

МЕТОД «ТОЧОК СТИКАННЯ»

Кобченко В.А.

Науковий керівник: Шинкаренко В.Г., д.е.н., професор
Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Метод «точок стикання» надає можливість систематизованого аналізу всього процесу обслуговування споживачів шляхом його структуризації і подання у вигляді окремих етапів.

Етапи оцінки рівня задоволеності споживачів:

1. Визначення об'єкта і суб'єкта опитування. Об'єкт – це процес або явище, яке має проблему й обране для вивчення, а суб'єкт – це респондент опитування.

2. Встановлення показників, що характеризують якість обслуговування. Ці показники будуть отримані шляхом опитування респондентів. Перш за все необхідно встановити склад показників, що характеризують якість обслуговування споживачів. Усі показники повинні бути пов'язані із використанням послуги.

3. Опитування респондентів і визначення внеску окремих складових якості в загальний погляд споживачів на якість обслуговування.

Оцінка ваги (значущості) обраних показників. В ході досліджень було опитано n споживачів, що користуються автотранспортною послугою та було запропоновано їм оцінити вагу (значущість) кожного показника з використанням 5-ти бальної шкали.

4. Кожна якісна оцінка характеризується від 1 до 5 балів.

Для отримання нормованої ваги H_i необхідно:

$$H_i = (x_{i \text{ сеп}} / \sum x_{i \text{ сеп}}) \cdot 100,$$

де $x_{i \text{ сеп}}$ – середні значення ваги показника, бали;

$\sum x_{i \text{ сеп}}$ – сума середніх значень ваги показника, балів.

На наступному етапі дослідження споживачі повинні оцінити якість обслуговування по кожному показнику з використанням п'ятибальної шкали, розраховуються сумарні показники за кожною оцінкою.

Далі на основі даних, отриманих на попередньому етапі потрібно визначити середні оцінки задоволеності споживачів якістю обслуговування по кожному із обраних показників:

$$ЗC_{i \text{ сеп}} = \frac{\sum (n_i \cdot x_i)}{\sum n}$$

де x_i – кількісна оцінка задоволеності споживачів i -го показника, бали;

n_i – число респондентів відповідних до оцінки якості по i -му показнику, чол.;
 $\sum n$ – загальне число респондентів.

5. Розрахунок середніх значень індексів задоволеності споживачів якістю послуг по кожному показнику. Для отримання більш повної картини рівня задоволеності клієнтів якістю обслуговування можна встановити також середні значення індексів задоволеності споживачів по кожному із обраних показників з використанням данник:

$$I_i = \frac{\sum(n_i \cdot \beta_i)}{100}$$

де β_i – шкала оцінки з використанням індексів.

6. Якщо нормативні середні значення індексів задоволеності споживачів менші за фактичні ($I_{\text{ф}} > I_{\text{н}}$) тоді процес оцінки рівня задоволеності споживачів потрібно починати спочатку, а якщо навпаки, розробляти висновки про можливі напрямки удосконалення рівня задоволеності споживачів.

Метод «точок стикання» не є складним, але потребує багато часу та грошей на його використання. Перспективи подальших досліджень цієї галузі пов'язані з розробкою цілісної системи якісного обслуговування споживачів у автотранспортних підприємствах та їх партнерах. Створення та покращення систем обслуговування залежить насамперед від зацікавленості самих споживачів. Завдяки цьому можна створити надання послуг таким чином, щоб задовольняти якомога більше споживачів.

Література:

1. Копанева И.Н. Как изменить удовлетворенность потребителя. *Методы менеджмента качества*. 2003. № 6. С. 21-26.
2. Дубровская Е.С. Методы оценки удовлетворенности потребителей. *Методы менеджмента качества*. 2006. № 4. С. 26-30.
3. Широченская И.П. Основные понятия и методы измерения лояльности. URL: <http://www/market/arhiv/2004/2/2.html> (дата обращения: 17.01.2019).

АНАЛІЗ ПІДХОДІВ ДО СУТНОСТІ ПОНЯТТЯ «СИНЕРГІЗМ НАБОРУ ОКРЕМИХ ВИДІВ БІЗНЕСУ ПІДПРИЄМСТВА»

Коваленко Д.В.

*Науковий керівник: Федорова В.О., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Одним з найважливіших завдань при виборі набору окремих видів бізнесу підприємства є забезпечення необхідного рівня взаємодії між його складовими,