

В цілому зазначений підхід дає змогу здійснювати всебічне оцінювання ефективності діяльності підприємств, дозволяє різнобічно оцінити ефективність діяльності підприємства, однак, вимагає при цьому розрахунку показників та коефіцієнтів, що ускладнює адекватне сприйняття результатів оцінки і знижує привабливість даного підходу для керівництва підприємств.

Список використаних джерел:

1. Goncharuk A.G. Formation of the mechanism of enterprise performance management: a case of the food industry of Ukraine. Saarbrücken: Lambert Academic Publishing, 2011. 306 p.
2. Bertalanffy L. von. General System Theory – A Critical Review // General Systems. Vol. VII. 1962. – P. 1-20.
4. Гринько Т.В. Фактори підвищення ефективності діяльності підприємства / Т.В. Гринько, Д.В. Пасека // Економіка і менеджмент-2013: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку: Збірник наукових праць Міжнародної науково-практичної конференції: у 6 томах (м. Дніпропетровськ, 24-25 квітня 2014 р.). – Дніпропетровськ: Біла К.О., 2014. – Т. 4. – С. 103-105.

Чумаченко Х. Л.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ОСОБЛИВОСТІ СЕРВІСУ В СФЕРІ ТОРГІВЛІ

Торгівля – сфера діяльності і вид економічної діяльності, спрямований на здійснення купівлі-продажу, обміну товарів, а також пов'язані з цим процеси: безпосереднє обслуговування покупців, доставка товарів, їх зберігання та підготовка до продажу. Залучити й утримати клієнтів у сфері торгівлі. Практики називають фактори, що впливають сервіс: кваліфікацію персоналу в торговому залі, дотримання порядку здійснення торгівлі в магазині, реклама та інформації, роботу програм лояльності.

Якісний сервіс має на увазі чітко вироблену систему обслуговування клієнтів. За словами експертів, в першу чергу, необхідно розробити регламентуючі документи, такі як посадові інструкції і стандарти роботи

магазину. Стандартизувати вимоги до викладення товару, стану торгового залу і торгового устаткування, зовнішнього вигляду і поведінки співробітників, обслуговування покупців, роботу зі скаргами. По-друге, необхідно визначити критерії відбору персоналу, розробити вимоги до майбутніх співробітників, способи мотивації і стимулювання персоналу [1].

В подальшій роботі системи контролю перевіряється якість обслуговування покупців відповідно до встановлених стандартів, до неї відносяться: «таємний покупець», «екзит пол», черговий адміністратор. Це не додаткова посада, а роль, функціонал, яку може виконувати співробітник магазину з адміністративного складу (директор, заступник, адміністратор, супервайзер). Чек-лист – інструмент контролю стану магазину.

Якісний сервіс включає в себе бездоганну сервісну діяльність. Послуги повинні задовольняти потреби клієнта, виправдовувати його очікування. Для цього важливо чітко знати модель клієнтів, розуміти їх потреби, логіку і прояви в поведінці. В даний час технічно досвідчені клієнти звикли виконувати всі дії за допомогою свого телефону. За допомогою вбудованих додатків для самообслуговування клієнти можуть визначати місце розташування товарів у магазині, перевіряти ціни, використовувати подарункові сертифікати та кіоски з касами самообслуговування [2].

Список використаних джерел:

1. Балджи М.Д., Добрава Н.В., Однолько В.О., Осипова М.М. Торговельне підприємництво : навчальний посібник. Київ : Кондор-видавництво, 2017. 112с.
2. Савицька Н.Л., Мелушова І.Ю., Красноусов А.В., Олініченко К.С. Торговельне підприємництво: навчально-методичний посібник. Х.: Вид-во Іванченка І.С., 2017. 214 с.