

Секция «Социологическое исследование современности: теории, методы, результаты»

**Качество обслуживания покупателей на предприятиях г. Йошкар - Олы**

**Иванова Мария Валентиновна**

*Студент (бакалавр)*

Поволжский государственный технологический университет, Йошкар-Ола, Россия

*E-mail: bmasha553@mail.ru*

УДК

Иванова Мария Валентиновна, Смирнова Мария Рудольфовна.

г. Йошкар-Ола, ФГБОУ ВПО «Поволжский

государственный технологический университет»,

направление Стандартизация и метрология (бакалавриат),

гр. СМ-21

Научные руководители:

**старший преподаватель Носова А.Н., ФГБОУ ВПО «ПГТУ»**

Республика Марий Эл

### **Качество обслуживания покупателей на предприятиях г. Йошкар-Олы**

Законодательство РФ защищает наши права, как покупателей, так и продавцов, и производителей. Знание законодательства помогает правильно вести себя в ситуациях, когда нарушаются те или иные права. В настоящее время это является актуальной проблемой не только покупателей, но и работодателей.

Не секрет, что рентабельность магазина сильно зависит от качества обслуживания покупателей. Конечно, в каждом уважающем себя магазине или сети магазинов есть определённый перечень стандартов обслуживания клиентов. И добросовестные работодатели стараются придерживаться этих стандартов.

Но никакой инструмент не имеет смысла без системы контроля. Сильным инструментом контроля соблюдения стандартов обслуживания покупателей, является — Тайный покупатель. Зачастую к этой системе «обращаются» работодатели.

Цель работы - оценить качество обслуживания на предприятиях города Йошкар-Олы.

Решаемые задачи:

- 1) провести анализ качества обслуживания, используя систему «Тайный покупатель»;
- 2) предложение определенных рекомендаций для работодателей для улучшения качества обслуживания.

Система оценки «Тайный покупатель» осуществляется с целью:

• оценки выполнения стандартов и качества обслуживания покупателей;

• определения направления в совершенствовании системы обслуживания покупателей (клиентов).

Система «Тайный покупатель» заключается в составлении легенды. Легенды тайных покупателей составляются соответственно задачам исследования.

Включают в себя:

- \* описание проблемы, с которой обращается тайный покупатель;
- \* варианты ответов на вопросы;
- \* составление анкет или оценочных листов (анкеты или опросные листы включают в себя вопросы, отвечающие поставленной задаче исследования);
- \* план визита тайного покупателя

В качестве объектов исследования были выбраны предприятия г. Йошкар-Олы такие как «Спортмастер» и «MODIS». Оценка торговых предприятий осуществляется под видом обычных покупателей. В ходе наблюдения просматривались следующие *аспекты* деятельности персонала предприятий:

&middot; Как встречают Покупателя?

&middot; Как работают продавцы, менеджеры?

&middot; Выполняют ли сотрудники стандарты обслуживания Покупателей?

&middot; Применяют ли продавцы технику продаж?

&middot; Как общаются сотрудники между собой в присутствии Покупателя?

&middot; Знают ли они свой товар?

&middot; Прилагают ли они реальные усилия для того, чтобы сделка состоялась?

&middot; Оценка качества обслуживания клиентов.

***При проведении проверки особое внимание уделялось таким параметрам, как:***

&sect; позиционирование продавца в торговой зоне;

&sect; своевременность реагирования продавца;

&sect; внешний вид продавца;

&sect; культура общения продавца;

&sect; выявление продавцом ваших потребностей;

&sect; знание продавцом товара и ассортимента;

&sect; работа кассового узла;

&sect; итоговое впечатление.

После посещения предприятий были заполнены анкеты по каждому предприятию и даны заключения (или комментарии).

Результаты исследования показали, что в магазинах есть недочеты связанные с работой продавцов. Например, если в магазине

«Спортмастер» имеются продавцы консультанты в торговом зале, то в магазине «Modis» продавцов вообще нет. Plusом в обоих магазинах является комфортность расположения товаров, приятная музыка. Данные магазины расположены в одном торговом центре и в благоприятном и посещаемом районе.

Таким образом, что данные торговые предприятия не полностью соответствуют параметрам проверки. Моменты, которые на наш взгляд, можно улучшить и доработать:

1. Необходимо разработать и внедрить в работу письменные стандарты обслуживания покупателей. Причем именно внедрить в процессе периодических тренингов, а не просто ознакомить под роспись.
2. Почти у всех сотрудников этап выяснения потребностей минимален. Задаются стандартные вопросы, на основании которых, по мнению покупателя, проводят хорошую презентацию не подходящих им товаров.
3. Необходимо отработать навыки работы продавца на стадии вступления в контакт.

### **Слова благодарности**

Здравствуйтесь, представленная тема возможно не затрагивает обширную область, но мы бы хотели представить качество обслуживания на предприятиях в нашем городе, используя систему тайный покупатель.