

**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**  
Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра туризма и культурного наследия

**Совершенствование сервисного обслуживания на предприятии  
розничной торговли (на примере магазина «Пятерочка»)**

**АВТОРЕФЕРАТ  
ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ БАКАЛАВРА**

Студента 4 курса 451 группы

Направления 43.03.01 «Сервис» (индивидуальный план обучения в  
ускоренные сроки, на базе СПО)

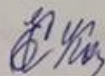
Института истории и международных отношений

Ильина Леонида Алексеевича

Научный руководитель

доцент, к.э.н., доцент

должность, уч. степень, уч. звание



подпись, дата

29.11.2019

С.Е. Каменева

инициалы, фамилия

Зав. кафедрой

проф., д.э.н. профессор

должность, уч. степень, уч. звание



подпись, дата

Т.В. Черевичко

инициалы, фамилия

Саратов 2019

## Введение

В современных экономических условиях в розничной торговле Российской Федерации произошли значительные преобразования. Существенно изменился архитектурный облик предприятий торговли, улучшился их интерьер, значительно расширился товарный ассортимент. Появились и получили широкое распространение новые форматы торговли, такие как торговые центры и многофункциональные комплексы. Они сочетают в себе сразу несколько функций – торговля, развлечение, спорт и другие.

Уровень развития торговли по регионам и городам Российской Федерации очень неоднороден, что выражается в дифференциации уровня цен, степени обеспеченности населения торговыми площадями современных форматов и товарным ассортиментом и т.д.

На сегодняшний день один из ключевых способов достижения конкурентного преимущества предприятия, как на потребительском рынке, так и на промышленном является сервис. Независимо, к какой сфере деятельности относится предприятие, оказание услуг это или производство, качественное обслуживание – это главное, и это то, что позволит нам оценить и определить конкурентов.

Грамотно организованное обслуживание покупателей – залог успеха любой компании. Чем лучше руководитель торговой организации будет понимать своего клиента, чем комфортнее ему будет совершать покупки, тем чаще он будет возвращаться снова и снова. Важное значение здесь отводится сотрудникам. Именно от уровня развития коммуникативных навыков, личностных и профессиональных особенностей специалистов, а также корпоративной культуры в целом зависит успех всего предприятия. Очень важно понимать, что уровень сервиса определяет количество продаж.

**Актуальность темы исследования.** Уровень сервиса влияет на успех предприятия, а также желание клиента что-либо приобрести и

воспользоваться данными услугами вновь. Качественный сервис и культура общения с клиентами способствуют повышению лояльности, расширению целевой аудитории и росту продаж. Сейчас наш социум в большей степени ориентируется на высокое качество обслуживания, нежели на характеристики товара, что представляет собой значимый фактор успеха компании. Таким образом, предприятия, работающие над совершенствованием сервиса, являются более конкурентоспособными, чем другие фирмы.

Предприятие не сможет удержаться долгое время на рынке, если не будет уделять должное внимание постоянным изменениям во внешней среде, причем это внимания должно быть направлено на детальное исследование, на анализ и прогнозирование рыночной конъюнктуры. При всем этом нужно совершенствовать организационную структуру компании и улучшать обслуживание своих потенциальных потребителей.

**Объектом исследования** выпускной квалификационной бакалаврской работы является предприятие розничной торговли – магазин «Пятерочка».

**Предметом исследования** выпускной квалификационной бакалаврской работы является сервисная деятельность предприятия розничной торговли – магазина «Пятерочка».

**Целью исследования** выпускной квалификационной бакалаврской работы является изучение теоретических основ сервисного обслуживания, а также анализ и определение направлений совершенствования сервисного обслуживания на предприятии розничной торговли (на примере магазина «Пятерочка»).

В соответствии целью исследования выпускной квалификационной бакалаврской работы поставим следующие *задачи*:

- изучить состояние рынка розничной торговли и перспективы его развития;
- описать форматы розничной торговли и их роль в сервисном обслуживании;

- изучить систему сервисного обслуживания покупателей в розничной торговле;
- дать общую характеристику магазина «Пятерочка»;
- дать оценку качества сервисного обслуживания посетителей в магазине «Пятерочка»;
- разработать рекомендации по улучшению сервисного обслуживания в магазине;
- обосновать эффективность мероприятий по совершенствованию сервисного обслуживания.

*Теоретико–методологическая основа исследования.* Значительный вклад в исследование проблем организации сервисного обслуживания внесли такие зарубежные ученые, как Д. Ратмел, Д. Маккарти, К. Грейрос, М. Битнер, Ф. Котлер, Ж. Эванс, Г. Ассель, Б.Берман, Г–Ю. Варнеке, Х.Маккей, А.Дайан, Ф.Букерель, и др.

В нашей стране проблема организации сервисного обслуживания изучена в русле отдельных направлений научно–практического опыта. Широко известны работы следующих авторов: В.С. Акопова, И.В. Степновой, А. И. Гребнева, Л. П. Дашкова, Л. И. Кардашина, Е.Е.Тарасовой, Д.В. Кадацкой, В. М. Тимирьяновой, Е. В. Жилиной, Н.Н. Сайткулова, Ш. А Салиева.

Структура выпускной квалификационной бакалаврской работы. Работа состоит из введения, трёх глав, заключения и списка использованных источников. В первой главе рассмотрены теоретические основы исследования сервисного обслуживания покупателей в розничной торговле. Во второй главе проведён анализ качества сервисного обслуживания покупателей в магазине «Пятерочка». В третьей главе определены мероприятия по совершенствованию сервисного обслуживания розничных покупателей в магазине «Пятерочка», а также рассчитана их эффективность.

## **Основное содержание выпускной квалификационной работы**

На сегодняшний день сфера розничной торговли считается одной из наиболее активно развивающихся отраслей национальной экономики. Растет ее влияние и на другие сферы, функционирующие в рамках общей цепи товародвижения, включая товаропроизводителей, дистрибьюторов и закупщиков. Итак, розничная торговля играет важную роль в экономике. Реализуется она на стыке сочетания интересов конечных потребителей и оптовых продавцов. Интересы первых заключаются в том, чтобы получить высококачественный товар или услуги, способные удовлетворить их потребности. Интересы вторых сосредоточены вокруг получения доходов.

Вероятнее всего рост объемов потребления происходил за счет кредитных средств – объем кредитования физических лиц вырос в 2018 году на 22,4% по сравнению с 12,7% годом ранее, а рост розничного кредитного портфеля (за исключением ипотеки) физических лиц был еще выше +26% в 2018 г., что почти в 2 раза больше, чем в 2017 году, когда прирост розничного кредитного портфеля составил 11,1%. Также на позитивную динамику индекса физического товарооборота, вероятно, оказало влияние проведение Чемпионата мира по футболу в России в 2018 году.

Основными направлениями достижения рациональной организации торгово-технологического процесса «Пятерочки» является:

- широкое внедрение прогрессивных способов и технологии реализации товаров и обслуживания клиентов;
- рациональная планировка помещений и использование современного высокопроизводительного торгово-технологического оснащения;
- снабжение бесперебойного обеспечения товарами, пользующимися устойчивым потребительским спросом;
- механизация и автоматизация трудоемких процессов;
- использование современных технологических средств управления товародвижением, его компьютеризация.

Между всеми технологическими операциями, совершаемыми в «Пятерочке», существует тесная взаимосвязь, благодаря чему оптимальный торгово-технологический процесс обеспечивается использованием более целесообразных и экономичных методов и приемов исполнения, как отдельных операций, так и процесса в целом. Необходимым условием рационализации торгово-технологического процесса является обширное введение прогрессивной технологии реализации товаров, суть которой содержится в том, что товар полностью подготавливается к продаже еще в сфере производства или в складском звене, где осуществляется превращение производственного ассортимента в коммерческий. Важнейшим условием решения задачи совершенствования торгово-технологического процесса предприятия является широкое использование таких прогрессивных способов реализации продукции, как самообслуживание, реализация товаров по образцам и предварительным заказам, реализация по накопительным бонусным карточкам и в кредит, использование эластичной дифференцированной системы скидок. Для обеспечения наибольшей эффективности реализации продукции по методу самообслуживания необходимо:

- обеспечить свободный доступ клиентов ко всем выставленным товарам и предоставить им максимальные удобства в процессе выбора;
- организовать исчерпывающую информацию покупателей;
- рационально расположить продукцию по потребительскому назначению, видам; - использовать рациональное торговое оборудование;
- осуществлять постоянный контроль за наличием широкого ассортимента товаров и его систематическое обновление; - максимально увеличить товарную выкладку и осуществить правильное освещение выставленных товаров. Можно рекомендовать следующий перечень дополнительных услуг, оказываемых «Пятерочки»:
- прием предварительных заказов на товары, временно отсутствующих в продаже; - комплектование подарочных и комплексных наборов;

- доставка купленных товаров по указанному адресу; - демонстрация новых товаров, выставка товаров;
- обеспечение покупателей информацией.

Основной задачей предприятий сферы сервиса является предоставление комплекса бытовых услуг населению. В условиях рыночной экономики эта функция осуществляется на фоне ожесточенной конкурентной борьбы за потребителя. В результате этого основная задача модифицируется и представляется в другом контексте, а именно высокое качество организации обслуживания населения.

Современный рынок невозможно представить себе без розничной торговли. Несмотря на широту ее распространения и важность, единого подхода к определению данного термина не существует.

Так, по мнению автора М.В. Ивашкина, розничная торговля – это «коммерческая деятельность по продаже товаров небольшими партиями или поштучно конечным потребителям для личного использования, не связанного с предпринимательской деятельностью». Именно розничная торговля влияет на оборот денежных средств в стране, развитие производства в целом, растет и количество инвестиций в сфере розничных продаж, а занятость населения в данной отрасли держится на стабильно высоком уровне. В сфере сервиса услуга не производится впрок, следовательно, фактор времени ее производства оказывает первостепенное влияние на качество обслуживания. Время обслуживания состоит из ряда составляющих: время доступности услуги, в частности, характеризуется затраченным временем на покрытие расстояния до места получения услуги. Оно регулируется числом предприятий сферы сервиса, оказывающих соответствующие услуги; время на ожидание также зависит от числа предприятий и, кроме того, от времени их работы. Сокращение времени доступности и времени на ожидание создают наибольшие удобства для потребителя. Однако расширение количества предприятий приводит к росту

дополнительных затрат на производство услуг, а в условиях рынка это обостряет конкуренцию.

Качество обслуживания — это совокупность потребительских свойств бытовых услуг, отражающих удовлетворение индивидуальных потребностей как в процессе производства услуги, так и в процессе обслуживания. Следовательно, качество обслуживания определяет ассортимент услуг; затрачиваемое на производство услуги время; формы обслуживания; качество выполненной работы; степень удобства и уровень культуры в контактной зоне обслуживания и т.п.

В условиях рынка качество обслуживания и его организация являются важнейшим фактором повышения конкурентоспособности услуги и предприятия. Формирование организационной модели обслуживания, главной функцией которой выступает высококачественное обслуживание населения, предполагает определение связи качества услуги и обслуживания с эффективностью производства и конкурентоспособности. Это, в свою очередь, требует уточнение экономического содержания качества услуги и обслуживания и определяющих его факторов.

Услуга выступает в условиях рынка как товар, а следовательно, как продукт труда, совокупность услуг составляет часть совокупного общественного продукта общества. В этом смысле качество услуги представляет частное определение в экономической категории «качество продукции». Качество продукции в экономической теории рассматривается в связи с полезностью товара и является объектом многочисленных дискуссий.

Категории «качество продукции» и «потребительская стоимость» неотделимы друг от друга, поэтому качество продукции имеет и другой аспект своего проявления, отличие его от аналогичных продуктов в их способности удовлетворять определенную потребность человека.

В экономической литературе взаимосвязь категории качества рассматривается с точки зрения производства продукции. В этом случае качество продукции зависит от качества средств и предметов труда, а также



от квалификации работников. Следующим элементом, образующим систему качества, является «качество труда» и «качество работы» после качества продукции.

При исследовании вопроса качества услуги и качества предприятий сферы сервиса экономисты рассматривают эти взаимосвязи с различных точек зрения. Представляется целесообразным принять точку зрения экономистов, которые при рассмотрении категории качества разделяют процесс оказания услуги на производство и непосредственно обслуживание.

Следовательно, для достижения высокого качества услуги необходимо построить организационную модель, включающую не только высокоэффективное производство услуги, но и высокий уровень обслуживания населения. Причем в условиях рынка главным элементом становится организация обслуживания, поскольку именно она становится объектом конкуренции.

Высокий уровень организации торгового сервиса «Пятерочки» позволяет достигнуть необходимые цели и задачи предприятия. Анализируемое предприятие имеет удобное месторасположение, что способствует привлечению большей численности потребителей. Возле предприятия имеется бесплатная стоянка, что немаловажно для комфортного посещения места реализации. Все продавцы, мерчендайзеры и административный персонал имеет специальную униформу, у всех работников имеются бейджики, для удобства в общении с клиентами. Работники следят за тем, чтоб не было дефицита товара на прилавке, постоянно пополняя запасы. Высокий уровень сервиса во многом зависит от устойчивости и широты ассортимента. Полнота и стабильность ассортимента гарантирует повышенный спрос клиентов на данный вид товара, что влечет за собой стабильный доход предприятию. Немаловажную роль играет соблюдение технологии обслуживания. основополагающими факторами является то, что соблюдаются все нормы хранения, продажи продукта, тем самым привлекая большую численность клиентов.

В качестве направлений совершенствования сервисного обслуживания розничных покупателей магазину «Пятерочка-7671» предложим следующие мероприятия:

Расширение дополнительных сервисных услуг торговой организации - создание доставки продуктов на дом. Розничная торговля продуктами питания – наиболее перспективный и востребованный вид предпринимательской деятельности, который никогда не останется без высокого уровня спроса. Рассматриваемая сфера бизнеса характеризуется положительной динамикой роста и развития, современные тенденции оказывают благоприятное влияние на рост числа предприятий, реализующих продукты питания в розницу. Внедрение новейших технологий позволяет использовать новые современные пути для извлечения прибыли.

Сегодня во всем мире наблюдается снижение интереса к гипермаркетам и крупным торговым сетям. Главным интересом современного покупателя становится оперативность: ему важно не выбиваться из повседневного ритма жизни и не тратить много времени на процесс покупки. Поэтому он все чаще отдает предпочтение небольшим продуктовым магазинам в ближайшей доступности или вообще покупке продуктов в онлайн.

2. Планирование и контроль выполнения задач. Функция включает в себя постановку задач узким специалистами на основе разработанной маркетинговой стратегии. То есть, в отличие от SMM-щика, копирайтера, SEO-шника и так далее, интернет-маркетолог может не заниматься созданием постов в соцсетях, написанием контента или заполнением SEO-метатегов. Он разрабатывает общий план и отвечает за его своевременную и эффективную реализацию, являясь главой команды по интернет-продвижению бизнеса.

## Заключение

Розничная торговля играет важную роль в экономике. Реализуется она на стыке сочетания интересов конечных потребителей и оптовых продавцов. Интересы первых заключаются в том, чтобы получить высококачественный товар или услуги, способные удовлетворить их потребности. Интересы вторых сосредоточены вокруг получения доходов.

Грамотно организованное обслуживание покупателей — залог успеха любой компании. Качественный сервис и культура общения с клиентами способствуют повышению лояльности, расширению целевой аудитории и росту продаж. Чем лучше руководитель торговой организации будет понимать своего клиента, чем комфортнее ему будет совершать покупки, тем чаще он будет возвращаться снова и снова.

Во второй главе данной выпускной квалификационной бакалаврской работы был проведён анализ материально-технического обеспечения сервисного обслуживания в магазине «Пятерочка-7671» (ООО «Агроторг Пятерочка-7671»). Федеральная торговая сеть «Пятёрочка» основана в 1998 г., первый магазин торговой сети открылся в 1999 г. в Санкт-Петербурге. Деятельность федеральной торговой сети «Пятёрочка» направлена на: розничную торговлю продуктами народного потребления, включая табачные изделия, продовольственные товары и алкоголь; экспортные и импортные товары народного потребления; организацию дистрибьюторской реализации народного потребления в субъектах РФ. Определение рационального набора торгового оборудования и характер его размещения оказывают существенное влияние на эффективность использования площадей магазина. При эффективной технологической оснащённости предприятия, его оборудование обеспечивает эффективное использование торговой площади магазина при современном интерьере торгового зала технологического и художественного характера.

Анализ организации обслуживания потребителей магазина «Пятёрочка» позволил выявить ряд проблем:

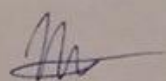
1. Недостаток уровня обслуживания. Обучение персонала не проводится, также и тренинги улучшающие профессиональность продавцов консультантов. На предприятии нет нацеленности на удержание своих сотрудников. У сотрудников нет возможности карьерного роста. На работу устраиваются люди, которые хотят либо пересидеть определенное время на этом месте, либо люди без целей, которые не стремятся и не развиваются дальше.
2. Не все элементы сервиса осуществляются в магазине «Пятёрочка».
3. Не хватает персонала во время большого потока покупателей.

В качестве рекомендаций совершенствования организации обслуживания потребителей магазина «Пятёрочка-7671» были предложены следующие мероприятия:

1. Расширение числа дополнительных услуг, предоставляемых путем организации доставки товаров на дом.
2. Корпоративное обучение персонала.

После оценки эффективности предложенных мер по совершенствованию организации обслуживания покупателей товаров в магазине «Пятёрочка-7671», эффективность заключается в росте продаж, прибыли от реализации товаров и услуг, а также увеличении числа довольных клиентов от работы магазина. Прирост прибыли после внедрения предложенных мероприятий составит 405 116,72 руб., рентабельность от внедрённых мероприятий составит 25%.

Таким образом, данные мероприятия помогут магазину «Пятёрочка-7671» повысить уровень качества сервисного обслуживания покупателей, удержать свое лидирующее место на рынке сбыта, привлечь большую численность потребителей своей продукции и иметь устойчивое финансовое состояние.

 Шелест Л. А.

12

29.11.19

