

Макаров Владимир Васильевич

доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой экономики и управления в связи Санкт-Петербургского государственного университета телекоммуникаций им. проф. М.А. Бонч-Бруевича

Смирнова Виктория Владимировна

аспирант кафедры экономики и управления в связи Санкт-Петербургского государственного университета телекоммуникаций им. проф. М.А. Бонч-Бруевича

КАЧЕСТВО В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ: В ПОИСКАХ ОПТИМАЛЬНОГО ПОДХОДА

Аннотация:

Качество торговой услуги является комплексным показателем, который характеризуется параметрами не только товара, но в первую очередь услуги по его реализации. Применяемые в розничной торговле подходы к управлению качеством направлены либо на точечный контроль товаров или технологических процессов, либо на комплексное обеспечение качества всей номенклатуры критериев торговой услуги. Авторы делают вывод, что второй подход является наиболее эффективным с точки зрения обеспечения конкурентной позиции предприятия на рынке.

Ключевые слова:

показатели качества торговой услуги, эволюция способов управления качеством, комплексный подход к управлению качеством в ретейле.

Makarov Vladimir Vasilyevich

D.Phil. in Economics, Professor, Head of Communications Economics and Management Department, Saint Petersburg State University of Telecommunications

Smirnova Viktoria Vladimirovna

PhD student, Communications Economics and Management Department, Saint Petersburg State University of Telecommunications

QUALITY IN RETAIL BUSINESS: TRYING FOR THE BEST APPROACH

Summary:

The retail service quality is a complex indicator that should be characterized not only by parameters of commodity quality, but also by the quality of service. Existing approaches to quality assurance in retail business are focused either on goods and technology quality control, or on ensuring the quality of all the list of service quality indicators. The authors conclude that the second approach is the most efficient if the company's goal is to achieve the competitive position in the market.

Keywords:

retail service indicators, evolution of quality assurance methods, integrated approach to quality management in retail business.

Качество товаров и услуг, реализуемых в торговых предприятиях, всегда пользовалось вниманием со стороны потребителей. Повышение уровня жизни населения России стимулировало возрастание интереса к критерию качества как фактору экономической, социальной, экологической безопасности [1]. В настоящее время сетевая розничная торговля является одной из самых быстрорастущих отраслей непродуцированной сферы в нашей стране, что обуславливает потребность в применении особого подхода к управлению качеством, представляющим собой одно из важнейших конкурентных преимуществ на рынке.

В зависимости от различного понимания цели управления качеством – обеспечения клиента качественной, т. е. безопасной, продукцией или удовлетворения всего комплекса потребностей покупателя – торговое предприятие может применять разные методы в данной области. Согласно модели Н. Кано [2], существуют три уровня удовлетворенности качеством продукта: ожидаемое, желаемое и привлекающее (волнующее) (рисунок 1).

Соответствующий только требованиям нормативно-технической документации (далее – НТД) товар позволяет удовлетворять потребность клиента в ожидаемом качестве, но никогда не сможет обеспечить желаемого или привлекающего качества. Однако безопасный и отвечающий НТД продукт может быть неинтересен клиенту и не удовлетворит какой-либо из его потребностей, так как оценка качества всегда носит субъективный характер.

Нормативным документом, устанавливающим критерии качества услуги, является стандарт ГОСТ Р 55812–2013 «Услуги торговли. Номенклатура показателей качества услуг торговли» [3]. Согласно этому акту показатели качества можно условно разделить на следующие группы, направленные на удовлетворение потребностей разных заинтересованных сторон:

- 1) обеспечение безопасности жизни, здоровья и имущества потребителей при приемке, транспортировке, хранении, предпродажной подготовке, выкладке и реализации;
- 2) обеспечение экологической безопасности и охраны окружающей среды;
- 3) удовлетворение потребности клиента (назначение, наличие товаров надлежащего качества, соответствие услуг торговли ожиданиям потребителей);
- 4) обеспечение эргономичности, этичности, эстетичности, технологичности услуги и качества работы (профессионального уровня) персонала торгового предприятия.

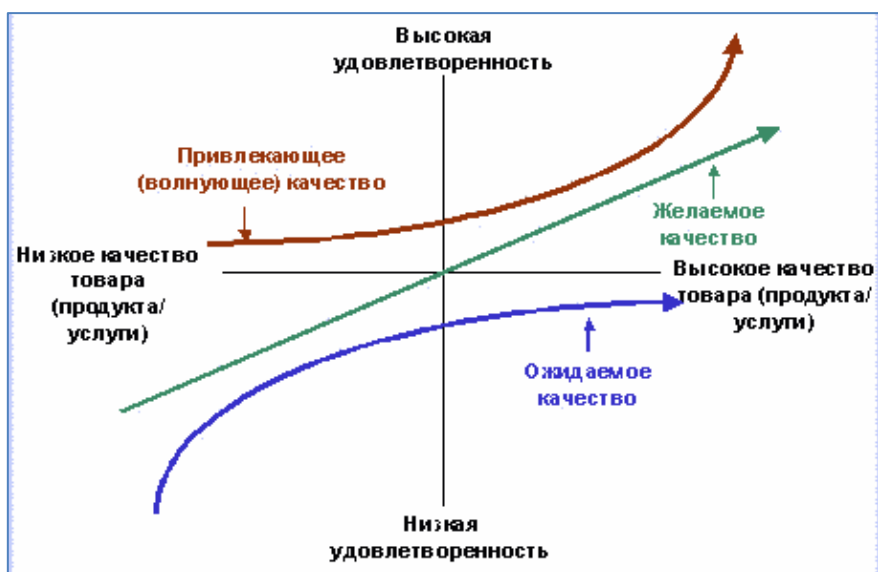


Рисунок 1 – Три уровня удовлетворенности качеством продукта

Таким образом, качество реализуемого в торговых предприятиях товара должно обеспечиваться с помощью контроля параметров не только товара, но в первую очередь – услуги по его реализации. Это вызывает потребность в применении комплексного подхода к управлению качеством в ретейле (рисунок 2).



Рисунок 2 – Перечень показателей качества торговой услуги

Качество всего перечня параметров торговой услуги должно обеспечиваться посредством реализации требований к следующим аспектам деятельности торгового предприятия:

1. К характеристикам отдельных видов продукции. Устанавливаются в России ГОСТами, спецификациями, технологической документацией и прочей НТД; за границей – Codex Alimentarius («Продовольственный кодекс», созданный в 1963 г. Продовольственной и сельскохозяйственной организацией ООН и Всемирной организацией здравоохранения для разработки согласованных международных стандартов на пищевые продукты в целях охраны здоровья потребителей и обеспечения добросовестности торговли).

2. К производственной среде (зданиям, сооружениям, помещениям, оборудованию, инвентарю, персоналу). Призваны обеспечить такую организацию технологических процессов, при которых исключены все факторы, негативно влияющие на качество и безопасность продукта. Данные параметры зафиксированы в России в санитарно-гигиенических правилах и нормах, строительных нормах; соответствующие практические рекомендации существуют и за рубежом (гигиенические – Good Hygienic Practice, производственные – Good Manufacturing Practice).

3. К обеспечению безопасности при производстве отдельных видов продукции. В России зафиксированы в соответствующих ГОСТах, НТД, правилах; за рубежом – в стандартах, разработанных разными объединениями предпринимателей, правительственными организациями.

Например, Primus GFS Standard для сельскохозяйственных культур, Canada Good Agricultural Practices для переработчиков и производителей овощей и фруктов, Global Red Meat Standard для выпуска мяса, Global Aquaculture Alliance Seafood Processing Standard для производителей всех видов рыб и ракообразных, за исключением лососевых.

4. К обеспечению безопасности на отдельных этапах жизненного цикла продукта. В России регулируются соответствующими нормативными документами, правилами. За границей установлены в стандартах, разработанных объединениями предпринимателей: IFS PAC Secure – при изготовлении упаковочных материалов; IFS Logistics – для фирм, обеспечивающих весь комплекс логистических услуг, включая хранение, дистрибуцию и транспортировку, а также операции по загрузке и разгрузке; IFS Food Store – для контроля качества в магазинах торговых сетей (используется во Франции при аудитах ретейлеров по обращению с пищевой продукцией).

5. К обеспечению безопасности на протяжении всего цикла производства пищевой продукции. Создавались торговыми сетями или комиссиями по заданию правительства: IFS Food – международный стандарт на пищевую продукцию; Food Safety System Certification 22000 – схема сертификации производителей пищевой продукции, признаваемая ассоциацией торговых сетей; British Retail Consortium Standard for Food Safety – британский стандарт консорциума операторов розничной торговли по пищевой безопасности; Safe Quality Food CODE – кодекс обеспечения безопасной пищевой продукции.

Необходимо отметить, что во всех перечисленных документах основное внимание уделяется качеству товара, а не торговой услуги. Несмотря на то что методы контроля качества товаров эволюционировали с течением времени: первоначально анализировались преимущественно параметры самих товаров, затем технологические процессы, производственная среда и средства производства (персонал, инвентарь, оборудование), впоследствии регламентации подверглись также транспортировка и хранение.

Однако стандартизация практически обошла стороной обращение с продукцией в торговом предприятии. Во многом это объясняется тем фактом, что почти все указанные документы разработаны представителями торговой сферы, перед которыми стояла иная цель – предотвратить поступление небезопасной продукции в торговые сети. Лишь с развитием идеологии всеобщего управления качеством и изменением подхода к качеству, которое стало восприниматься как главный показатель эффективности управления фирмой, в область, подлежащую контролю, была включена вся цепочка от производителя к конечному потребителю, в том числе деятельность торговых сетей.

Всемирной организацией по стандартизации (ISO) были разработаны универсальные стандарты, область действия которых распространялась не только на производителей пищевой продукции, но и на деятельность торговых предприятий. Одним из таких стандартов является ISO 22000 (российская версия – ГОСТ Р ИСО 22000–2007 «Системы менеджмента безопасности пищевой продукции. Требования к организациям, участвующим в цепи создания пищевой продукции»). Другим универсальным документом, требования которого возможно применять для обеспечения комплексного подхода к управлению качеством торгового предприятия, служит ISO 9000 (ГОСТ Р ИСО 9001–2015 «Системы менеджмента качества. Требования»).

В заключение необходимо отметить, что в настоящее время перед торговыми предприятиями стоит выбор: либо точечный контроль качества товаров или технологических процессов, либо комплексный подход к обеспечению качества всей номенклатуры показателей торговой услуги. По нашему мнению, второй способ является наиболее эффективным с точки зрения обеспечения конкурентной позиции компании на рынке.

Благодаря применению данного подхода торговое предприятие может консолидировать все требования заинтересованных сторон в единую систему [4], основанную на положениях стандарта ИСО 9001. Поскольку в данном стандарте версии 2015 г. основное внимание уделяется рискам, это позволит реализовать лучшие мировые практики в разных областях деятельности торговой фирмы, за счет синергетического эффекта обеспечить качество всего комплекса параметров торговой услуги, а значит, удовлетворить потребности всех клиентов.

Ссылки:

1. Макаров В.В., Смирнова В.В. Эволюция оценки качества услуг // О некоторых вопросах и проблемах экономики и менеджмента : сборник научных трудов по итогам международной научно-практической конференции. № 3. Красноярск, 2016. С. 258.
2. Модель Кано [Электронный ресурс]. URL: <http://www.fdfgroup.ru/?id=281> (дата обращения: 26.12.2016).
3. ГОСТ Р 55812–2013. Услуги торговли. Номенклатура показателей качества услуг торговли [Электронный ресурс]. URL: <http://meganorm.ru/Data2/1/4293773/4293773821.pdf> (дата обращения: 26.12.2016).
4. Макаров В.В. Методологические подходы к созданию интегрированной системы менеджмента качества (ИСМК) в инфокоммуникациях // Век качества. 2011. № 6. С. 30–32.

References:

Makarov, VV 2011, 'Methodological approaches to the creation of the Integrated Quality Management System (IQMS) in infocommunications', *Vek kachestva*, no. 6, pp. 30-32, (in Russian).

Makarov, VV & Smirnova, VV 2016, 'Evolution of the quality of services assessment', *O nekotorykh voprosakh i problemakh ekonomiki i menedzhmenta : sbornik nauchnykh trudov po itogam mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii*, no. 3, Krasnoyarsk, p. 258, (in Russian).