

УДК 339
ББК 65.422
Д-35

Авторы:

Депутатова Елена Юрьевна – кандидат экономических наук, доцент базовой кафедры торговой политики РЭУ им. Г.В. Плеханова;

Зверева Анна Олеговна – кандидат экономических наук, доцент базовой кафедры торговой политики РЭУ им. Г.В. Плеханова;

Ильяшенко Светлана Борисовна – кандидат экономических наук, доцент базовой кафедры торговой политики РЭУ им. Г.В. Плеханова.

Рецензенты:

О.А. Митяева – кандидат экономических наук, доцент;

Е.В. Голубцова – кандидат экономических наук, доцент.

Депутатова Е.Ю.

Д-35 Качество и культура торгового обслуживания в контексте влияния на конкурентоспособность в розничной торговле: Учебное пособие для бакалавров / Е.Ю. Депутатова, А.О. Зверева, С.Б. Ильяшенко. – 3-е изд. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2022. – 181 с.

ISBN 978-5-394-04729-9

Учебное пособие содержит описание подходов к изучению качества и культуры торгового обслуживания, определение их роли в возрастающей конкурентной борьбе и систематизацию подходов к изучению степени удовлетворенности качеством обслуживания.

Для студентов бакалавриата, обучающихся по направлению подготовки «Торговое дело», а также для работников предприятий торговли.

ISBN 978-5-394-04729-9

© Депутатова Е.Ю., Зверева А.О.,
Ильяшенко С.Б., 2019

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	5
Глава 1. Основы управления качеством торгового обслуживания	9
1.1. Сущность и содержание понятия «качество торгового обслуживания» в розничной торговле.....	9
1.2. Методы управления качеством торгового обслуживания	21
1.3. Услуги розничной торговли. Специальные услуги	23
1.4. Пути повышения качества торгового обслуживания. Разработка стандартов торгового обслуживания.....	25
Глава 2. Теоретические основы конкурентоспособности торгового предприятия.....	49
2.1. Понятие конкурентоспособности торгового предприятия	49
2.2. Методы оценки конкурентоспособности торгового предприятия.....	54
2.3. Формирование конкурентных преимуществ торгового предприятия.....	63
Глава 3. Организация рекламной деятельности в торговом предприятии.....	66
3.1. Сущность и цели рекламной деятельности торгового предприятия.....	66
3.2. Организация рекламной деятельности.....	70
3.3. Методы оценки эффективности рекламной деятельности.....	72
3.4. Программы лояльности и их место в формировании коммуникативных преимуществ торгового предприятия.....	78
Глава 4. Ресурсный потенциал торговой организации и его влияние на конкурентоспособность	91
4.1. Понятие ресурсного потенциала.....	91
4.2. Оценка влияния факторов на уровень производительности труда.....	99

4.3. Направления совершенствования качественных характеристик персонала торговой организации	104
4.4. Методы стимулирования персонала торговых организаций	109
4.5. Методика внедрения стандартов и обеспечение контроля за их соблюдением.....	126
4.6. Работа персонала и обеспечение качественного обслуживания	128
Глава 5. Технологии мерчандайзинга в формировании атмосферы магазина	136
5.1. Понятие атмосферы розничного торгового предприятия	136
5.2. Выкладка товаров в торговых залах	146
Глава 6. Ассортиментная политика розничного торгового предприятия	152
6.1. Понятие ассортимента и его показатели	152
6.2. Ассортиментная политика торговых предприятий.....	157
6.3. ABC-анализ	162
6.4. XYZ-анализ	164
6.5. Совмещенный ABC- и XYZ-анализ.....	167
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	170
КЕЙСЫ	172
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	176