

УДК 655.45

Г. П. Грет, М. Б. Голуб

Національний технічний університет України «КПІ»

ОРГАНІЗАЦІЯ ОБСЛУГОВУВАННЯ ПОКУПЦІВ ЯК СКЛADOVA КУЛЬТУРИ РОЗДРІБНОЇ КНИЖКОВОЇ ТОРГІВЛІ

Розглядається організація обслуговування покупців у книготорговельних підприємствах м. Києва, пропонуються шляхи її оптимізації.

Книготорговельні підприємства, персонал, покупці, організація обслуговування

Демократизація суспільства, розвиток науки, освіти, культури в умовах входження України до світового інформаційного простору ставить перед книгорозповсюдженням нові завдання. Пошук шляхів їх вирішення актуалізує питання організації обслуговування покупців у книгарнях, що є визначальним фактором підвищення їхньої конкурентоздатності та культури торгівлі.

Метою дослідження є аналіз організації обслуговування покупців у книжкових магазинах міста Києва як засобу оптимізації їхньої діяльності.

Для досягнення мети поставлено такі завдання:

висвітлити теоретичні аспекти обслуговування покупців у роздрібній торгівлі;

охарактеризувати книгарні міста Києва та організацію обслуговування покупців у них;

проаналізувати роботу персоналу книгарень, що досліджуються;

запропонувати шляхи поліпшення організації обслуговування покупців в них.

Сучасні підходи до обслуговування покупців у роздрібній торгівлі розглянуто у наукових дослідженнях і навчальних виданнях українських авторів: В. Апопія, І. Бланка, З. Герасимчука, Н. Голошубової, І. Решетнікової, О. Сербіної [1–5]. Дослідженнями в цій сфері займалися такі зарубіжні вчені як Г. Амстронг, Б. Берман, Ф. Котлер, Г. Схют.

Однак недостатність інформації про організацію, методику та рівень обслуговування споживачів у книготорговельних підприємствах, відсутність практичних розробок, які б враховували специфіку їх функціонування, обумовлює доцільність вивчення, дослідження та розробки рекомендацій щодо удосконалення обслуговування покупців у книжковій торгівлі.

Культура книжкової торгівлі включає поняття «якість торговельного обслуговування» та «культура обслуговування». Якщо якість торговельного об-

слуговування охоплює стан матеріально-технічної бази роздрібної торгівлі, застосування прогресивних, зручних для населення методів обслуговування, дотримання правил торгівлі, встановлення зручного для покупців режиму роботи книгарень, стан реклами та інформування покупців про послуги та наявність у продажу товарів, то культура обслуговування включає організацію обслуговування покупців, естетичне оформлення торговельного залу, культуру мови, зовнішній вигляд та професійну майстерність продавців і касирів.

Обслуговування покупців у книгарні — це складний процес, що спрямований на задоволення попиту населення у друкованій продукції при максимальному скороченні затрат на її придбання, тобто економії вільного часу. Складність процесу книготорговельного обслуговування залежить від характеру попиту покупця. Якщо його цікавить маловідоме видання, то необхідне попереднє ознайомлення; якщо ж воно непотрібне — то обслуговування обмежується лише інформуванням про його наявність, ціну та видачею книги в обмін на касовий чек. Досить часто на кінцеве рішення про придбання книжки впливає саме рекомендація продавця книгарні. У такому випадку цей процес складається з таких операцій:

- виявлення попиту покупця;
- ознайомлення з асортиментом і консультування;
- відбір видань відповідно до запитів покупця;
- отримання оплаченого чеку та перевірка якості книги;
- видача придбаної книжки покупцеві.

Процес обслуговування покупців потребує високої професійної підготовки персоналу книготорговельного підприємства. Продавець-консультант має володіти необхідною інформацією про наявний у книгарні асортимент, виявляти попит покупця, кваліфіковано рекомендувати літературу, вміло пропонувати іншу книжку замість відсутньої.

Влітку 2012 р. було проведено емпіричне дослідження кваліфікації та обізнаності персоналу, зокрема продавців-консультантів, у таких книжкових магазинах міста Києва: «Академкнига» (вул. Б. Хмельницького, 42), «Читай-город» (вул. Б. Хмельницького, 3), книгарня «Є» (вул. Лисенка, 3), «Наукова думка» (вул. Грушевського, 2), «Смолоскип» (вул. Межигірська, 21), «Буква» (пл. Слави, 1, ТЦ «Квадрат»), «Empik» (вул. Мішуги, 4) та «Читайка» (Петрівка).

Асортимент книжкового магазину «Академкнига» налічує близько 8000 різноманітних видань. Книгарня пропонує великий вибір книг з філософії, історії, психології; словники, підручники тощо.

«Читай-Город» — перша книжкова мережа в Україні, що реалізувала на практиці концепцію книжкового гіпермаркету з широким асортиментом книг та супутніх товарів.

Більшість видань книгарні «Є» — україномовні книжки різної спрямованості, напрямів та жанрів. Книги іноземними мовами (російською, англійською, французькою тощо) розміщено на окремих стелажах.

В асортименті книгарні «Наукова думка» також переважає українська книжка, є відділ художньої літератури (класика, сучасна українська література), «ділової» книжки, відділ наукової книжки (мовознавство, історія, філософія, гуманітаристика).

«Читайка» — книжковий магазин у Києві, розташований на Петрівці. У ній представлений широкий асортимент видань — від художньої літератури до спеціальної бізнес-літератури.

У книгарні «Емпік» покупці можуть знайти такі рубрики як дитяча література, довідкова література, мистецтво, культура, медицина, фантастика, художня література, природні і точні науки, книги для батьків і вихователів, книги з історії і військової справи, комп'ютерна література та інші.

Книгарня «Смолоскип» створена при видавництві. Її асортимент включає переважно гуманітарні видання на різноманітні теми: українознавство, політика, українська філософська спадщина, історія, мистецтво, культура, тощо.

За результатами дослідження виявлено, що лише у трьох книгарнях з восьми консультанти дійсно кваліфіковані та знають свою справу.

На початковому етапі дослідження було оцінено швидкість та культуру обслуговування покупців за п'ятибальною шкалою (за даними опитування покупців книгарень) (табл. 1).

Таблиця 1

Показники оцінки книгарень за даними опитування

№ п/п	Книгарня Показник	«Академкнига»	«Читай-город»	«Є»	«Наукова думка»	«Смолоскип»	«Буква»	«Емпік»	«Читайка»
		1	Кількість продавців-консультантів, чол.	2	4	3	2	1	2
2	Швидкість обслуговування	5	4	3	5	4	2	3	3
3	Культура обслуговування	5	4	4	5	5	3	4	4

Лідерами якісного та швидкого обслуговування покупців є книгарні «Академкнига» та «Наукова думка».

Серед основних недоліків в обслуговуванні покупців слід виокремити такі:

недостатнє знання асортименту книгарні продавцями-консультантами (при неполадках у базі даних неможливість надати будь-яку інформацію);

недостатнє знання розташування книг у магазині та пасивність, байдужість працівників;

низький культурний рівень персоналу;

вирішення особистих справ працівниками під час того, коли покупець намагається про щось дізнатися;

відсутність досвіду роботи в книжковій справі тощо.

Для того, щоб цілеспрямовано орієнтувати кожного працівника на підвищення рівня обслуговування покупців, розроблена спеціальна система показників (табл. 2). При цьому по кожному елементу вибрані ті, які відображають стан товарної пропозиції, організації процесу продажу товарів і обслуговування покупців.

Таблиця 2

Коефіцієнти, що характеризують рівень обслуговування покупців

№ п/п	Показник	Зміст показника	Формула розрахунку	Значення показника у загальному рівні якості обслуговування
1	Коефіцієнт завершеності покупок (Кзп)	Відношення кількості покупців, що здійснили покупку (Пп), до загальної кількості покупців, що прийшли за покупкою (Пу)	$K_{зп} = Пп/Пу$	0,45
2	Коефіцієнт, що характеризує рівень надання послуг покупцям (Кпп)	Відношення кількості послуг, що надаються покупцям у магазині (ППф), до оптимальної їх кількості (ППо)	$K_{пп} = ППф/ППо$	0,20
3	Коефіцієнт затрат часу на придбання товарів (Кзч)	Відношення фактичних затрат часу на придбання товарів у магазині (Зф) до оптимальних (Зо)	$K_{зч} = Зф/Зо$	0,35
4	Коефіцієнт, що характеризує якість обслуговування на думку покупців (Кдп)	Відношення кількості покупців, що дали відмінну та хорошу оцінку (Кпв) до загальної кількості опитаних (Коп)	$K_{дп} = Кпв/Коп$	1,0
5	Узагальнюючий коефіцієнт (Куз)	$K_{уз} = [(K_{зк} \cdot 0,45 + K_{пп} \cdot 0,20 + K_{зч} \cdot 0,35) + K_{дп}]/2$		

Значення коефіцієнтів по досліджуваних книгарнях м. Києва наведено у табл. 3.

Згідно з розрахунками, слід зазначити, що немає книгарні з високим рівнем обслуговування, яка задовільняла би потреби покупців за всіма параметрами. Книгарні «Академкнига», «Наукова думка» та «Емпік» належать до категорії магазинів з задовільним рівнем якості обслуговування споживачів, усі інші – з низьким.

Узагальнюючий показник рівня якості обслуговування розраховується, передусім, для стимулювання праці персоналу і виявлення невикористаних колективом книготорговельного підприємства резервів, для поліпшення обслуговування покупців, підвищення його іміджу на книжковому ринку і конкурентоздатності в умовах посилення конкурентної боротьби.

Таблиця 3

Показники оцінки книгарень за системою коефіцієнтів

№ п/п	Книгарня Показник	Книгарня								
		«Академкнига»	«Читай-город»	«Є»	«Наукова думка»	«Смолооскип»	«Буква»	«Empik»	«Читайка»	
1	Коефіцієнт завершеності покупок	0,85	0,8	0,66	0,7	0,58	0,4	0,83	0,69	
2	Коефіцієнт, що характеризує рівень надання послуг покупцям	0,6	0,4	0,83	0,7	0,47	0,25	0,68	0,5	
3	Коефіцієнт затрат часу на придбання товарів	0,75	0,55	0,4	0,65	0,6	0,4	0,7	0,7	
4	Коефіцієнт, що характеризує якість обслуговування на думку покупців	0,8	0,5	0,67	0,7	0,48	0,36	0,76	0,33	
5	Узагальнюючий коефіцієнт	0,8	0,57	0,63	0,71	0,52	0,37	0,76	0,5	

Досить часто причиною байдужості персоналу є відсутність систем навчання, мотивації та стимулювання. Для вирішення цієї проблеми запропоновано такі напрями розвитку:

регулярне навчання персоналу: проведення тренінгів з продажу, відвідування працівниками провідних книгарень та обмін досвідом, наставництво, делегування повноважень, участь у роботі над проектами;

систематичне проведення атестацій;

здійснення перевірок за допомогою методу «Таємний покупець»: спеціально підготовлений аудитор, який виступає таким «покупцем», здійснює покупки, оцінює культуру та якість обслуговування продавців та надає інформацію для керівника магазину для прийняття рішення про підвищення/звільнення працівника;

наради співробітників, прийняття до уваги їхніх зауважень та пропозицій; забезпечення обов'язкового соціального пакета згідно з нормами законодавства;

фінансову винагороду за високу продуктивність праці;

запровадження гнучкого графіка робочого часу;

побудова ділової кар'єри.

Ефект даних заходів дозволить не лише збільшити обсяг товарообороту, що забезпечить, своєю чергою, значне поліпшення фінансових результатів книготорговельних підприємств, а й сприятиме повнішому задоволенню попиту покупців на книжкову продукцію і формуванню у них позитивного іміджу підприємства.

1. Апопій В. В. Організація торгівлі / В. В. Апопій, І. П. Міщук, В. М. Ребицький. — 2-е вид. — К.: ЦУЛ, 2008. — 632 с. 2. Герасимчук З. В. Організація та технологія торгівлі: навч. посіб. / З. В. Герасимчук, Л. Л. Ковальська, І. М. Вахович. — Луцьк: Надстир'я, 2005. — 324 с. 3. Голошубова Н. О. Організація торгівлі: підруч. / Н. О. Голошубова. — вид. 2, пер. і доп. — К.: Знання, 2008. — 558 с. 4. Решетнікова І. Л. Оцінка якості обслуговування споживачів в сучасних торговельних підприємствах / І. Л. Решетнікова // Маркетинг: теорія і практика. — Луганськ, 2004. — № 10. — С. 190–195. 5. Сербін О. Висококваліфіковане обслуговування покупців книжок, як запорука становлення і розвитку сучасної української книгарні / О. Сербін // Вісн. Кн. палати. — 2004. — № 7. — С. 44–49.

ОРГАНИЗАЦИЯ ОБСЛУЖИВАНИЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ КУЛЬТУРЫ РОЗНИЧНОЙ КНИЖНОЙ ТОРГОВЛИ

Рассматривается организация обслуживания покупателей в книготорговых предприятиях г. Киева, предлагаются пути ее оптимизации.

SERVICE ORGANIZATION BUYER AS PART OF THE CULTURE RETAIL BOOK TRADE

An organization of customer service bookselling business in Kyiv is considered, the ways of its optimization are offered.

Стаття надійшла 11.03.2013