній мережі з найменшими витратами часу в найбільш сприятливих умовах та зі зручностями необхідних товарів за найбільш прийнятними цінами [6, с. 8]. Стрижневим елементом цієї діяльності є процес продажу товарів кінцевим споживачам у об'єктах роздрібно торгівельної мережі, який у спеціальній економічній літературі отримав назву операцій безпосереднього обслуговування покупців; проте, зводити зміст торговельного обслуговування лише до цих операцій некоректно. Якісне торговельне обслуговування може бути забезпечене тоді, коли належним чином вирішене все коло питань організації і функціонування об'єкта роздрібно торгівельної мережі, починаючи з моменту прийняття рішення про необхідність його створення і закінчуючи питаннями забезпечення його ефективною діяльністю протягом достатньо тривалого терміну роботи. В сучасних умовах проблема підвищення рівня обслуговування у роздрібній торгівлі є важливим завданням, вирішення якого забезпечує економічний розвиток суб'єктів торговельної діяльності та зростання рівня життя населення [7, с. 5].

Під якістю торговельного обслуговування ми розуміємо сукупність характеристик, котрі дають можливість встановити ступінь відповідності всіх торгово-технологічних процесів у суб'єктів неорганізованого сектору торгівлі вимогам покупців. Головним критерієм оцінювання якості обслуговування виступає ступінь задоволення потреб споживачів. Не останню роль відіграє відповідність сервісу встановленим стандартам, затрати часу на придбання товарів, культура обслуговування. Якість обслуговування покупців є одним з головних чинників формування і підтримання позитивного іміджу об'єкта роздрібно торгівельної мережі, який впливає на поведінку як покупців, так і продавців.

Товарооборот неорганізованого сектору торгівлі України зріс в 3 рази порівняно з 2005 роком. Проведене дослідження дозволяє зробити висновок, що таке зростання товарообороту не свідчить про покращення якості торговельного обслуговування населення. Динаміка показників товарообороту забезпечується переважно за рахунок інфляції та зростання цін. Варто відзначити, що частка досліджуваного сектору торгівлі є досить значною і складає за даними офіційної статистики 50,5% обсягу роздрібного товарообороту торгівлі та ресторанного господарства України [5, с. 271]. Вона набагато вища у слабозрозвинутих регіонах України та в сільській

місцевості. Саме тому проблема забезпечення належної якості обслуговування в неорганізованому секторі торгівлі потребує особливої уваги.

Неорганізований сектор охоплює значні сегменти стаціонарної мережі (невеликих магазинів), дрібнодрібною мережі, нестаціонарних об'єктів, автозаправок, аптечних пунктів, кіосків тощо. Найчастіше визначальними чинниками, що впливають на вибір споживачем об'єкта роздрібною торговельною мережі, є: місце його розташування, якість пропонованих товарів, повнота асортименту, технологія продажу, рівень цін і швидкість обслуговування, рівень кваліфікації персоналу. Значну частину покупців приваблює цілодобове обслуговування та надання додаткових послуг. У певних аспектах (повнота асортименту, технологія продажу, рівень цін) досліджуваний сектор не може конкурувати, наприклад, із торговельними мережами.

Якість обслуговування у суб'єктів неорганізованого сектору торгівлі зазвичай найнижча. Задля досягнення прибутку, вони економлять кошти на забезпеченні належного обслуговування. Результатом цього є відсутність необхідного рівня організації торгівлі та низький професійно-кваліфікаційний рівень працівників. Торгово-технологічні операції проводяться здебільшого вручну, без застосування автоматизованих систем. Тому для забезпечення конкурентоспроможності суб'єкти досліджуваного сектору торгівлі значну увагу повинні приділяти покращенню обслуговування покупців. Як зазначають науковці [4, с. 191], одним із основних напрямків розвитку торгівлі стає пропозиція комфорту, тобто обслуговування, зручності, зрозумілості та чіткості, а також, передусім, задоволення під час придбання товару. Управління якістю обслуговування повинно здійснюватись відповідно до відомих принципів управління якістю, а саме: оцінка якості послуги її споживачами, кількісне оцінювання рівня якості обслуговування, вимірювання якості з точки зору процесного підходу.

Для оцінки якості обслуговування споживачів суб'єктами неорганізованого сектору зазвичай вивчають: рівень впровадження прогресивних методів продажу, умови праці продавців, систему послуг, повноту і стабільність асортименту, динаміку товарообороту, рівень завершеності купівлі, затрати часу споживачів на здійснення операції купівлі, вартість середнього чеку, кількість потенційних покупців, культуру (етику та естетику) обслуговування. При цьому здебільшого використовують статистичні методи, методи анкетування, експертних оцінок, порівняння та метод «таємного покупця». Останній є цікавим, недорогим та нескладним для роздрібною торгівлі як джерело об'єктивної інформації про якість обслуговування у об'єктах роздрібною торговельною мережі. Він дозволяє перевірити, наскільки продавці дотримуються стандартів якості надання послуг, консультування, культури спілкування тощо. Проінструктовані «таємні покупці» відвідують пункт продажу і оцінюють роботу продавців відповідно до визначених критеріїв (кількість та доцільність порад, презентація асортименту, зовнішній вигляд працівників, владнання скарг і конфліктних ситуацій тощо).

Для якості обслуговування вагоме значення має культура провадження торговельної діяльності, яка являє собою сукупність матеріальних та духовних цінностей, вироблених спільно торговельними працівниками і споживачами в процесі повсякденної взаємодії включно із самим процесом розподілу спільно створених цінностей [2, с. 593]. Вона не залежить від економічної моделі господарювання, а визначається загальним рівнем культури суспільства. Культуру обслуговування покупців можна дослідити за низкою показників, що дозволяють охарактеризувати рівень обслуговування й естетичного оформлення об'єкта роздрібною торговельною мережі. До них належать: стійкість асортименту; застосування прогресивних методів продажу товарів; надання системи послуг; затрати часу на здійснення купівлі; дотримання затвердженого режиму роботи; інтенсивність використання внутрішніх засобів інформації і реклами; рівень професійної кваліфікації та етичної культури працівників; естетичний вигляд працівників прилавка; естетичний і санітарний стан приміщення; дотримання встановлених правил продажу товарів.

На основі наведених показників рекомендується розраховувати узагальнюючий показник рівня культури обслуговування покупців. Крім того, при його обчисленні враховують коефіцієнти: стабільності асортименту товарів; впровадження прогресивних методів продажу товарів; системи послуг, що надаються; затрат часу покупців на обслуговування; завершеності процесу покупки; якості праці працівників і культури обслуговування з погляду покупців.

Значний вплив на якість обслуговування покупців мають використовувані форми і методи торгівлі. Від них залежать обсяг роздрібного товарообороту, якість обслуговування покупців, їх задоволеність зробленими покупками тощо. Зрозуміло, що їх вибір може мати як позитивний, так і негативний вплив на результати фінансової діяльності суб'єкта неорганізованого сектору торгівлі.

Крім того, суттєвий вплив мають зовнішні чинники: державне регулювання, рівень конкуренції, діюча податкова система тощо.

Як альтернативу досліджуваному сектору науковці прогнозують в майбутньому активний розвиток магазинів, що працюють на засадах самообслуговування (насамперед, супермаркетів і гіпермаркетів), а також дисконтних магазинів, які теж працюють у форматі самообслуговування і зорієнтовані на споживачів із низькою купівельною спроможністю, що становлять значну частину населення країни. Проте, варто пам'ятати, що для українського покупця є дуже звичною магазинна форма продажу, де присутній активний комунікаційний процес «продавець-покупець». Результат цього процесу залежить від якості надання торговельних послуг, матеріального добробуту та культурного рівня працівників сфери роздрібної торгівлі, їхніх професійно-кваліфікаційних і ціннісно-життєвих характеристик. Наголосимо, що далеко не весь торговельний персонал неорганізованої торгівлі можна позитивно оцінити за наведеними характеристиками. Кваліфікаційний рівень робочої сили у сфері торгівлі не можна оцінити як високий: лише 25% працівників закінчили вищі навчальні заклади III-IV рівня акредитації, а близько 40% мають лише середню освіту. Зумовлено це тим, що вимоги до рівня кваліфікації зайнятих в торгівлі не настільки жорсткі – це дозволяє залучати працівників з низьким рівнем освіти.

Із різким зростанням конкуренції на ринку товарів і послуг посилилася боротьба за кожного покупця. Саме від продавців великою мірою залежить формування лояльності покупців до об'єкта роздрібно-торговельної мережі. Разом з тим, швидкі темпи розвитку сучасних технологій ведуть до витіснення низькокваліфікованих працівників, вимагають найму адаптованого до сучасних вимог персоналу, який гнучко реагує на професійні зміни. У своїх професійних діях вони повинні керуватися принципами моральності та ентузіазму. Без ентузіазму, енергійності, динамічності неможливо створити сприятливу для встановлення відносин з покупцями атмосферу. Однак, лише цього недостатньо. Продавці повинні бути грамотними консультантами, надавати споживачам у доступній формі необхідну, достовірну та своєчасну інформацію про товари, усіляко сприяти споживачеві у вільному виборі товарів і додаткових послуг, на його вимогу проводити перевірку якості, безпеки, комплектності, міри, ваги та ціни товарів з наданням йому контрольно-вимірювальних приладів, документів, які підтверджують якість, безпеку, ціну товарів, перевірити справність виробу, продемонструвати за можливості його роботу та ознайомити споживача з правилами користування [1].

Таким чином, слід забезпечувати належний рівень кваліфікації торговельного персоналу, який у комплексі з організацією та мотивацією праці є визначальними умовами в підвищенні якості обслуговування покупців суб'єктами неорганізованого сектору торгівлі. Характерними рисами кваліфікації стають багатопрофільність, високий рівень загальної і технічної культури, динамізм, гнучкість.

Важливим чинником підвищення якості обслуговування покупців виступає створення передумов для істотного підвищення мобільності робочої сили шляхом належної її професійно-кваліфікаційної підготовки відповідно до поточних та перспективних вимог сфери торгівлі. Поліпшенню освітнього та кваліфікаційного рівнів працівників сфери роздрібно-торгівлі сприятиме створення сучасної системи професійної орієнтації, підвищення кваліфікації та перекваліфікації; зближення інтересів працедавців, випускників, держави та навчальних закладів на етапі проходження практичної підготовки студентів та слухачів. Значну увагу на загальнодержавному рівні доцільно приділяти питанням маркетингу ринків праці та освітніх послуг.

Для того, щоб працівники неорганізованого сектору торгівлі могли якнайкраще обслужити споживачів, вони повинні бути добре мотивовані, обізнані про властивості та асортимент пропонованих ними товарів, позитивно налаштовані до покупців. Тут вагомими є знання основ психології та елементарних правил етикету (вітання, звертання, прощання).

Суттєвим чинником, що формує якість обслуговування споживачів, є дотримання суб'єктами торговельної діяльності законодавства у сфері захисту прав споживачів. Останні досить часто знаходять способи уникнення відповідальності за шкоду, заподіяну споживачам. В умовах ринку це питання потребує жорсткого державного регулювання.

Високої якості обслуговування можна досягти за допомогою дотримання міжнародного стандарту ISO 9001:2008 «Системи менеджменту якості. Вимоги», законодавства про захист прав споживачів, ціни та ціноутворення, санітарних норм, правил торгівлі тощо. Підкреслимо, що рівень торговельного обслуговування напряму пов'язаний із ефективністю діяльності об'єкта роздрібно-торговельної мережі, яка характеризується розміром чистого прибутку. Результатом належної якості обслуговування покупців виступають збільшення обсягів роздрібно-

товарообороту, чисельності лояльних клієнтів та покращення конкурентного статусу суб'єкта неорганізованого сектору торгівлі на ринку.

**Висновки і перспективи подальших досліджень.** Таким чином, через площину вражень та задоволеності покупців (які є головними діючими особами в торгівлі) від здійсненої операції купівлі-продажу повинна проводитися оцінка якості обслуговування в кожному пункті продажу.

Основними шляхами досягнення належного рівня якості обслуговування суб'єктами неорганізованого сектору торгівлі є: підвищення рівня сервісу, що може бути запропонований споживачам (формування внутрішнього стандарту обслуговування); розробка стратегії й тактики усунення недоліків, виявлених у досягнутому рівні якості обслуговування порівняно із визначеним стандартом; підвищення кваліфікації торговельних працівників та їх адаптація до вимог сучасного торговельного обслуговування.

Подальші дослідження зазначеної проблеми стосуються розгляду внеску основних суб'єктів торговельно-технологічних процесів в неорганізованому секторі торгівлі у формування рівня обслуговування споживачів, а також створення стандартів обслуговування для суб'єктів неорганізованої торгівлі.

### *Література*

1. Україна. Міністерство зовнішніх економічних зв'язків і торгівлі. Наказ. Про затвердження Правил роботи дрібнодрібною торговельною мережі : від 08.07.1996 р. №369.

2. Апопій В. В. Організація торгівлі : підруч. / [В. В. Апопій, І. П. Міщук, В. М. Ребицький та ін.]. – [3-тє вид.]. - К. : Центр учбов. літератури, 2009. – 632 с.

3. Гринів Б. В. Про оцінку рівня торговельного обслуговування / Б. Р. Гринів // Вісник ЛКА: зб. наук. праць. – Сер. економ. – Львів : ЛКА, 2002. - Вип. 13. – С. 355-359.

4. Криган Р. В. Стан і тенденції розвитку роздрібною торговельною мережі у Львівській області / Р. В. Криган, Т. В. Футало // Науковий вісник НЛТУУ : зб. наук.-техн. праць. – Львів : РВВ НЛТУУ, 2009. – Вип. 19.6. – С. 188-194.

5. Статистичний щорічник України за 2011 рік / Державна служба статистики України ; за ред. О. Г. Осауленка. – К. : ТОВ «Август Трейд», 2012. - 559 с.

6. Теорія та практика торговельного обслуговування / [В. В. Апопій, І. П. Міщук, С. І. Рудницький та ін.] ; за ред. В. В. Апопія. – К. : ЦНЛ, 2005. - 496 с.

7. Чорний А. Ю. Статистичне оцінювання якості обслуговування у роздрібній торгівлі : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : 08.03.01 «Економіка та управління підприємствами»/ А. Ю. Чорний. – К., 2005. – 20 с.

1. Ukraine. Ministry of foreign economic relations and trade. Decree. On approval of the small retail trade network activity rules : from 08.07.1996 y. № 369.

2. Apopij V. V., Mishchuk I. P., Rebyckuj V. M. Trade organization. Kyiv, 2009, 632 pages (in Ukrainian).

3. Gryniv B. V. About trading service level evaluation. LCA announcer, 2002, no 13, pp. 355-359. (in Ukrainian).

4. Krygan R. V., Futalo T. V. State and tendencies of retail trade network development in Lviv region. NLTUU science announcer, 2009, no 19.6, pp. 188-194. (in Ukrainian).

5. Ukraine statistical annual for 2011 year. Kyiv, 2012, 599 pages (in Ukrainian).

6. Apopij V. V., Mishchuk I. P., Rydnickyj S. I. Theory and practice of trade maintenance. Kyiv, 2005, 496pages (in Ukrainian).

7. Chornyj A. U. Statistic valueing of maintenance quality in retail trade. Kyiv, 2005, 20 pages (in Ukrainian).

*Рецензент: Васильців Т.Г., д.е.н., доцент, заст. директора Регіонального філіалу Національного інституту стратегічних досліджень.*

26.03.2014