

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра туризма и культурного наследия

**Управление качеством обслуживания в розничной торговле (на примере
магазина «YAMODA»)**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студента 5 курса 551 группы
направления 43.03.01 «Сервис»

Института истории и международных отношений

Веденеевой Юлии Александровны

Научный руководитель

Доцент, к.э.н., доцент

Т.В. Темякова

Зав. кафедрой

Профессор, д.э.н., профессор

Т.В. Черевичко

Саратов 2023

ВВЕДЕНИЕ. В современном мире обслуживание является одним из ключевых факторов, влияющих на успех бизнеса в розничной торговле. Именно поэтому управление качеством обслуживания в розничной торговле является важной задачей для предпринимателей.

Актуальность темы бакалаврской работы заключается в том, что обслуживание клиентов продолжает оставаться одним из ключевых факторов в конкурентной борьбе в розничной торговле. Основным принципом данного исследования является возможность разработки практических и эффективных инструментов управления качеством обслуживания в магазинах одежды, которые будут ориентированы на повышение эффективности бизнес-процессов в магазинах, увеличение удовлетворенности клиентов и, как следствие, росту прибыли магазина.

Цель данной работы – на основе изучения теоретических аспектов исследования управления качеством обслуживания в розничной торговле проанализировать управление качеством обслуживания рознично-торгового предприятия «YaModa» и предложить пути его совершенствования. Для достижения этой цели, составлены следующие задачи:

- рассмотреть экономико-правовой аспект понятия «управление качеством обслуживания в розничной торговле»;
- изучить методы управления качеством обслуживания в розничной торговле;
- выявить показатели эффективности управления качеством обслуживания в сфере торговли;
- дать характеристику хозяйственной деятельности рознично-торгового предприятия «YaModa»;
- проанализировать текущее состояние управления качеством обслуживания «YaModa»;
- предложить мероприятия, направленные на совершенствование управления качеством обслуживания в деятельности рознично-торгового предприятия «YaModa».

В настоящее время большое внимание уделяют развитию сервиса, повышению эффективности качества оказания услуг, методам разработки процесса обслуживания. Авторы рассматривают различные аспекты, связанные с торговыми услугами. Например, Новаторов Э.В. изучает методы анализа процессов обслуживания, используемые зарубежными специалистами по маркетингу услуг¹. Котунов Р.В. в своей статье рассматривает обслуживание клиентов, как преимущество для развития бизнеса². Пантелеева Т.А. занимается исследованием различных факторов, оказывающих влияние на формирование качества услуг. Туда входят: запросы потребителей, качество труда обслуживающего персонала, комплектация набора основных и дополнительных услуг³. В современных реалиях одну из важных ролей для экономики играет развитие торговой организации. Для этого важно изучить как сам процесс развития, так и средства, которые применяются для этого. Об этом в своей монографии пишет Иванов Г.Г.⁴ У многих руководителей отсутствует представление о бизнес-инструментах и системах, за счет которых создается дополнительная ценность для клиентов, увеличивается качество обслуживания, растут продажи, повышается исполнительская дисциплина. Инструменты, помогающие исправить данную ситуацию, описал в своей книге Рязанцев А.В.⁵ В книге Зекунова А.Г. подробно рассмотрены методология управления качеством, общесистемные принципы, процессный подход к построению бизнес-процессов и их улучшению⁶. Организацию коммерческой деятельности в сфере товарного обращения рассматривает в своем учебнике Панкратов Ф.Г.⁷

¹ Новаторов Э.В. Методы разработки и анализа процесса обслуживания в маркетинге услуг // Маркетинг в России и за рубежом. – 2016. – №1. – С. 50

² Котунов Р.В. Обслуживание клиентов как конкурентное преимущество / Р.В. Котунов. – М.: 2015. – 86 с.

³ Пантелеева, Т. А. Исследование факторов, формирующих качество услуг / Т. А. Пантелеева // Научное обозрение. - 2016. - № 2. - с.37-40.

⁴ Иванов, Г.Г. Развитие торговых организаций в современной экономике: монография / Г.Г. Иванов, А.О. Зверева. – Москва: Дашков и К°, 2018. – 160 с.

⁵ А.В. Рязанцев. Как внедрить CRM - систему за 50 дней. – М.: Омега-Л, 2017. – 188 с.

⁶ Зекунов, А. Г. Управление качеством : учебник для бакалавров / А. Г. Зекунов. — М.: Издательство Юрайт, 2019. — 475 с.

⁷ Панкратов, Ф.Г., Коммерческая деятельность: учебник. 11-е изд., перер. и доп./ Ф.Г. Панкратов – М.: издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2015. – 500с.

В книге Ковалева В.В. раскрыты предмет и методы анализа хозяйственной деятельности предприятия, анализ финансовой отчетности, комплексная оценка финансово-хозяйственной деятельности и перспектив предприятия¹. Основные принципы, следование которым позволяет достичь коммерческого успеха при организации бизнеса, а также весомого социального эффекта некоммерческих начинаний изложены в пособии Крутика А.Б. В своем учебнике Дашков Л.П. исследовал основные этапы коммерческой деятельности в торговых процессах на предприятиях оптовой и розничной торговли². Велединский В.Г. в книге провел анализ особенностей организаций и учреждений сферы сервиса, требований к персоналу сервисных организаций и специфику работы с потребителями сферы услуг в процессе продажи и предоставления услуги³.

Структурно бакалаврская работа состоит из введения, двух глав и шести параграфов и заключения.

Во введении обоснована актуальность выбора темы, определены цель, предмет и объект, анализ источников. В первой главе рассмотрены теоретические вопросы «Понятие качества обслуживания. Методы и инструменты». В частности: стандарты качества обслуживания по сертификационной системе ISO 9000, требования, которые включает в себя данная система, а также экономическую составляющую деятельности предприятий. Изучены методы управления качеством обслуживания и от чего зависит качество обслуживания в розничной торговле. Во второй главе изучается объект бакалаврской работы, его характеристики, предложения по совершенствованию качества обслуживания. Рассмотрена краткая характеристика компании, ее организационную структуру и учет доходов. Изучено текущее

¹ Ковалева В.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия / В.В. Ковалев - М.: Проспект, 2012 - 215 с.

² Дашков Л.П. Организация и управление коммерческой деятельностью: учебник для бакалавров/ Дашков Л.П., Памбухчиянц О.В.— Электрон. текстовые данные.— Москва: Дашков и К, 2018.— 400 с.

³ Велединский, В.Г. Сервисная деятельность (для бакалавров) / В.Г. Велединский. - М.: КноРус, 2015. - 432 с.

состояние управления качеством обслуживания, произведены расчеты и предложены методы и программы по исправлению недостатков.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ. Управление качеством обслуживания – тема, которая играет важную роль в формировании доверительных отношений с потребителем.

Качество обслуживания – это набор потребительских свойств услуги, будь то в процессе производства услуги или в процессе обслуживания, оно отражает удовлетворение личных потребностей.

Экономические аспекты управления качеством обслуживания в розничной торговле являются ключевыми для успешной деятельности предприятия. Качество обслуживания неизбежно связано с удовлетворенностью клиентов, что в свою очередь влияет на их поведение. Высокое качество обслуживания, которое включает в себя быстрое и качественное обслуживание, доступность и удобство для клиентов, может привести к увеличению среднего чека и количества покупок на клиента в магазине. Каждый из этих факторов может увеличить общую выручку и дополнительный доход для компании.

Услуги как экономическая выгода признаются объектом гражданских прав и в этом качестве закреплены в ст. 128 ГК РФ «Виды объектов гражданских прав». Услуги как объект гражданских прав выступают в гражданско-правовом обязательстве в качестве объекта, что и определяет в конечном счете его правовую природу как обязательства по предоставлению услуг.

Настоящий стандарт устанавливает модель системы обеспечения качества услуг, основанную на требованиях стандартов серии ГОСТ ISO 9000.

Стандарт предназначен для оценки систем менеджмента качества в организациях, предоставляющих услуги населению, а также для сертификации систем менеджмента качества услуг.

Основными выводами, которые можно сделать на основе проведенного исследования, являются необходимость сочетания экономических, правовых и

социальных аспектов управления качеством обслуживания в розничной торговле. Особенно важными являются такие аспекты, как соответствие правовым нормам, обеспечение высокого уровня качества обслуживания, конкурентоспособность на рынке, применение современных методов повышения качества обслуживания и учет мнения покупателей.

Главной целью управления качеством обслуживания в розничной торговле является предоставление постоянного повышения качества обслуживания. Продажи — это не только покупатель, но и посредник между заказчиком и производителем товара.

Всего существует множество методов управления качеством обслуживания, мы рассмотрим восемь из них:

Суть метода «компания, нацеленная на клиента» состоит в том, что компании зависят от своих потребителей.

Второй метод «руководство» нацелен на руководителей, устанавливающих общую цель, вектор на внутреннюю среду компании.

Метод «активное участие сотрудников» дает преимущество в том, что вовлеченность работников дает выгоду компании, за счет своих навыков и знаний.

Метод «подход, основанный на процессах» помогает получать нужный результат, так как вся работа рассматривается как процесс.

Метод «единый подход к управлению» заключается в усвоении и управлении системой взаимосвязанных процессов для нужной цели.

Метод «постоянное развитие» состоит из того, что целью каждого сотрудника становится совершенствование товаров и систем.

Метод «вынос решения на основе фактов» помогает увеличить результативность используемых решений и действий.

Метод «выгодные взаимоотношения с подрядчиком» дает возможность обеим компаниям достичь успеха в бизнесе.

Исходя из этого, можно сказать, что управление качеством — важный процесс определенного воздействия на предприятия для предоставления и

впоследствии поддержания уровня обслуживания. Для клиента важной составляющей для принятия решения о покупке является сервис организации.

Одним из наиболее важных показателей эффективности управления качеством обслуживания в сфере торговли является уровень удовлетворенности клиентов и показатели обратной связи.

Качественные и количественные показатели продаж являются одними из наиболее важных показателей деятельности розничных компаний. Оценка количественных показателей продаж позволяет компании понимать, как продукты продавались в определенный период времени. Оценка качественных и количественных показателей продаж позволяет компании понимать, насколько успешно она извлекает прибыль от своей деятельности и где могут быть возможности для дальнейшего роста.

Индексы производительности персонала - это важный критерий эффективности управления качеством обслуживания в сфере торговли. Производительность персонала напрямую связана с уровнем обслуживания, которое предоставляется клиентам, и влияет на удовлетворенность клиентов, которая, в свою очередь, влияет на уровень продаж и рентабельность бизнеса.

Стоимость обслуживания и рентабельность – два показателя, которые тесно связаны между собой и необходимо рассматривать их в комплексе. Стоимость обслуживания – это затраты, которые понесла компания на оказание услуги клиенту, включающие в себя затраты на персонал, обслуживающий клиента, аренду помещения, рекламу и прочие расходы. Рентабельность – это отношение прибыли к затратам, т.е. это степень доходности компании.

Индекс удовлетворенности сотрудников и их лояльность к компании – это ключевые показатели эффективности управления качеством обслуживания в сфере торговли. Сотрудники играют важную роль в обеспечении высокого уровня сервиса и удовлетворенности клиентов, их мотивация и лояльность к компании напрямую влияют на качество обслуживания и успешность бизнеса.

Качественное обслуживание — важная составляющая любой розничной, и не только, компании. Без высокого уровня обслуживания не будет клиентов,

продаж и соответственно прибыли у организации. В связи с этим так важно следовать правилам работы с клиентами, постоянно развиваться и обучаться, повышать квалификацию каждого сотрудника, использовать методы управления качеством в работе.

Компания «YaModa» – это динамично развивающийся бренд, специализирующийся на производстве и продаже женской одежды. Компания была основана в 2017 году и с тех пор успела зарекомендовать себя на российском рынке. На сегодняшний день компания «YaModa» предлагает широкий ассортимент женской одежды, включая повседневные наряды, деловые костюмы, вечерние платья и многое другое.

Основным видом деятельности «YaModa» является деятельность агентов по оптовой торговле текстилем, одеждой.

Управление бизнесом делегировано генеральному директору, и его основная задача заключается в надзоре за различными отделами компании, такими как отдел маркетинга, отдел логистики и финансовый отдел. Каждый отдел выполняет определенный набор операций и разбивает его на более мелкие производственные операции.

Компания «YaModa» на данный момент времени имеет много возможностей для развития и расширения клиентской базы. В своем темпе предприятие растет и развивается, открываются новые филиалы, все больше людей узнают о бренде. Если компания сделает упор на свои слабые стороны и их развитие, то в ближайшем будущем можно будет ожидать больше масштаба от «YaModa».

Изучив все выше сказанное, можно сделать вывод, что компания стремится создавать уникальные продукты, отвечающие самым высоким стандартам качества и компетентности, и предоставлять услуги на профессиональном уровне. Она стремится к тому, чтобы ее клиенты были довольны продукцией и услугами компании, и считает, что удовлетворенные клиенты – залог ее успеха.

Состояние управления качеством обслуживания в компании «YaModa» имеет несколько аспектов, которые необходимо рассмотреть для полного понимания проблем и возможных путей их решения. Прежде всего, это связано со значительным количеством претензий со стороны клиентов, которые указывают на некачественное обслуживание, неоправданные задержки в доставке, неправильный подбор размеров и т.д.

«YaModa» использует в работе такие методы управления качеством обслуживания, как:

Компания, нацеленная на клиента. В магазине при покупке от трех изделий дается скидка 10% на весь чек. Это повышает лояльность покупателей, за счет чего они возвращаются снова.

Руководство. Каждый день в чате руководство пишет примечания и задания, благодаря которым сотрудники более эффективно и качественно работают.

Единый подход к управлению. У каждого отдела компании есть свои задачи, которые связаны между собой.

Для увеличения эффективности управления качеством обслуживания следует провести более глубокий анализ деятельности компании.

14-16 апреля 2023 года в социальных сетях был проведен опрос клиентов. Было задано 3 вопроса о компании «YaModa». В опросе принимало участие 453 человека. Вопросы, с помощью которых проводился опрос:

1. Какие впечатления у вас остались после совершения покупки?
2. Помогали ли наши консультанты во время нахождения в шоу-руме?
3. Что бы вы посоветовали улучшить и на что обратить внимание при организации обслуживания?

В конце опроса была просьба оценить качество обслуживания по 10-бальной шкале. Средняя оценка покупателей — 4.

После опроса клиентов о качестве обслуживания было выявлено значительное количество замечаний. В основном они были основаны на доставке и возврате вещей.

Из опроса было также выяснено, что компания должна улучшить структуру работы с клиентами, уделяя больше внимания персональному обслуживанию и работе с новыми покупателями. Таким образом, управление качеством обслуживания в компании «YaModa» стоит на начальной стадии развития. Одна из причин — отсутствие регламента и стандартов обслуживания в компании.

Качество труда сотрудников зависит от их подготовки при трудоустройстве. Факт того, что нет файла со стандартами обслуживания, нет должностных инструкций, мешает сотруднику сосредоточиться на своей деятельности и качественно выполнять свою работу.

Есть ряд проблем, которые также мешают организации: низкая скорость обслуживания, немотивированные и неопытные сотрудники. Работникам не хватает знаний в вопросе сервиса и общения с клиентами, из чего можно сделать вывод, что решение этих проблем поможет повысить уровень обслуживания в «YaModa».

По всему выше сказанному можно сделать вывод, что компании нужно больше уделять времени на повышение квалификации персонала, его обучение, также стоит обратить внимание на оформление доставок. В компании отсутствует кадровый резерв, острая нехватка сотрудников, по этой причине происходят переработки. Если «YaModa» в ближайшее время начнет решать эти вопросы, то впоследствии даст хороший толчок в развитии компании.

Для оценки качества обслуживания в компании «YaModa» проводятся опросы клиентов, которые помогают получить обратную связь о качестве обслуживания и выявить возможные проблемы.

В процессе анализа результатов опросов было выявлено несколько основных проблем, которые регулярно повторялись в ответах клиентов. Одной из них были сложности с обменом и возвратом товаров. Клиенты часто не понимали процедуры обмена, затрачивая много времени и сил на ожидание в очереди. Кроме того, клиенты часто жаловались на медленную скорость обслуживания.

Первым шагом в улучшении структуры работы с клиентами может стать создание единой базы данных в программе «МойСклад» стоимостью 7900 рублей в месяц, которая содержала бы все необходимые сведения о клиентах компании. Вторым шагом может стать внедрение CRM-системы, для этого также можно использовать программу «МойСклад», которая позволит автоматизировать многие процессы работы с клиентами. Система CRM может помочь упорядочить информацию о клиентах, предоставить персоналу компании доступ к полной истории взаимодействия с клиентом, а также настроить автоматическую отправку уведомлений о новых запросах или жалобах. Третьим шагом в совершенствовании качества обслуживания может стать разработка собственной online-платформы, создание которой обойдется в 200 тыс. рублей. Это позволит клиентам быстро и удобно осуществлять заказы и получать необходимую консультацию. Реализация описанных выше мер позволит оптимизировать работу с клиентами, укрепить их доверие к компании и повысить уровень качества предоставляемых услуг. Но самым важным шагом является создание рабочих инструкций и стандартов обслуживания в компании. Без этого не будет роста и не стоит ожидать качественного обслуживания покупателей.

В целях совершенствования управления качеством обслуживания в компании «YaModa» необходимо обратить особое внимание на обучение персонала, который взаимодействует с клиентами. Обучение персонала является одним из наиболее важных методов улучшения уровня обслуживания. Это позволит персоналу лучше понимать потребности клиентов и найти подходы к удовлетворению их запросов. Только хорошо подготовленный и обученный персонал обеспечит правильное представление о продуктах и услугах компании, что в свою очередь положительно сказывается на их продажах и репутации. В результате обучения персонала по улучшению качества обслуживания компания «YaModa» сможет достичь значительного повышения уровня сервиса.

Стандарты качества обслуживания как инструмент управления качеством обслуживания для магазина одежды могут включать в себя следующие пункты:

1. Быстрое и вежливое обслуживание клиентов в магазине и на кассе.
2. Профессиональные и компетентные консультанты, готовые помочь с выбором и ответить на все вопросы клиентов.
3. Предоставление информации об акциях и скидках, а также предложение дополнительных услуг, например, подарочной упаковки или доставки товаров.
4. Высокое качество товаров и их соответствие описанию, предоставляемому в магазине.
5. Четкость и прозрачность условий обмена и возврата товаров.
6. Чистота и порядок в магазине, достаточное количество примерочных кабин и зеркал.
7. Индивидуальный подход к каждому клиенту, учет его индивидуальных потребностей и пожеланий.
8. Постоянное совершенствование ассортимента товаров и предоставляемых услуг.
9. Ответственный подход к обеспечению безопасности клиентов и защите их личной информации.
10. Проведение рекламных акций и маркетинговых исследований с целью улучшения качества обслуживания и повышения удовлетворенности клиентов.

Мониторинг качества обслуживания и постоянное совершенствование - это важный этап в управлении качеством обслуживания в компании «YaModa». Целью мониторинга является выявление ослаблений, недостатков и потенциальных проблем в обслуживании клиентов, а также возможных улучшений. Таким образом, постоянное совершенствование и мониторинг качества обслуживания являются важным этапом в управлении качеством обслуживания в компании «YaModa». Они могут помочь выявлять проблемы и улучшать качество обслуживания клиентов, что сделает компанию более

привлекательной для новых клиентов и повысит удовлетворенность текущих клиентов.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ. В рамках бакалаврской работы было проведено исследование качества обслуживания в магазине «YaModa». Были определены основные факторы, влияющие на качество обслуживания, проанализирован клиентский опыт и произведена оценка качества обслуживания. Одним из ключевых факторов, влияющих на качество обслуживания в магазине одежды, являются знания и профессиональные навыки персонала. Анализ клиентского опыта показал, что клиенты ценят внимательность, вежливость, компетентность и бережное отношение. Также они ожидают быстрого и качественного обслуживания, ассортимента товаров и удобства выбора. Оценка качества обслуживания проводилась в нескольких аспектах: качество обслуживания при выборе товара, качество оформления покупки и качество обслуживания в целом. Для улучшения качества обслуживания в магазине одежды были рекомендованы следующие мероприятия: обучение персонала, направленное на повышение компетентности и профессионализма, улучшение организации магазина, и внедрение технологий для улучшения обслуживания клиентов. Таким образом, проведенное исследование показало, что качество обслуживания в магазине одежды требует улучшения. Однако, при правильном выборе инструментов управления качеством и их эффективном использовании, можно достичь улучшения репутации магазина, увеличения лояльности клиентов и увеличения прибыли магазина.

Для успешного управления качеством обслуживания, магазину нужно проводить регулярную оценку эффективности используемых инструментов. Одним из основных инструментов управления качеством обслуживания является обучение персонала. В процессе оценки эффективности этого инструмента, необходимо оценить, насколько качественно и осмысленно персонал применяет полученные знания и навыки в работе. Для этого можно проанализировать полученные отзывы клиентов о работе персонала и провести дополнительное обучение для исправления выявленных проблем. Еще одним

инструментом управления качеством обслуживания является мониторинг удовлетворенности клиентов. В рамках оценки эффективности этого инструмента нужно провести анализ полученных отзывов от клиентов, выявить причины недовольства и принять меры для устранения недостатков в обслуживании. В общей сложности, оценка эффективности инструментов управления качеством обслуживания позволяет улучшить обслуживание и повысить продуктивность магазина.

Розничная торговля является одной из наиболее конкурентных отраслей, где качество обслуживания играет важную роль в формировании лояльности клиентов и увеличении прибыли магазина. Оценка качества обслуживания и использование инструментов его управления помогает определить проблемные моменты и разработать рекомендации по улучшению сервиса. Был рассмотрен конкретный пример - шоу-рум «YaModa», где были выполнены анализ клиентского опыта и оценка качества обслуживания, а также применены инструменты управления качеством: обучение персонала, мониторинг удовлетворенности клиентов и использование технологий для улучшения обслуживания. Ошибки и проблемы в управлении качеством обслуживания, обнаруженные в ходе проведенного исследования, могут привести к потере клиентов и снижению доходов компании «YaModa». Владельцам компании следует уделить должное внимание рекомендациям и заняться улучшением качества обслуживания, чтобы сохранить лояльность клиентов и увеличить доходы. Важно помнить, что постоянное улучшение качества обслуживания и инновационный подход к работе с клиентами приводит к успеху и процветанию в розничной торговле.