

*Жинкина Екатерина Александровна*

магистрант

*Белый Виктор Иванович*

канд. техн. наук, старший преподаватель

ФГБОУ ВО «Донской государственный

технический университет»

г. Ростов-на-Дону, Ростовская область

## **УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ В ТОРГОВЛЕ**

*Аннотация:* в данной статье авторами рассмотрена процедура управления качеством в торговле, факторы, определяющие уровень торгового обслуживания. Исследователями отмечается также, что добиться повышения качества торговых услуг можно путем привлечения потребителей к оценке качества этих услуг.

*Ключевые слова:* управление качеством, торговля, поставщик, аудит, система менеджмента качества, качество товаров, качество услуг.

Управление качеством в торговле и в других отраслях промышленности и народного хозяйства основывается на одних и тех же принципах, но в то же время имеет свои особенности.

Важную роль в торговле играют связи с поставщиками. Поэтому процедура проверки добросовестности поставщика является необходимой. Некоторые крупные европейские компании требуют прохождения сертификации поставщиком, на соответствие определенным требованиям. Аудит поставщиков сторонними специалистами является главным инструментом таких проверок [1].

В процессе аудита осуществляется проверка:

1. Производственной мощности поставщика.
2. Наличия складских помещений и условий в них.
3. Системы менеджмента качества.
4. Транспорта и логистики.
5. Информационной системы [2].

В процессе проверки поставщика необходимо определить, в состоянии ли он осуществлять своевременную доставку товаров надлежащего качества.

Управление качеством в торговых организациях – это комплекс работ, направленных на повышение производительности и качества товаров. Осуществление таких мероприятий должно строго контролироваться на каждой стадии.

Система менеджмента качества в торговле должна быть тесно связана с системой менеджмента предприятия в области качества. В этой деятельности должны принимать участие все отделы и подразделения.

Высокий уровень торгового обслуживания определяют:

1. Квалификация сотрудников.
2. Ассортимент предлагаемых товаров.
3. Соблюдение норм и правил работы.
4. Объем дополнительных услуг.
5. Уровень сервиса.
6. Конструктивные решения.
7. Санитарно-гигиенические и эстетические условия в торговом помещении

[3].

На современном конкурентном рынке залогом успеха предприятия является поддержание конкурентоспособности его товаров и услуг.

Добиться повышения качества торговых услуг можно путем привлечения потребителей к оценке качества этих услуг. Анкетирование – один из способов получения независимых оценок, касающихся качества обслуживания, доступности цен и пожеланий потребителя [1].

Таким образом, управление качеством в торговле – это четкое распределение прав и обязанностей, увеличение ассортимента, материальное и моральное стимулирование, анализ факторов, оказывающих влияние на качество обслуживания [3].

### ***Список литературы***

1. Семин О.А., Сайдашева В.А., Панюкова В.В. Сервис в торговле. В 3 кн. Кн. 1: Маркетинг и управление качеством в торговле: Учеб. пособие. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Дело и Сервис, 2006. – 232 с.
2. Ильенкова С.Д. Управление качеством: Учебник для вузов / С.Д. Ильенкова, Н.Д. Ильенкова, В.С. Мхитарян. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юнити-Дана, 2003. – 334 с.
3. Управление качеством в торговле [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.iksystems.ru/a147/>