

Е. И. ТУРЧЕНКО, К. П. БОРОВИКОВА  
Научный руководитель С. А. АЛЕКСАНДРОВА  
БЕЛОРУССКО-РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

При выполнении работы была произведена оценка качества и культуры обслуживания в торговле по следующим направлениям:

- общая характеристика магазина;
- материально-техническая база;
- внешнее и внутреннее оформление магазина;
- формы и методы продажи товаров;
- ассортимент предлагаемых товаров;
- «оформление» товара;
- оказание торговых услуг;
- торговый персонал и культура обслуживания покупателей;
- эстетика торгового обслуживания

В качестве объекта исследования были выбраны два магазина: фирменный магазин косметики БЕЛИТА-ВИТЭКС и фирменный магазин косметики и парфюмерии YVES ROCHER. Магазин косметики и парфюмерии YVES ROCHER является эталонным, более современным, так как учитывает все аспекты прогрессивных методов и форм продажи товаров и более активно сотрудничает с покупателем, привлекая тем самым большее количество потребителей, вследствие чего увеличивается эффективность работы данного магазина.

Организация продажи товаров в магазине косметики БЕЛИТА-ВИТЭКС требует совершенствования. Можно дать следующие рекомендации для совершенствования его работы:

- изменение планировки магазина – расположить фирменное оборудование в центре торгового зала, изменить расположение кассы и траекторию движения покупателей, что позволит повысить эффективность использования торговой площади;
- применение фирменного оборудования и специальной выкладки товара, прежде всего для новых и акционных товаров, что в результате скажется на увеличении объема товарооборота;
- больше рекламной информации о товарах на внешних витринах;
- проведение акций, предоставление скидок, что позволит привлечь дополнительных покупателей, увеличит средний размер покупки, и, как следствие, приведет к увеличению товарооборота магазина;
- расширение спектра предоставляемых услуг;
- улучшение оформления наружных витрин и их регулярное обновление оформления.