

# Шкала оценки преимуществ торгового предприятия

# Оценочная шкала, баллы

5 (отлично)

4 (хорошо)

3 (удовл.)

2 (неудовл.)

1 (плохо)

## Фактор №1 «Цена»

Цены низкие (ниже средних) полностью удовлетворяют потребителей при соответствующем качестве товаров и обслуживания

Цены средние и полностью удовлетворяют потребителей, соответствующим качеству товаров и обслуживания

Цены выше средних, но удовлетворяю потребителей при соответствующем качестве товаров и обслуживания

Цены существенно завышены и не удовлетворяют потребителей

Цены слишком завышены и не соответствующим качеству товаров и обслуживания



# Оценочная шкала, баллы

5 (отлично)

4 (хорошо)

3 (удовл.)

2 (неудовл.)

1 (плохо)

## Фактор №2 «Ассортимент»

Очень широкий. Присутствуют все группы и подгруппы товаров. Каждая подгруппа имеет несколько видов и наименований товаров. В ассортименте присутствуют сопутствующие товары. Ассортимент устойчив, присутствуют новые виды и наименования продукции

Широкий. Присутствуют все группы и подгруппы товаров. В ассортименте присутствуют сопутствующие товары. Ассортимент устойчив, присутствуют новые виды и наименования продукции

Недостаточно широкий. Присутствуют все группы товаров, но не все товары, все подгруппы. Продажа сопутствующих товаров ограничена. Присутствие новых товаров незначительно. Ассортимент недостаточно устойчив

Узкий. Присутствуют не все группы товаров. Сопутствующие и новые товары отсутствуют. Ассортимент неустойчив

Очень узкий. Присутствует ограниченное число товарных групп. Сопутствующие и новые товары отсутствуют. Ассортимент неустойчив.



# Оценочная шкала, баллы

5 (отлично)

4 (хорошо)

3 (удовл.)

2 (неудовл.)

1 (плохо)

## Фактор №3 «Качество товаров»

Очень высокое.  
Органолептические  
показатели товаров  
Полностью  
Удовлетворяют  
Потребителей. Сроки  
реализации всегда  
соответствуют  
требованиям  
нормативных  
документов,  
соблюдены режимы  
хранения и правила  
продажи

Высокое.  
Органолепти  
ческие  
показатели  
товаров  
удовлетворя  
ют  
потребителей  
. Соблюдены  
сроки  
реализации,  
режимы  
хранения и  
правила  
продажи

Невысокое.  
Органолептич  
еские  
показатели не  
всегда  
удовлетворяю  
т  
потребителей.  
Соблюдены  
сроки  
реализации,  
режимы  
хранения и  
правила  
продажи

Низкое.  
Органолептич  
еские  
показатели  
товаров очень  
часто не  
удовлетворяю  
т  
потребителей.  
Не всегда  
соблюдены  
сроки  
реализации,  
режимы  
хранения и  
правила  
продажи

Очень низкое.  
Органолептич  
еские  
показатели  
товаров не  
удовлетворяю  
т  
потребителей.  
Очень часто  
не  
соблюдаются  
сроки  
реализации,  
режимы  
хранения и  
правила  
продажи



# Оценочная шкала, баллы

5 (отлично)

4 (хорошо)

3 (удовл.)

2 (неудовл.)

1 (плохо)

## Фактор №4 «Культура обслуживания»

Очень высокая. Персонал всегда вежлив и тактичен с покупателями, может дать квалифицированную консультацию. Обеспечена реализация прав потребителей в соответствии с Законом. Величина торговой площади и оперативность обслуживания никогда не допускают очередей

Высокая. Персонал обычно вежлив и тактичен с покупателями, может дать консультацию о товарах. Обеспечена реализация прав потребителей в соответствии с Законом. Величина торговой площади и оперативность обслуживания обычно не допускают очередей

Невысокая. Персонал не всегда вежлив и тактичен с покупателями, не всегда может дать консультацию о товаре. Не полностью обеспечена реализация прав потребителей в соответствии с Законом. Величина торговой площади и оперативность обслуживания иногда создают очереди

Низкая. Персонал не всегда вежлив и тактичен с покупателями, не всегда может дать консультацию о товаре. Не полностью обеспечена реализация прав потребителей в соответствии с Законом. При обслуживании очень часто создаются очереди

Очень низкая. Персонал не всегда вежлив и тактичен с покупателями, очень часто не может дать консультацию о товаре. Не обеспечена реализация прав потребителей в соответствии с Законом. При обслуживании всегда создаются очереди



# Оценочная шкала, баллы

5 (отлично)

4 (хорошо)

3 (удовл.)

2 (неудовл.)

1 (плохо)

## Фактор №5 «Удобство размещения относительно других объектов»

Очень удобно. Рядом размещены крупные объекты торгового и бытового обслуживания, крупные объекты организации отдыха и досуга, административные объекты	Удобно. Относительно рядом размещены некоторые крупные объекты торгового и бытового обслуживания, а также некоторые другие объекты подобного назначения, организации отдыха и досуга, размещены также объекты локального значения. Относительно близко находятся админ. объекты	Не очень удобно. Крупные объекты торгового и бытового обслуживания, организации отдыха и досуга, админ. объекты находятся в отдалении. Подобные предприятия - конкуренты размещены относительно рядом	Неудобно. Крупные объекты торгового и бытового обслуживания, организации отдыха и досуга, административные объекты значительно отдалены. Отдалены объекты локального значения	Очень неудобно. Все объекты торгового и бытового обслуживания, организации отдыха и досуга, административные объекты размещены очень далеко
---	---	---	---	--



# Оценочная шкала, баллы

5 (отлично)

4 (хорошо)

3 (удовл.)

2 (неудовл.)

1 (плохо)

## Фактор №6 «Удобство размещения относительно транспортной сети»

Очень удобно. Рядом размещены остановки общественного транспорта с наличием большого количества маршрутов; стоянки такси; хорошо организованы подъездные пути и стоянки для личного автотранспорта	Удобно. Относительно рядом находятся остановки общественного транспорта с большим количеством маршрутов, либо они размещены рядом, но количество маршрутов ограничено. Относительно рядом есть стоянки такси. Организованы подъездные пути и стоянки для личного автотранспорта	Не очень удобно. Остановки общ. транспорта с большим количеством маршрутов находятся в отдалении, рядом могут размещаться остановки транспорта с ограниченным количеством маршрутов. Стоянки такси отдалены. Плохо организованы подъездные пути и стоянки личного	Неудобно. Остановки общественного транспорта с большим количеством маршрутов значительно отдалены. Стоянки такси значительно отдалены. Не организованы подъездные пути и стоянки личного автотранспорта	Очень неудобно. Все остановки общественного транспорта размещены очень далеко. Стоянки такси далеко. Нет подъездных путей и стоянок личного автотранспорта
--	---	---	---	--



## Оценочная шкала, баллы

5 (отлично)

4 (хорошо)

3 (удовл.)

2 (неудовл.)

1 (плохо)

### Фактор №7 «Режим работы»

Очень  
удобный.

Круглосуточно  
без перерыва  
на обед

Удобный.

С 8 до 22  
часов без  
перерыва на  
обед

Не очень  
удобный.

С 8 до 20  
часов,  
перерыв на  
обед

Неудобный.

С 8 до 18  
часов,  
перерыв на  
обед

Очень  
неудобный.

С 9 до 18  
часов,  
перерыв на  
обед





# Оценочная шкала, баллы

5 (отлично)

4 (хорошо)

3 (удовл.)

2 (неудовл.)

1 (плохо)

## Фактор №8 «Интерьер»

Очень уютный. Интерьер магазина создает очень благоприятную атмосферу, способствует правильному выбору и приобретению товаров. Все дизайнерские решения соответствуют требованиям современности (оформление витрин, размещение торгового оборудования, освещение и т.п.)

Уютный. Интерьер магазина создает благоприятную атмосферу, но не всегда может способствовать правильному выбору и приобретению товаров. Не все дизайнерские решения соответствуют современным требованиям

Не очень уютный. Создана не очень благоприятная атмосфера для правильного выбора и приобретения товаров. Лишь некоторые дизайнерские решения соответствуют требованиям современности

Неуютный. Создана неблагоприятная атмосфера для выбора и приобретения товаров. Дизайнерские решения не соответствуют требованиям современности

Очень неуютный. Создана очень неблагоприятная атмосфера для выбора и приобретения товаров. Все дизайнерские решения не соответствуют требованиям современности



## Оценочная шкала, баллы

5 (отлично)

4 (хорошо)

3 (удовл.)

2 (неудовл.)

1 (плохо)

### Фактор №9 «Посещаемость»

Очень часто  
.... раз в  
неделю,  
месяц

Част  
.... раз в  
неделю,  
месяц  
0

Нечасто  
.... раз в  
неделю,  
месяц

Редко  
.... раз в  
неделю,  
месяц

Очень  
редко,  
никогда  
.... раз в  
неделю,  
месяц



# Балльная оценка предприятия и конкурентов

Оценочные критерии	Торговое предприятие (объект исследования)	Конкурент 1	Конкурент 2	Конкурент 3
1. Цены на товары	5	3	4	5
2. Ассортимент	4	3	4	4
3. Качество товаров	3	4	5	3
4. Культура обслуживания	5	3	5	4
5. Удобство размещения относительно других объектов	3	4	3	3
6. Удобство размещения относительно транспортной сети	4	4	3	5
7. Режим работы	4	4	5	3
8. Интерьер	5	4	3	4
9. Посещаемость	4	3	4	4

# Многоугольник конкурентоспособности торгового предприятия (пример)

