

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 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)

