

УДК 339.37:658

Однолеток Марина Ігорівна

*студентка кафедри підприємництва та бізнесу
Київський національний університет технологій та дизайну
м. Київ, Україна*

УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ОБСЛУГОВУВАННЯ, ЯК ОСНОВНА СКЛАДОВА ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

Анотація. У статті обґрунтовано важливість удосконалення процесу обслуговування на підприємствах роздрібною торгівлі. Запропоновано шляхи вдосконалення та розглянуто їх вплив на ефективність роботи підприємства.

Ключові слова: технологія обслуговування, підприємство, роздрібна торгівля, сфера послуг, споживач.

Постійний розвиток НТП стимулює використання на підприємствах роздрібною торгівлі новітніх технологій обслуговування, що забезпечать лояльність покупців та підвищення іміджу. На сучасному етапі, в цій галузі панує значна конкуренція і з кожним днем вона постійно збільшується. Саме тому, для того щоб протистояти конкуренції, управлінцю слід приділити увагу якості обслуговування та запровадженню сучасних технологій, що вирізнить підприємство серед інших та зробить його конкурентоспроможним.

Метою даної статті є огляд та аналіз процесу обслуговування покупців на підприємствах роздрібною торгівлі, а також дослідження та визначення найбільш доцільних новітніх форм обслуговування для вітчизняного ринку, використовуючи іноземний досвід.

В сучасних умовах господарювання питання про введення принципово нових форм обслуговування покупців в роздрібній торгівлі є досить актуальним. Адже прогрес не стоїть на місці і саме від того, на скільки підприємство йому слідує, або ж просто встигає, залежить його репутація та імідж серед споживачів [1].

Прогрес у сфері послуг не обійшов стороною і підприємства роздрібною торгівлі. Все нові й нові методи обслуговування поступово з'являються в кожному супермаркеті. Це робить процес купівлі товарів більш зручним, менш трудомістким (потрібна менша кількість працівників) та швидшим.

Серед сучасних форм обслуговування на підприємствах роздрібною торгівлі можна виділити наступні види:

1. Інтернет магазини. Не так давно, ми не могли собі уявити супермаркетів в такому розумінні, в якому вони зараз є, а тепер постає не тільки можливість вільного пересування серед полиць з товарами, а й віртуальні магазини. Інтернет торгівля в сучасному світі набирає все більших оборотів.

2. Каси самообслуговування. Здається, нещодавно касир супермаркету змінив продавця «за прилавком» звичайного магазину. Тепер, завдяки науковому та технічному прогресу до послуг покупців представлена новація — касир-робот, або каса-самообслуговування. Перший в світі магазин з касами самообслуговування почав працювати в 1992 році в супермаркеті мережі Price Chopper в Нью-Йорку. Каса самообслуговування дозволяє покупцеві самостійно сканувати, упаковувати і оплачувати покупки [2].

3. Експрес обслуговування. Спеціальні форми обслуговування в супермаркетах організують з однією метою — прискорити обслуговування великого числа відвідувачів з обмеженим запасом часу. Суть його заключається в наступному: працівник залу, за допомогою спеціального пристрою, сканує товари, які несе до сплати споживач, і видає спеціальну картку зі штрих-кодом. Підходячи до каси, покупець надає касиру карту і оплачує. Це суттєво зменшує час, який витрачає касир на одну особу, тим самим черга рухається набагато швидше.

4. За кордоном практикується такий вид обслуговування, як доставка товарів за допомогою дронів. Випробування квадрокоптера і інших типів дронів як засобу для транспортування вантажів різного призначення проводяться по всьому світу.

Не зважаючи на вже введені та діючі сучасні технології, обслуговування на підприємствах роздрібною торгівлі потребує постійного вдосконалення. Адже, покупці бажають щоб процес придбання товарів був ще більш комфортним. Саме тому, вдосконалення повинно бути постійним і безперервним. Іноземні підприємства знаходяться на крок попереду стосовно вітчизняних, отже українським управлінцям слід брати приклад.

Можна визначити такі закордонні інновації щодо обслуговування покупців на підприємствах роздрібною торгівлі, які слід ввести і в Україні:

1. База товарів з відкритим доступом для покупців. База може бути представлена у вигляді різних конструкцій, проте, найбільш прийнятною та зрозумілою стане — сенсорна панель (екран). Важливо, щоб до бази було завантажено всі товари, які є в магазині на даний момент. Також, потрібно додати коротку характеристику до кожного з товарів, що полегшить роботу консультантів, а також буде значною допомогою для людей з поганим зором, адже характеристика на упаковці, зазвичай, пишеться малим шрифтом. До бази слід додати ціни за одиницю продукції, а також акційні пропозиції при її участі.

2. Манекен-аналітик. Магазини роздрібною торгівлі, які дуже дорожать споживачами, або ті, що виставляють певний товар для продажу,

часто прагнуть визначити інтерес до продукції. В манекен вмонтовані невелика відеокамера і комп'ютерна система, які відстежують і аналізують інтерес покупців до того, що виставлено у вітрині.

3. Електронні цінники. Замість того, щоб персоналу майже кожен день роздруковувати і переставляти паперові цінники, вітрини оснащуються електронними пристроями, де інформацію про товари та їх вартості можна міняти натисненням однієї кнопки. Електронні цінники по радіоканалу з'єднуються з безпроводними точками доступу і з них отримують необхідні дані. При зміні вартості продукції співробітник магазину вносить зміну до бази даних закупівельних цін. Ціна продажу автоматично формується в тому ж програмному забезпеченні. Також, ціна може змінюватись, безпосередньо через головний комп'ютер. Це може виключити ймовірність того, що продавець просто забуде змінити ціну або випадково пропустить товар [3].

Впровадження торгово-технологічних інновацій у діяльність торговельних підприємств України дозволить отримати низку переваг, а саме:

- розширити асортимент торговельного підприємства;
- збільшити пропускну здатність касових ліній;
- підвищити якість обслуговування покупців;
- створити новий імідж торговельному підприємству;
- перерозподілити обов'язки персоналу і збільшити час на консультації покупців;
- відслідковувати рух товарів від виробників до складу, від складу до торговельної зали;
- контролювати терміни придатності товарів;
- миттєво отримувати інформацію про кількість і асортимент товарів у торговельній залі;
- скоротити витрати праці, пов'язані з інвентаризацією товарів;
- підвищити продуктивність праці і ефективність використання торговельних площ.

Таким чином можна зробити висновок, що в управлінні підприємством роздрібною торгівлі головним фактором успіху є використання торгово-технологічних інновацій та зарубіжного досвіду.

Література

1. Голошубова Н. А. Состояние и направления развития розничной торговой сети Украины // Оборудование. — 2003. — № 3. — С. 5–8.
2. Вікіпедія. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Каса_самообслуговування
3. Журнал керівника «Генеральный директор» — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.gd.ru>