

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

Кафедра туризма и культурного наследия

**«Развитие процесса оказания сервисных услуг на предприятиях
розничной торговли (на примере магазина «Рубль бум»)»**

АВТОРЕФЕРАТ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ
БАКАЛАВРА

студентки 4 курса бакалавриата, 451 группы

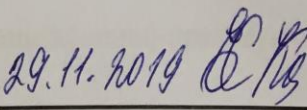
направления 43.03.01 «Сервис» (индивидуальный план обучения в
ускоренные сроки, на базе СПО)
код и наименование направления

Института истории и международных отношений

Жовмир Дианы Вячеславовны
фамилия, имя, отчество

Научный руководитель
доцент, к.э.н., доцент

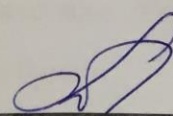
должность, уч. степень, уч. звание

29.11.2019 
дата, подпись

С.Е. Каменева
инициалы, фамилия

Зав. кафедрой
проф., д.э.н. профессор

должность, уч. степень, уч. звание


дата, подпись

Т.В. Черевичко
инициалы, фамилия

Саратов, 2019

Введение. Система оказания сервисных услуг покупателям является важным фактором конкурентоспособности предприятия торговли в условиях рыночных отношений. Сегодня потребитель при выборе места покупок ориентируется не только на цены предлагаемых ему товаров, но и на качество его обслуживания. В случае же жесткой ценовой конкуренции на рынке высокий уровень качества торгового обслуживания часто становится главным аргументом в пользу конкретного предприятия.

Актуальность темы выпускной квалификационной работы бакалавра определяется тем, что система обслуживания покупателей в розничной торговле появилась достаточно давно, однако не все организации придают ей действительно важное значение. Сейчас, когда появилось множество торговых организаций, каждая из которых предлагает свой ассортимент товаров и конкурирует с другими подобными организациями, под вопрос ставится эффективность подобных организаций, главным показателем которой является качество обслуживания покупателей. Целью данной работы является исследование развития системы оказания сервисных услуг на примере розничного торгового предприятия – магазина «Рубль Бум».

Задачи работы:

- изучить законодательно-нормативное обеспечение процесса оказания услуг на предприятиях розничной торговли;
- рассмотреть классификацию и характеристику услуг предприятий розничной торговли;
- исследовать тенденции развития сервисных услуг на предприятиях розничной торговли;
- привести организационно-правовую характеристику магазина «Рубль бум»;
- провести анализ технического обеспечения процесса оказания сервисных услуг в магазине «Рубль бум»;
- рассмотреть стратегическое управление в сфере ритейлера как метод совершенствования сервисных услуг в розничной торговле;

- предложить мероприятия по совершенствованию процесса оказания услуг в розничной торговле.

Исследованию проблем, связанных с повышением эффективности системы оказания сервисных услуг на предприятиях розничной торговли посвящено достаточно большое количество работ как отечественных, так и зарубежных специалистов.

Теоретические основы научного исследования проблем оказания сервисных услуг в торговой организации были заложены в трудах таких ученых, как Абрютина М.С., Бурмистров В.Г., Дашков Л.П., Никулина Н.Н., Тихонович В.Е. и многих других авторов.

Теоретическая значимость данной выпускной квалификационной работы заключается в рассмотрении развития системы оказания сервисных услуг в торговой организации несколькими способами.

Работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников, приложений.

Основное содержание выпускной квалификационной работы бакалавра.

Для начала следует наиболее подробно охарактеризовать понятие розничной торговли и ее место в системе рыночной экономики.

Современный рынок невозможно представить себе без розничной торговли. Несмотря на широту ее распространения и важность, единого подхода к определению данного термина не существует. В общем смысле под розничной торговлей принято понимать деятельность, связанную с реализацией товаров и услуг конечным потребителям, которые приобретают их для личного некоммерческого использования. По-другому, она представляет собой совокупность видов предпринимательской деятельности, которые связаны с продажей товаров и услуг конечным потребителям. На практике розничную торговлю часто называют просто ритейлом¹.

¹ Богатырев С.А., Михайлова И.Ю. Технология хранения и транспортирования товаров. - М.: ИТК «Дашков и К⁰». - 2014. – с. 44.

Услуги торговли включают услуги розничной торговли и услуги оптовой торговли. Услуги розничной торговли, исходя из ГОСТ Р 51304-2009 «Услуги торговли. Общие требования», включают в себя:

- реализацию товаров, которая проходит как на территории самого предприятия розничной торговли, так и вне ее;
- оказание помощи покупателю в приобретении (покупке) товаров и при их использовании и применении;
- информационно-консультационные (консалтинговые) услуги;
- дополнительные услуги по созданию удобств покупателям в приобретении (покупке) товаров.

Перечень услуг, оказываемых предприятиями розничной торговли, может быть расширен администрацией в зависимости от ассортимента реализуемых товаров с учетом специализации и местонахождения торгового объекта, специфики обслуживаемого контингента и совместимости услуг.

Перечень данных услуг является важнейшей частью торгово-технологического процесса, который также необходимо рассмотреть в рамках данной темы. Торгово-технологический процесс представляет собой совокупность взаимосвязанных и последовательных услуг, целью которых является доведение товаров до потребителей с наименьшими затратами труда при сохранении потребительских свойств товаров и высокой культуре обслуживания. Под услугой в данном контексте понимается часть торгово-технологического процесса, выполняемая отдельными работниками, соответствующими приемами и методами².

Закономерным продолжением вышеуказанных процессов на предприятии розничной торговли является оказание покупателям различного рода услуг.

Это могут быть услуги трех видов:

- услуги, связанные с покупкой товаров;

² Якушев, А.А. Организация торговли на предприятии / А.А. Якушев – М.: ИНФО, 2016. – С. 189.

- услуги, связанные с оказанием помощи покупателям при использовании приобретенных товаров;
- услуги, связанные с созданием благоприятной обстановки для посещения магазина.

Услуги, оказываемые розничными торговыми предприятиями, могут быть платными или бесплатными. К бесплатным относят услуги, непосредственно связанные с продажей товаров (консультации продавцов и специалистов, рекламную информацию, организацию сборных касс и т. д.).

Данные услуги в обязательном порядке оказываются сразу в торговом предприятии в момент покупки. Исключением является гарантийное обслуживание, если такое предусмотрено.

Другие услуги, предоставление которых связано для магазинов с дополнительными затратами должны выполняться за плату по специальным тарифам, утвержденным в конкретном торговом предприятии. Сюда можно отнести дополнительную гарантию, ремонт товара, ежегодное обслуживание и т.д. Наиболее благоприятные условия для оказания дополнительных услуг имеются в крупных специализированных магазинах. Магазин «Рубль Бум» представляет сеть магазинов «Рубль Бум» и «1b.ru». «1b.ru» представляет собой новый формат и новое поколение магазинов красоты и здоровья.

Большой выбор элитной парфюмерии и косметики, все для красоты и ухода за собой, для уюта в доме, а также лекарства и медицинские товары для всей семьи – в максимально комфортном и удобном сочетании.

Ассортимент магазинов «Рубль Бум» – несколько тысяч наименований товаров. Парфюмерия, косметика, средства для волос и для ухода за кожей лица и тела, лекарства и медицинские товары – в магазинах с аптеками, хозяйственные товары, бытовая химия, средства гигиены, галантерея, товары для детей, игрушки, канцелярские принадлежности, корма для домашних питомцев – все, что нужно для вашего комфорта, красоты, здоровья, поддержания чистоты и домашнего уюта каждый день.

В совершенно новом формате в магазинах красоты и здоровья «1b.ru» предлагается большой выбор элитной парфюмерии и декоративной косметики, лекарства и медицинские товары, а также все для ухода за собой и уюта в доме. В магазинах «1b.ru» найдется все для того, чтобы отлично выглядеть, хорошо себя чувствовать и получать удовольствие от покупок.

Данный магазин подразумевает под собой формат «у дома» и находится по адресу: город Саратов, ул. Московская, 66. В рассматриваемом магазине «Рубль Бум» используется метод самообслуживания. Он занимает основное место среди современных методов продажи, оно в наибольшей степени способствует решению ряда социально экономических задач: экономит время покупателей, увеличивает скорость торгового обслуживания и т.д. Самообслуживание способствует снижению издержек по заработной плате за счет сокращения общей численности продавцов. Это достигается изменением функций продавцов: они освобождаются от выполнения таких операций, как нарезка, взвешивание, отмеривание, упаковка товаров. Основной задачей продавцов в магазине самообслуживания становится постоянное пополнение выкладки товаров и консультации покупателей.

В рамках первой группы услуг (связанные с покупкой товаров) в магазине «Рубль Бум» применяется следующее оборудование:

- корзина для продуктов;
- тележка для продуктов;
- прайс-чекер;
- пробные образцы продукции (тестеры);
- упаковочный аппарат (для упаковки мыла и других продуктов)
- кассовый аппарат;
- терминал оплаты.

Далее необходимо рассмотреть услуги, связанные с оказанием помощи покупателям при использовании приобретенных товаров:

- послепродажная упаковка;

- замена по гарантии сломанных мелких бытовых приборов, приобретенных в магазине «Рубль Бум»;
- реализация вспомогательных компонентов к основным товарам.
- консультационные услуги по использованию того или иного товара.

Помимо анализа сервисных услуг и их технического оснащения, в магазине «Рубль Бум» существуют основные характеристики, которые отражают развитую систему обслуживания сотрудников и торговой организации:

1. Компетентность (знание товара, которым он торгует): продавец должен владеть профессиональными знаниями о товаре, иметь необходимые навыки обращения с товарами, уметь оценить их достоинства, преимущество и качество, предложить покупателю нужный товар, объяснить и показать, как пользоваться предметом; также продавец должен иметь ясное представление о сырье, из которого изготовлен товар, должен быть знаком хотя бы в общих чертах с технологическим процессом производства данного изделия.

2. Приветливость: продавец обязан всегда быть в хорошем настроении. Выполняемая им работа не позволяет ему проявлять внешне свои заботы и огорчения – покупатель не должен расплачиваться за невзгоды продавца.

3. Приветливость требует от продавца оптимизма, постоянной готовности дать покупателю необходимую информацию, радушно встречать всех без исключения посетителей.

4. Вежливость: фактором, оказывающим не маловажное влияние на культуру обслуживания, является проявление продавцом вежливости – быть любезным, готовым обслужить.

Одной из проблем является ассортимент, а именно – его управление. Управление ассортиментом осуществляет также региональным представительством компании «Рубль Бум». Это не всегда позволяет учесть особенности работы конкретного магазина, поэтому в магазин необходимо

внедрить стратегическое управление ассортиментом, позволяющее более эффективно планировать ассортимент в данном магазине.

Несмотря на то, что в магазине стратегическое управление никак не фигурирует, необходимо сформировать стратегию по его развитию. Тем самым это позволит руководству магазина выбрать более подходящий путь для развития данного торгового предприятия. Кроме того, это будет выгодно и для регионального представительства, сотрудники которого будут лишь корректировать стратегию данного магазина по необходимости.

Таким образом, необходимо отметить, что основные проблемы в оказании сервисных услуг в магазине «Рубль Бум» связаны с тем, что не внедрены самые передовые технические элементы в систему обслуживания. Кроме того, не развита самостоятельность руководства магазина в формировании собственного ассортимента и определения вектора своего развития.

В первую очередь, необходимо внедрить саму систему стратегического управления при помощи создания стратегии развития магазина. Это необходимо в первую очередь для того, чтобы руководство магазина само определяло вектор развития торговой организации. Для этого необходимо в первую очередь внедрить стратегию, позволяющую повлиять на все процессы в магазине и тем самым повысить качество оказываемых услуг. Для начала рассмотрим понятие стратегии развития предприятия.

Важнейшим элементом стратегирования на предприятии является составление стратегии развития организации, которая способствует аккумуляции имеющихся ресурсов в рамках развития приоритетных для фирмы направлений движения, помогает определить те самые точки роста, которые необходимо развивать для обеспечения устойчивого развития всей компании. Мною разработана комбинированная стратегия. Она включает несколько этапов:

1. Разработка стратегии. На данном этапе разрабатываются различные решения, принимающиеся в том числе в кризисной ситуации, а также модели решений той или иной проблемы. Магазин приобретает

определенную самостоятельность, но при этом не уходит в «свободное плавание». Решения и сама стратегия корректируются региональным представительством компании «Рубль Бум».

2. Выработка основных позиций для защиты. В первую очередь, будет предпринята защита бренда. Мероприятия, которые необходимо будет провести для этого, будут представлены на следующем этапе. Защита бренда подразумевает под собой защиту товарных позиций, имеющих в магазине.

3. Выработка мероприятий для защиты товарных позиций и бренда. Во-первых, каждый из магазинов «Рубль Бум» проводит небольшие рекламные кампании. Помимо этого, региональное представительство запускает рекламные кампании по всему региону.

4. Выполнение заданных мероприятий и стратегии является последним этапом. На данном этапе проводятся мероприятия, представленные выше. Кроме этого, в первые 3 месяца оценивается эффективность используемой стратегии.

Помимо внедрения стратегии в деятельность магазина «Рубль Бум», необходимо также внедрить стратегическое управление ассортиментом продукции. Данный процесс станет частью комбинированной стратегии.

Для развития процесса оказания услуг в розничной торговле мною разработан проект внедрения новых технических средств, такие как кассы самообслуживания и электронные ценники.

Поэтому следующим мероприятием станет внедрение электронных ценников и автоматического терминала обслуживания. В первую очередь, будут внедрены электронные «Stellar-M@». Максимально адаптировать торговое предприятие под широкий товарный ассортимент помогут электронные ценники «Stellar-M@».

Следующим мероприятием является внедрение автоматической кассы «ARC70». Особенностью предлагаемой кассы самообслуживания являются интерактивные функции. Их задача состоит в упрощении процесса

приобретения товаров, увеличение среднего чека и частоты покупок. Для этого терминал кассы самообслуживания:

- общается с покупателем голосом;
- запоминает постоянных клиентов, узнаёт их и обращается к ним по имени;
- делает визуальные и голосовые подсказки;
- формирует индивидуальные рекламные предложения³.

Проект имеет экономическую значимость. Стоит отметить, что в данной работе было предложено несколько мероприятий, которые позволят повысить эффективность системы сервисного обслуживания покупателей в исследуемой организации.

Заключение. Грамотно организованное сервисное обслуживание покупателей является залогом успеха любой торговой организации. Качественный сервис и культура общения с клиентами способствуют повышению лояльности, расширению целевой аудитории и росту продаж. Чем лучше сотрудники торгового предприятия будут понимать своего клиента, тем комфортнее ему будет именно в данном магазине совершать покупки, тем чаще он будет возвращаться снова и снова.

Всем посетителям хочется комфортного общения с продавцами. Это позволит остаться довольным совершенной покупкой, получить радостные эмоции от процесса и станет мотивом для повторного обращения в дальнейшем. Чтобы достичь такого результата, необходимо учитывать, что работники торгового предприятия являются его «лицом» и должны соблюдать стандарты по обслуживанию покупателей. С помощью стандартов обслуживания решаются следующие задачи.

В данной работе была рассмотрена система сервисного обслуживания покупателей в магазине «Рубль Бум», который осуществляет реализацию

³ Дашков Л.П. Организация, проектирование и технология торговых предприятий: учебник для студентов высших и средних специальных учебных заведений / Л.П. Дашков, В.К. Памбучьянц. – М.: Маркетинг, 2015. – С. 127.

непродовольственных товаров. Анализ показал, что данный магазин является финансово-устойчивой организацией, т.к. показывает стабильное развитие даже во время кризиса.

Из анализа деятельности и сервисного обслуживания в магазине «Рубль Бум» стало понятно, что необходимо отметить, что основные проблемы в оказании сервисных услуг в магазине «Рубль Бум» связаны с тем, что не внедрены самые передовые технические элементы в систему обслуживания. Кроме того, не развита самостоятельность руководства магазина в формировании собственного ассортимента и определения вектора своего развития.

В частности, первая группа мероприятий подразумевает использование стратегического подхода, упор в котором делается на стратегическое управление магазином и постепенном повышении качества сервисного обслуживания с помощью него. Первым мероприятием стало внедрение комбинированной стратегии организации. Внедрение новой стратегии позволит повысить эффективность работы магазина.

Вторым мероприятием является внедрение стратегического управления ассортиментом. С помощью стратегического управления ассортиментом повысится эффективность самого процесса работы с ассортиментом. Программа стратегического управления ассортиментом станет отличным дополнением для представленной выше комбинированной стратегии.

Таким образом, внедрение подобного рода мероприятий позволит существенно повысить эффективность процесса оказания сервисных услуг в магазине, а также эффективность работы всего магазина «Рубль Бум».

Следующим мероприятием стало внедрение электронных ценников и автоматического терминала обслуживания. В первую очередь, будут внедрены электронные «Stellar-M@». Максимально адаптировать торговое предприятие под широкий товарный ассортимент помогут электронные ценники «Stellar-M@». Это надежные устройства компактного размера, которые способны полностью заменить бумажные версии.

внедрены электронные «Stellar-M@». Максимально адаптировать торговое предприятие под широкий товарный ассортимент помогут электронные ценники «Stellar-M@». Это надежные устройства компактного размера, которые способны полностью заменить бумажные версии.

Еще одним мероприятием является внедрение автоматической кассы «ARC70». Особенностью предлагаемой кассы самообслуживания являются интерактивные функции.

Внедрение новой системы оценки персонала, а также нового оборудования позволят существенно повысить эффективность системы обслуживания в магазине «Рубль Бум». Кроме того, данные мероприятия станут эффективной поддержкой нового Положения об обслуживании покупателей.

Предлагаемое нами мероприятие имеет экономическую значимость. Расчет результатов деятельности позволяет отметить экономическую эффективность предложенных мероприятий, а также их значимость для самой системы обслуживания и организации в целом.

Швацурф Швацур Д.В

28.11.2019