

ВОЗМОЖНОСТИ ИССЛЕДОВАНИЯ ТОРГОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ СЕЛЬСКОГО НАСЕЛЕНИЯ НА ОСНОВЕ ЭКСПРЕСС-ОЦЕНКИ

OPPORTUNITIES TO STUDY RURAL TRADE SERVICES BASED ON EXPRESS ASSESSMENT

Аннотация. Актуальность и цель работы. Уровень обслуживания – один из ключевых инструментов по обеспечению устойчивой работы розничных торговых предприятий, включая и сельские. Поэтому исследование вопросов торгового сервиса актуально. Целью работы является демонстрация возможностей оперативного исследования потребителей в организации конкурентоспособного сервиса.

Материалы и методы исследования. Статья написана на основе результатов анкетного опроса с применением авторской методики комплексной оценки уровня торгового обслуживания в сельских магазинах.

Результат работы. Результаты исследования, представленные в статье, могут служить повышению эффективности управления торговым обслуживанием сельского населения.

Выводы. В статье представлены подход и результаты экспресс-оценки качества торгового обслуживания, продемонстрированы результативность предложенной методики, ее целесообразность при разработке управленческих решений по повышению сервиса для посетителей и покупателей сельских торговых предприятий.

Abstract. Relevance and purpose of the work. The level of service is one of the key tools for ensuring the sustainable operation of retail trade enterprises, including rural ones. Therefore, the study of trade service issues is relevant. The purpose of the work is to demonstrate the possibilities of operational research of consumers in the organization of a competitive service.

Materials and methods of research. The article is written on the basis of the author's methodology for a comprehensive assessment of the level of retail service in rural stores.

Бондаренко Оксана Григорьевна – кандидат экономических наук, доцент кафедры коммерции и логистики, Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации (г. Гомель, Республика Беларусь); e-mail: o_bondarenko@tut.by

Oksana G. Bondarenko – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, the Department of Commerce and Logistics, Belarusian Trade and Economic University of Consumer Cooperation (Gomel, Republic of Belarus).

Гришина Вера Тихоновна – кандидат экономических наук, доцент кафедры управления, Технологический университет (г. Королев, Московская обл., Российская Федерация); e-mail: veragrishinat@mail.ru.

Vera T. Grishina – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, the Department of Management, Technological University (Korolev, Moscow region, Russian Federation).

Матвеева Ольга Захаровна – кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и управления, Российский университет кооперации (г. Мытищи, Московская обл., Российская Федерация); e-mail: ozm@list.ru.

Olga Z. Matveeva – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, the Department of Economics and Management, Russian University of Cooperation (Mytishchi, Moscow region, Russian Federation).

The result of the work. The results of the study presented in the article can serve to improve the efficiency of the management of trade services for the rural population.

Conclusions. The article presents the approach and results of rapid assessment of the quality of retail service, demonstrates the effectiveness of the proposed methodology, its feasibility in the development of management solutions to improve the service for visitors and buyers of rural retail enterprises.

Ключевые слова: сельские магазины, сельские жители, торговое обслуживание, качество, конкуренты, анкетирование, респонденты, эксперты.

Keywords: rural stores, rural residents, retail service, quality, competitors, survey, respondents, experts.

Введение. Как известно, роль торговли в экономике заключается в обеспечении населения страны товарами и услугами, в наполнении ее федерального и областных бюджетов. Торговля способствует обеспечению финансовой стабильности регионов и создает условия для развития социальной сферы: образования, здравоохранения, спорта и культуры. Торговля в нашей стране в целом последовательно развивается, расширяется ассортимент, наращиваются объемы продаваемой продукции, увеличивается количество торговых предприятий и численность работников данной отрасли.

Однако такого тренда нельзя увидеть в сельской местности. Несложно предположить, что эта проблема может усугубиться и способствовать продолжающейся миграции жителей сел в города наряду с другими причинами, такими как отсутствие рабочих мест, низкая заработная плата.

Экономический разрыв между деревней и городом объясняется нежеланием частных инвесторов развивать на селе современную торговлю и бытовую инфраструктуру. Высокий уровень цен на подавляющее большинство предлагаемых товаров и услуг и отдаленность объектов являются главным сдерживающим фактором роста их потребления населением сел. Нехватка торговых предприятий препятствует формированию эффективной конкурентной среды, которая способствовала бы снижению цен и повышению качества обслуживания сельского населения [3, 4]. Выше указанное свидетельствует об актуальности исследуемых вопросов. Актуальность темы заключается в возрастающей роли управления качеством торгового обслуживания и удовлетворения спроса сельского населения.

Целью данной статьи является исследование состояния торгового обслуживания сельских жителей на основе экспресс-оценки и обоснование направлений его развития, демонстрация результативности подобных

исследований при разработке и принятии управленческих решений.

Материалы и методы исследования:

Сбор данных по теме статьи, их обработка, выделение главного и получение определенных выводов осуществлялись следующими методами: анализ, сравнение, обобщение. Также применялся опрос покупателей и специалистов, элементы SWOT-анализа.

Повышение качества торгового обслуживания населения непосредственно в местах приобретения товаров - обязательное правило для обеспечения конкурентоустойчивости торговых предприятий. При этом следует учитывать изменения экономической, социальной и демографической ситуации в стране, денежных доходов потребителей [1, 2], а также возможности организации.

Получить информацию о значимости различных элементов качества торгового обслуживания для населения можно только с помощью маркетинговых исследований. Необходимость анкетных опросов обосновывается тем, что большинство фактов неудовлетворительного обслуживания могут не достичь руководства торговой организации, так как они никак не фиксируются, покупатели ограничиваются высказыванием претензий торговым работникам.

Для выявления состояния торгового обслуживания сельского населения и дальнейшей разработки практических рекомендаций по его совершенствованию проведен анкетный опрос жителей и специалистов торговых организаций. Анкета включала общие вопросы; вопросы по оценке процесса обслуживания покупателей; вопросы по работе продавцов, их общения с покупателями и работе с товаром в магазине.

Анкетирование проводилось в сентябре 2020 г. распространением анкет среди покупателей в сельской местности и работников магазинов.

Исследовалось качество торгового обслуживания в магазинах трех деревень. Все сельские населенные пункты имеют по одному магазину «Товары повседневного спроса», которые традиционно обслуживают жителей сельских населенных пунктов, и от одного до трех магазинов-конкурентов («Евроопт», ИП).

Обработка анкет показала, что среди респондентов 60% составляют женщины и 40% – мужчины, большинство из них в возрасте 21–35 лет (35%) и старше 51 года (35%). 45% опрошенных являются работающими, а 9 из 20 опрошенных покупателей посещают магазины 3–5 раз в неделю.

Покупателям было предложено оценить качество торгового обслуживания по шкале от 2-х до 0 баллов, где 2 – отлично, 1 – удовлетворительно, 0 – плохо. Максимальный балл по одному критерию оценки – 40 баллов. Максимальный общий балл по всем критериям – 280 баллов.

Результаты экспертной оценки качества торгового обслуживания в сельских магазинах представлены в таблице 1.

Результат экспертной оценки качества торгового обслуживания в сельских магазинах, которые являются конкурентами торговым единицам исследуемой организации, представлен в таблице 2.

Таблица 1

Оценка покупателями качества торгового обслуживания в сельских магазинах исследуемой организации, 2020 г.

Критерий	2 – отлично		1 – удовлетворительно		0 – плохо		Общий балл
	кол-во, чел.	уд. вес, %	кол-во, чел.	уд. вес, %	кол-во, чел.	уд. вес, %	
1 Внешний вид, приветливость, манеры и речь торговых сотрудников	9	45	11	55	-	-	29
2 Быстрота и вежливость обслуживания на кассе	10	50	10	50	-	-	30
3 Широта ассортимента товаров	9	45	10	50	1	5	28
4 Полнота представленной информации	11	55	8	40	1	5	30
5 Режим работы	13	65	7	35	-	-	33
6 Удобство расположения	12	60	6	30	2	10	30
7. Цены на товары (уровень цен)	8	40	11	55	1	5	17

Источник: составлено авторами.

Таблица 2

Оценка покупателями качества торгового обслуживания в сельских магазинах-конкурентах исследуемой организации, 2020 г.

Критерий	2 – отлично		1 – удовлетворительно		0 – плохо		Общий балл
	кол-во, чел.	уд. вес, %	кол-во, чел.	уд. вес, %	кол-во, чел.	уд. вес, %	
1 Внешний вид, приветливость, манеры и речь торговых сотрудников	9	60	6	40	-	-	24
2 Быстрота и вежливость обслуживания на кассе	6	40	9	60	-	-	21
3 Широта ассортимента товаров	14	93,30	1	6,6	-	-	29
4 Полнота предоставления необходимой информации о товаре	12	80	3	20	-	-	27
5 Режим работы	12	80	3	20	-	-	27
6 Удобство расположения	11	73,3	3	20	1	6,6	25
7. Цены на товары (уровень цен)	9	60	6	40	-	-	24

Источник: составлено авторами.

Сравнение результатов опроса покупателей товаров в магазинах исследуемой организации и их конкурентов, расположенных в сельской местности, по основным критериям качества торгового обслуживания представлено в таблице 3.

Таким образом, качество торгового обслуживания в магазинах исследуемой организации, расположенных в сельских населенных пунктах, оценено в 197 баллов. Показатель выше, чем у конкурентов на 20 баллов. Магазины исследуемой организации получили наибольшую оценку качества торгового обслуживания по 5 критериям из 7 оцениваемых. Это объясняется тем, что специалисты исследуемой организации глубоко знают спрос сельского населения на товары, оказывают услугу «консультация продавца», сохранили традицию общаться с покупателями. Ведь сельский магазин – это особенное место, куда покупатель приходит не только за покупками, но и за общением.

Наилучшую оценку получили такие критерии качества торгового обслуживания в магазинах исследуемой организации, как режим работы; быстрота и вежливость обслуживания на кассе; полнота предоставления необходимой информации о товаре. Критерии качества торгового обслуживания, по которым исследуемые магазины уступили своим конкурентам – цены на товары и широта ассортимента товаров.

Именно по причине недостаточно широкого ассортимента товаров, 75% респондентов совершают покупки товаров за пределами своего населенного пункта.

Таким образом, основными слабыми сторонами торгового обслуживания в магазинах исследуемой организации по результатам анкетного опроса покупателей являются: узкий ассортимент товаров; недостаточ-

ность информации о товаре у продавца, часто неконкурентоспособные цены на товары.

Магазины «Евроопт» и индивидуальных предпринимателей имеют наиболее широкий ассортимент товаров и более конкурентоспособные цены на них. Однако, продавцы в них не торопятся консультировать покупателей, общаться с ними.

Для выявления мнений о торговом обслуживании сельского населения и разработки мероприятий по его совершенствованию проведен опрос работников магазинов. Оценки в ходе опроса осуществлялись по 5-ти балльной шкале: где 5 – отлично, 4 – хорошо, 3 – удовлетворительно, 2 – плохо. Максимальный балл оценки одного показателя всеми специалистами – 60 баллов. Максимальный итоговый балл оценки всех показателей качества торгового обслуживания – 420 баллов.

Результаты оценки критериев качества торгового обслуживания специалистами в магазинах исследуемой организации, расположенных в сельских населенных пунктах, представлены в таблице 4.

Специалисты магазинов оценили качество торгового обслуживания в торговых единицах исследуемой организации в сельских населенных пунктах в 329 баллов из 420 возможных. Высокую оценку в 50, 49 баллов набрали такие критерии, как удобство расположения магазина и знание ассортимента товара в магазине.

Однако, по мнению специалистов исследуемой организации, ее магазины уступают конкурентам, прежде всего, по таким характеристикам, как быстрота и вежливость обслуживания на кассе, режим работы магазина.

Результаты исследования. Определены сильные и слабые стороны торгового об-

Таблица 3

**Результат экспертной оценки покупателями качества торгового обслуживания
в сельских магазинах, 2020 г.**

Критерий	Магазины	
	исследуемой организации	конкурентов
1 Внешний вид, приветливость, манеры и речь торговых сотрудников	29	24
2 Быстрота и вежливость обслуживания на кассе	30	21
3 Широта ассортимента товаров	28	29
4 Полнота предоставления необходимой информации о товаре	30	27
5 Режим работы	33	27
6 Удобство расположения	30	25
7 Цены на товары (уровень цен)	17	24
Всего	197	177

Источник: составлено авторами.

Оценка торговыми работниками качества торгового обслуживания покупателей в магазинах исследуемой организации, 2020г.

Критерий	Специалист												Итого сумма
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
1 Внешний вид, приветливость, манеры и речь торговых сотрудников	4	4	3	5	4	4	4	3	5	4	3	4	47
2 Быстрота и вежливость обслуживания на кассе	4	3	3	5	3	3	3	3	5	4	3	4	43
3 Широта ассортимента товаров	4	4	3	5	4	4	3	4	5	4	3	4	47
4 Полнота предоставления необходимой информации о товаре	3	5	4	4	5	3	3	5	5	5	3	4	49
5 Режим работы	4	3	5	5	3	3	4	3	5	3	4	4	46
6 Удобство расположения	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	50
7 Цены на товары (уровень цен)	3	5	4	4	5	3	4	5	4	5	2	3	47
Итого	27	28	26	32	28	24	25	27	33	29	22	28	329

Источник: составлено авторами.

служивания сельских жителей на основании анализа его состояния. Практическая значимость статьи заключается в возможности использования ее положений в деятельности организаций. Результаты изучения мнений сельских покупателей позволят оптимизировать процесс управления качеством торгового обслуживания.

Заключение. Таким образом, розничная торговля представляет собой сложный комплекс взаимодействий, отношений и методов,

в котором тесно переплелись и классическое товароведение, и маркетинг, и логистика, и психология. Здесь важна любая деталь, и выигрывают в этой сфере умеющие работать с учетом экономической, социально-демографической ситуации, растущих потребностей покупателей [5]. Оценивает это умение покупатель. Исследование их мнений повышает обоснованность мероприятий по совершенствованию сельской торговли, повышению ее конкурентоспособности и привлекательности для деловых партнеров.

Список используемых источников:

1. Стреха А.Н., Бондаренко О.Г. Статистический анализ социально-экономических факторов, влияющих на организацию торгового обслуживания сельского населения Беларуси / Обліково-аналітичні і статистичні методи та моделі в оподаткуванні, бізнесі, економіці: збірник тез за матеріалами XV Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції. – Ірпінь: Університет ДФС України, 2019. – 950 с.– С. 657–660.
2. Бондаренко О.Г., Стреха А.Н. Анализ развития демографических факторов, влияющих на торговое обслуживание сельского населения Беларуси / Обліково-аналітичні і статистичні методи та моделі в оподаткуванні, бізнесі, економіці: збірник тез за матеріалами XV Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції. – Ірпінь: Університет ДФС України, 2019. – 950 с.– С. 661–663.
3. Гришина В.Т., Калугина С.А. Аналитические возможности в управлении ассортиментом торговой организации // Российское предпринимательство. 2018. Т. 19. № 11. С. 3347–3358.
4. Гришина В.Т., Калугина С.А., Лебедева Т.П. Методические аспекты управления торговым ассортиментом // Бизнес. Образование. Право. 2019. № 1(46). С. 149–154.
5. Рамазанов И.А., Шальнова О.А., Швайко В.В. Поведение покупателей в эпоху глобальных рынков и новых информационных технологий // Маркетинг в России и за рубежом. 2017. № 2. С. 31–41.
6. Набиева А.Р. Особенности механизма закупок сельхозпродукции потребкооперацией и методы его регулирования // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. 2019. № 8. С. 76–81.
7. Dudukalova G.N., Tkach A.V., Nechitaylov A.S. The Development of the Dairy Market in Russia // Complex Systems: Innovation and Sustainability in the Digital Age. Editor. Aleksei V. Bogoviz. – Springer Nature Switzerland AG. 2020. Vol. 1. Pp. 437–447.

8. Предпринимательство в продовольственном обеспечении: Монография / Е.И. Балалова, А.А. Максаев, Н.А. Овчаренко, А.Е. Суглобов, А.В. Ткач. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2019. 244 с.
9. Суглобов А.Е., Ткач А.В. Предпринимательство в системе потребительской кооперации России // Экономические и гуманитарные науки, (ОГУ имени И.С. Тургенева). № 7(342). 2020. С. 102–113.
10. Tkach A.V., Repushevskaya O.A., Balalova E.I. The development of digital education in Russia and abroad as a necessary condition for the formation of a digital economy. International Journal of Innovative Technology and Exploring Engineering (ISSN22783075-India-Scopus) – International Journal of Innovative Technology and Exploring Engineering (IJITEE) ISSN: 2278-3075. 2019. Vol. 9. Issue-1. November. <https://www.scopus.com/sourceid/21100889409>.
11. Максаев А.А., Суглобов А.Е., Ткач А.В. Предпринимательство хозяйствующих субъектов потребительской кооперации в агропромышленном комплексе // Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики. Научно-теоретический журнал. 2019. № 5. С. 8–17.
12. Морозова Н.И., Максаев А.А., Ткач А.В. Институциональная модель инновационного развития системы потребительской кооперации: региональный аспект. Институциональная модель инновационного развития системы потребительской кооперации: региональный аспект [Текст]: монография / под ред. Н.И. Морозовой, А.А. Максаева А.А., Ткача А.В. – Волгоград: ПринТерра-Дизайн, 2019. – 200 с.
13. Максаев А.А., Репушевская О.А., Ткач А.В. Потребительская кооперация в социально-экономическом развитии инфраструктуры села // Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики. Научно-теоретический журнал. 2019. № 4. С. 3–11.
14. Suglobov A.E., Repushevskaya O.A., Tkach A.V., Dashkov L.P., Balalova E.I. E-commerce development prospects in the entrepreneurship of the russian federation // Revista Inclusiones. 2020. Vol. 7. Pp. 342–349.
15. Аветисян Я.Г., Бодрова Т.В., Зубарева Е.В. Новые подходы в налоговом планировании экономической безопасности бизнеса // OpenScience. № 2. Т. 2. 2020. С. 23–29.
16. Попова А.О., Авакян Ю.П., Арабян М.С. Особенности проектного управления для достижения стабильного роста инвестиций // OpenScience. № 3. Т. 2. 2020. С. 4–6.

References:

1. Strekha A.N., Bondarenko O.G. Statisticheskij analiz sotsial'no-ehkonomicheskikh faktorov, vliyayushhikh na organizatsiyu torgovogo obsluzhi-vaniya sel'skogo naseleniya Belarusi / Oblikovo-analitichni j statistichni metodi ta modeli v opodatkuvanni, biznesi, ekonomitsi : zbirnik tez za materialami KHV Vseukrains'koi naukovo-praktichnoi internet-konferentsii. – Irpin': Universitet DFS Ukraini, 2019. – 950 s.– S. 657–660.
2. Bondarenko O.G., Strekha A.N. Analiz razvitiya demograficheskikh faktorov, vliyayushhikh na torgovoe obsluzhivanie sel'skogo naseleniya Belarusi / Oblikovo-analitichni j statistichni metodi ta modeli v opodatkuvanni, biznesi, ekonomitsi : zbirnik tez za materialami KHV Vseukrains'koi naukovo-praktichnoi internet-konferentsii. – Irpin': Universitet DFS Ukraini, 2019. – 950 s.– S. 661–663.
3. Grishina V.T., Kalugina S.A. Analiticheskie vozmozhnosti v upravlenii assortimentom torgovoj organizatsii // Rossijskoe predprinimatel'stvo. 2018. T. 19. № 11. S. 3347–3358.
4. Grishina V.T., Kalugina S.A., Lebedeva T.P. Metodicheskie aspekty upravleniya torgovym assortimentom // Biznes. Obrazovanie. Pravo. 2019. № 1(46). S. 149–154.
5. Ramazanov I.A., SHal'nova O.A., SHvajko V.V. Povedenie pokupatelej v ehpokhu global'nykh rynkov i novykh informatsionnykh tekhnologij // Ma-rketing v Rossii i za rubezhom. 2017. № 2. S. 31–41.
6. Nabieva A.R. Osobennosti mekhanizma zakupok sel'khozproduksii potrebkooperatsi-ey i metody ego regulirovaniya // EHkonomika sel'skokhozyajstvennykh i pererabatyvayushhikh predpriyatij. 2019. № 8. S. 76–81.
7. Dudukalova G.N., Tkach A.V., Nechitaylov A.S. The Development of the Dairy Market in Russia // Complex Systems: Innovation and Sustainability in the Digital Age. Editor. Aleksei V. Bo-goviz. – Springer Nature Switzerland AG. 2020. Vol. 1. Pp. 437–447.
8. Predprinimatel'stvo v prodovol'stvennom obespechenii: Monografiya / E.I. Bala-lova, A.A. Maksaev, N.A. Ovcharenko, A.E. Suglobov, A.V. Tkach. M.: Izdatel'sko-torgovaya korporatsiya «Dashkov i K^o», 2019. 244 s.

9. *Suglobov A.E., Tkach A.V.* Predprinimatel'stvo v sisteme potrebitel'skoj kooperatsii Rossii // *Ehkonomicheskie i gumanitarnye nauki, (OGU imeni I.S. Turgeneva)*. № 7(342). 2020. S. 102–113.

10. *Tkach A.V., Repushevskaya O.A., Balalova E.I.* The development of digital education in Russia and abroad as a necessary condition for the formation of a digital economy. *International Journal of Innovative Technology and Exploring Engineering (ISSN22783075-India-Scopus) – International Journal of Innovative Technology and Exploring Engineering (IJITEE) ISSN: 2278-3075*. 2019. Vol. 9. Issue-1. November. <https://www.scopus.com/sourceid/21100889409>.

11. *Maksaev A.A., Suglobov A.E., Tkach A.V.* Predprinimatel'stvo khozyajstvuyushhikh sub'ektov potrebitel'skoj kooperatsii v agropromyshlennom komplekse // *Fundamental'nye i prikladnye issledovaniya kooperativnogo sektora ehkonomiki*. Nauchno-teoreticheskij zhurnal. 2019. № 5. S. 8–17.

12. *Morozova N.I., Maksaev A.A., Tkach A.V.* Institutsional'naya model' innovatsionnogo razvitiya sistemy potrebitel'skoj kooperatsii: regional'nyj aspekt. *Institutsional'naya model' innovatsionnogo razvitiya sistemy potrebitel'skoj kooperatsii: regional'nyj aspekt [Tekst]: monografiya / pod red. N.I. Morozovoj, A.A. Maksaeva A.A., Tkacha A.V.* – Volgograd: PrinTerra-Dizajn, 2019. – 200 s.

13. *Maksaev A.A., Repushevskaya O.A., Tkach A.V.* Potrebitel'skaya kooperatsiya v sotsial'no-ehkonomicheskom razvitii infrastruktury sela // *Fundamental'nye i prikladnye issledovaniya kooperativnogo sektora ehkonomiki*. Nauchno-teoreticheskij zhurnal. 2019. № 4. S. 3–11.

14. *Suglobov A.E., Repushevskaya O.A., Tkach A.V., Dashkov L.P., Balalova E.I.* E-commerce development prospects in the entrepreneurship of the russian federation // *Revista Inclusiones*. 2020. Vol. 7. Rr. 342–349.

15. *Avetisyan YA.G., Bodrova T.V., Zubareva E.V.* Novye podkhody v nalogovom planirovanii ehkonomicheskoy bezopasnosti biznesa // *OpenScience*. № 2. T. 2. 2020. S. 23–29.

16. *Popova A.O., Avakyan YU.P., Arabyan M.S.* Osobennosti proektnogo upravleniya dlya dostizheniya stabil'nogo rosta investitsij // *OpenScience*. № 3. T. 2. 2020. S. 4–6.

Материал поступил в редакцию: 16.04.2021.