

УДК 339.16.

Вероніка СІМОНОВА

## **ОЦІНЮВАННЯ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ТОРГОВЕЛЬНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ СИСТЕМИ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ**

**Резюме.** В системі споживчої кооперації управління якістю торговельного обслуговування не є оптимальним через відсутність системного підходу до визначення основних його складових, їх взаємозв'язку. За результатами дослідження проблеми управління якістю торговельного обслуговування для оптимізації діяльності запропоновано систему заходів, спрямовану на розпізнавання існуючих проблем і ситуацій у сфері торговельного обслуговування, визначення їх походження, властивостей, а також способів їх вирішення.

**The summary.** The quality of trade services is not optimal in the system of consumer cooperatives control for lack of systematic approach to determining its basic components and their interrelationships. A system of activities aimed for identification of existing problems and situations in the area of trade services is proposed. A definition of their origin, properties and methods for their solution according to research problems of quality management services to optimize trading activities are submitted.

**Ключові слова:** якість торговельного обслуговування, споживча кооперація, системний підхід, сертифіковані системи якості, показники якості.

**Постановка проблеми** Досягненню максимуму лояльності споживачів і забезпеченню соціально-економічної місії системи споживчої кооперації передувє тривала копітка робота, спрямована на задоволення вимог споживачів. Оцінювання управління якістю торговельного обслуговування в організаціях і на підприємствах системи споживчої кооперації дозволить отримати інформацію, необхідну для досягнення максимального соціально-економічного ефекту від наявності вдоволених і лояльних споживачів.

Запропонувати систему заходів для оптимізації діяльності з підвищення якості торговельного обслуговування споживачів.

**Мета статті.** Одним із важливих показників задоволеності споживачів є рівень обслуговування. Тому особливої актуальності набуває оцінювання управління якістю торговельного обслуговування.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** У сучасній економічній літературі існують публікації, присвячені оцінюванню управління якістю торговельного обслуговування. Серед них чільне місце посідають роботи таких авторів, як Голошубова Н.О.[1], Куліков Ю.А.[2], Панченко В.А.[3], Рибалко Л.А.[4; 5].

**Виклад основного матеріалу.** Вимірювання задоволеності споживача торговельним обслуговуванням дозволить:

- точно визначити запити споживачів і їх відносну важливість;
- зрозуміти, як споживачі сприймають організації, підприємства споживчої кооперації і чи відповідає їх діяльність запитам покупців;
- визначити пріоритети для удосконалення саме тих напрямів діяльності, удосконалення яких створить максимальне задоволення споживачів;
- виявити розбіжності в розумінні вимог між персоналом організацій, підприємств споживчої кооперації і споживачами, правильно визначити пріоритети споживачів або можливості задовольняти їх потреби;
- встановити цілі вдосконалення торговельного обслуговування й контролювати процес їх досягнення.

Якість складається з групових показників, які формуються з одиничних властивостей. Рівень диференціації визначає об'єктивність розрахунків: вищий ступінь деталізації споживчих властивостей забезпечує точніший результат. Водночас врахувати всю сукупність необхідних

властивостей послуг для споживачів неможливо, а показники, які розраховані за обмеженою кількістю властивостей, також будуть відповідати їх реальному розміру.

Оцінюючи якість у цілому та споживчих властивостей зокрема, обираючи еталони для порівняння та визначаючи коефіцієнти вагомості окремих властивостей, необхідно враховувати потреби більшості членів суспільства.

Методи та рівень об'єктивності оцінювання якості залежить від цілей дослідження та умов торговельного обслуговування.

Величина показників якості завжди є додатним числом, у відносних одиницях інтервал вимірювання коливається у межах від 0 до 1. Кажучи про високу або низьку якість, мають на увазі послугу, придатну для споживання, коли послуга непридатна, про якість не йдеться.

Дослідницька функція проведеного емпіричного дослідження керівників, фахівців, споживачів системи споживчої кооперації розкривається у вивченні й аналізі явищ і подій щодо торговельного обслуговування, які призводять до формування певної установки цільової аудиторії. Дослідження спрямоване на розпізнавання існуючих проблем і ситуацій у сфері торговельного обслуговування, визначення їх походження, властивостей, а також способів вирішення.

Нині в системі споживчої кооперації управління якістю торговельного обслуговування не є оптимальним через відсутність системного підходу до визначення основних його складових, їх взаємозв'язку.

Враховуючи результати теоретичного дослідження проблеми, управління якістю торговельного обслуговування та аналізу результатів анкетування, яке проводилося серед керівників і фахівців, торговельно-оперативного персоналу, споживачів системи споживчої кооперації, доцільно зазначити, що для оптимізації діяльності необхідно:

- постійно підтримувати в об'єктах торгівлі широкий асортимент продовольчої і непродовольчої продукції, враховуючи побажання покупців, фіксувати й аналізувати асортимент незадоволеного попиту;

- підтримувати зв'язок із покупцями й принагідно інформувати їх про надходження потрібних товарів;

- розширювати кількість безоплатних і платних послуг для споживачів, як наприклад, введення картки постійного клієнта, інформування покупців про нові надходження та цікаві пропозиції за допомогою внутрішнього радіо у супермаркетах, дошки оголошень у невеликих магазинах тощо;

- налагоджувати рекламно-інформаційну діяльність, зокрема, розміщуючи інформатори, покажчики і вказівники в торговельних об'єктах;

- приділяти увагу викладці товарів, розміщувати їх так, щоб до кожного з них був забезпечений вільний доступ і їх було добре видно покупцям і продавцям-консультантам; товари, які необхідно терміново реалізувати, розміщувати на найвидніших місцях;

- виважено підходити до підбору персоналу, підвищувати кваліфікацію і постійно вдосконалювати його роботу;

- систематично вивчати за допомогою соціологічних методів думку споживачів про рівень задоволення їх потреб, якості торговельного обслуговування;

- розробляти та впроваджувати стандарти торговельного обслуговування споживачів системи споживчої кооперації.

Не поставивши перед собою мети підвищення ефективності системи управління, підприємство втрачає величезні резерви зростання конкурентоспроможності. Використовувати підходи стандартів ISO серії 9000 або іншу методику оптимізації системи управління – рішення це залежить від конкретного випадку, проте слід пам'ятати, що для ваших суперників на ринку «найкращий конкурент той, який спить».

Як відзначають експерти, "низька виконавча дисципліна" на українських підприємствах (до 40% рішень не виконуються!) пов'язана саме з поганою підготовкою рішень. Наприклад, нездатність підготувати підприємство до сертифікації упродовж року показує, що у підприємства погано з керованістю. Бізнес же настільки динамічний, що підприємство не може чекати роки у стані невпевненості, що процес завершиться. Управлінські рішення мають властивість: якщо вони не прийняті вчасно, їх цінність після настання критичної дати дорівнює "нулю" ("вже пізно!"). Одне з головних завдань сучасної системи якості – забезпечити гнучке управління підприємством для його пристосування до вимог замовників, що змінюються. Причому підприємства загалом, а не його окремих підрозділів або виконуваних функцій.

На сертифікованих підприємствах керованість підвищується завдяки повному опису і стандартизації робочих процедур, детальному документуванню сфер відповідальності й обов'язків співробітників, поліпшенню взаємодії між керівним складом і виконавцями, застосуванню управління інформаційними потоками, статистичним розрахункам та іншим методам оптимізації діяльності.

Виражається ефект від підвищення ефективності існуючої системи управління у таких показниках, як спрощення і прискорення процедур взаємодії з клієнтами, скорочення браку, виробничих витрат і термінів виконання замовлень, відносно зниження собівартості продукції, поліпшення інших показників.

Сертифікована система якості є інструментом підвищення прибутковості, яка, як правило, найбільшою мірою цікавить власників. Зокрема, за рахунок можливості пропонувати і реалізовувати продукцію за вищою ціною, за рахунок гарантування якості продукції і послуг загальноприйнятими способами, тобто за допомогою сертифікованої системи якості.

У ряді випадків цікавість до впровадження і сертифікації систем якості може зумовлюватися намірами привернути значні інвестиції. Демонстрація інвесторові можливостей колективу, що домогся сертифікації в авторитетній сертифікаційній організації, сприятливо позначається на упевненості в окупності засобів, що вкладаються у розвиток бізнесу.

До цього переліку входять інвестиційні фонди, що набувають підприємства для їх подальшого перепродажу за вищою ціною. Наявність сертифікованої системи якості підвищує ринкову вартість підприємства.

Виражається ефект від виконання очікувань власників у таких показниках, як зростання прибутковості підприємства, підвищення заробітної плати вищих менеджерів і зниження частоти зміни керівництва, зростання вартості акцій торговельного підприємства, поліпшення решти показників.

**Висновки.** Для оптимального управління якістю торговельного обслуговування в системі споживчої кооперації доцільно сформувати обґрунтовану систему показників оцінювання на засадах системного підходу, враховувати особливості функціонування кооперативних організацій і підприємств.

### Використана література

1. Голошубова, Н.О. Організація торгівлі: підручник [Текст] / Н.О. Голошубова. – К.: Книга, 2004. – 560 с.
2. Куликов, Ю.А. Экономические аспекты систем качества [Текст] / Ю.А. Куликов, А.Е. Хачатуров // Методы менеджмента качества. – 2001. – № 5. – С. 15–20.
3. Панченко, В.А. Управління якістю торговельного обслуговування підприємств роздрібною торгівлі споживчої кооперації України [Текст]: автореф. дис.: 08.00.04/В.А. Панченко, ПУСКУ. – Полтава, 2010. – 20 с.
4. Рибалко, Л.А. Формування системи управління якістю споживчої кооперації України [Текст]: автореф. дис.: 08.00.04/Л.А. Рибалко, ПУСКУ. – Полтава, 2008. – 20 с.
5. Рибалко, Л.А. Теорія і практика управління якістю в системі споживчої кооперації [Текст] / Л.А. Рибалко// Вісник Львівської комерційної академії. – Серія „Економічні науки”. – Львів: Видавництво ЛКА, 2006. – Випуск 21. – С. 209–215.