

ОЦІНКА ЯКОСТІ РОБОТИ ПІДПРИЄМСТВА АВТОСЕРВІСУ

Андрусенко С.І., кандидат технічних наук
Іванушко О.М.

Постановка проблеми. Відповідно до визначення стандарту ДСТУ ISO 9000:2007 [1] якість – це ступінь, до якого сукупність власних характеристик задовольняє вимоги. Тобто для того, щоб оцінити якість певного об'єкту необхідно мати, по-перше, його суттєві характеристики, які чітко визначені кількісно або якісно, а також сформульовані вимоги до значень таких характеристик. Характеристики об'єкту можуть оцінюватись об'єктивно (кількісно), якщо їх можна виміряти засобами вимірювальної техніки з певною точністю або розрахувати, та суб'єктивно або якісно, шляхом суб'єктивного експертного або споживацького оцінювання. Так вимоги приймають ідеальні цільові значення таких характеристик. Об'єктивно характеризують діяльність підприємства показники його виробничої, комерційної або фінансової діяльності, відображені в балансі та звіті про прибутки та збитки. А суб'єктивною характеристикою є, наприклад, його імідж.

Оцінкою якості такого об'єкту як підприємство є процес визначення відповідності показників його діяльності сподіванням суб'єктів, які виконують таку оцінку. Можна стверджувати, що підприємство працює якісно якщо його роботою задоволені п'ять груп діючих суб'єктів (рис.1). Це клієнти підприємства, його персонал, власники, субпідрядники та суспільство в цілому.

Задоволення клієнтів від споживання продукту діяльності та від іміджу підприємства сприяє збільшенню кількості клієнтів, що є запорукою підвищення доходів та долі на ринку. Задоволений роботою та життям в цілому персонал забезпечує вищу продуктивність праці, краще ставиться до клієнтів, сприяє розвитку підприємства, що відображається на показниках діяльності та іміджі. Власники мають бути задоволені віддачею вкладеного капіталу. Задоволені власники вкладають більше коштів у розвиток підприємства. Підвищення дохідності підприємства та його ринкової вартості як сукупної вартості акцій приводить до збільшення кількості акціонерів, які вливають нові кошти в підприємство. Задоволеність субпідрядників сприяє довготривалому співробітництву, надійності та якості кооперації, встановленню взаємовигідних цін. Діяльність підприємства має приносити задоволеність суспільству завдяки корисності його діяльності та відсутності шкідливих наслідків.

Виходячи з цього побудова системи об'єктивних критеріїв які всебічно оцінюють діяльність підприємства є важливою задачею.

Аналіз останніх досліджень і публікацій показує, що у більшості досліджень оцінюють окремі сторони роботи підприємств такі, як якість продукції, якість бізнес-процесів, якість управління, і т.п. Комплексно підходять до оцінки якості підприємств світові премії з якості, такі як премія Демінга (Японія), національна премія з якості Малколма Болдріджа (США), Європейська премія з якості та ін. [2].

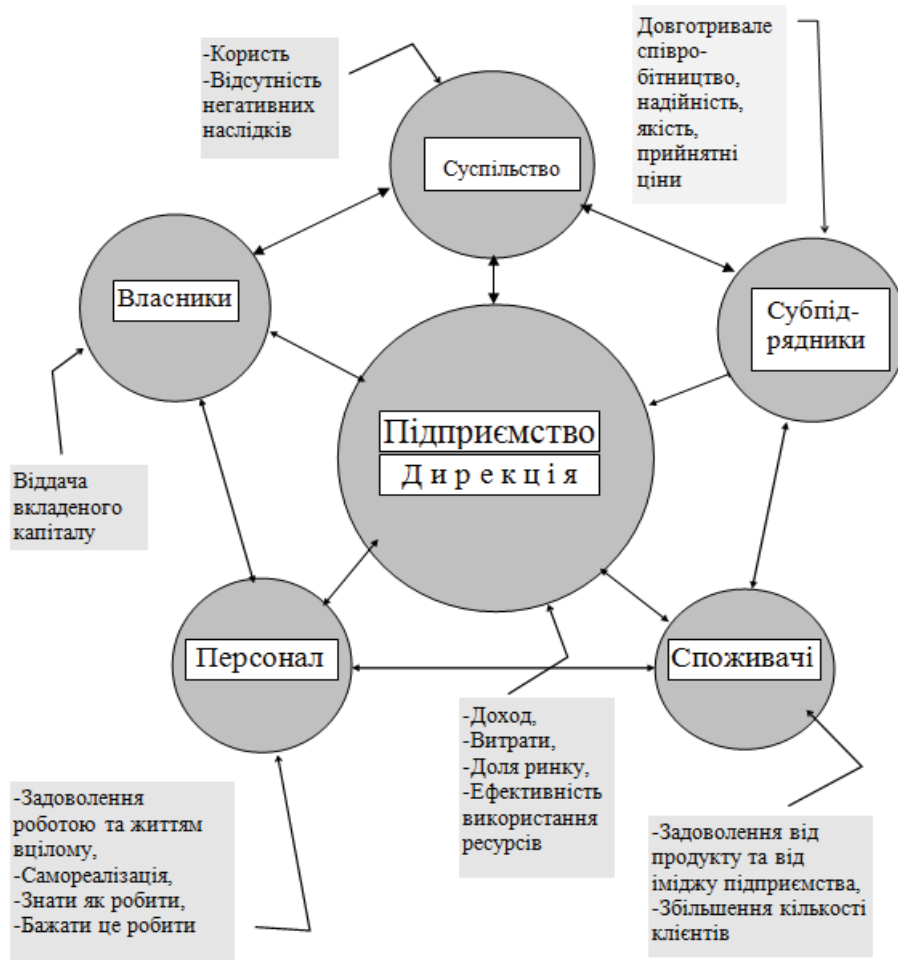


Рисунок 1. – Діючі суб'єкти, які мають бути задоволені роботою підприємства

Премія Демінга є японською нагородою за успішну розробку та застосування методів управління якістю у масштабах певної компанії. Критерії американської премії Болдріджа оцінюють лідерство, стратегічне планування, орієнтацію та споживача, вимірювання, аналіз та управління на основі знань, людські ресурси, оперативне управління, результати в бізнесі. Експерти Європейської премії з якості крім вищезазначених критеріїв також оцінюють партнерство та ресурси, процеси в організації, задоволеність споживачів та персоналу, вплив на суспільство, результати діяльності. Слід зауважити, що такі критерії носять загальний характер і не конкретизовані для окремих галузей діяльності, що у масштабах національних премій з якості є зрозумілим і логічним. Але для поточної оцінки діяльності підприємств на конкретному ринку, такому, наприклад, як ринок автосервісу, який має свою специфіку, корисно мати просту адаптовану систему показників для оцінки якості підприємства та його конкурентоспроможності.

Метою даної статті є побудова системи критеріїв, які дозволять комплексно оцінити якість роботи підприємства автосервісу з точки зору всіх зацікавлених груп діючих на ринку суб'єктів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Застосуємо для оцінки якості підприємства автосервісу описану вище концепцію, у відповідності до якої підприємство працює якісно якщо його роботою задоволені п'ять груп діючих суб'єктів: **клієнти підприємства, його персонал, субпідрядники, власники та суспільство в цілому.** Визначимо показники задоволеності цих груп діючих суб'єктів.

Клієнти. Задоволеність клієнтів якістю роботи підприємства пропонується визначити за такими показниками.

Інтегральний показник задоволеності – ступінь задоволеності клієнтів, наприклад, в балах 1...10. Визначається анкетуванням. Можна визначати й по фокус-групах. Доцільно охоплювати як клієнтів підприємства, так і потенційних споживачів власників автомобілів, які ще не є клієнтами підприємства.

Частка постійних клієнтів. Постійними можна вважати клієнтів, які звернулись до послуг підприємства два і більше разів.

Частка ринку по кількості можливих клієнтів, що обслуговує підприємство.

Питома кількість реклаमाцій. Визначається як відношення кількості рекламацій до кількості обслуговувань за певний період часу.

Питома вартість рекламацій. Розраховують як частка вартості рекламацій в обсязі реалізації послуг з технічного обслуговування (ТО) та ремонту автомобілів і продажу запчастин.

Цілі покращення можуть бути встановлені шляхом порівняння отриманих значень критеріїв з показниками подібних підприємств або з ідеальними значеннями.

Персонал. Корисно нагадати, що задоволений роботою і життям в цілому персонал є запорукою якісної та ефективної роботи підприємства. Визначимо критерії, які характеризують передумови та міру задоволеності персоналу. Для цього використаємо широко відому теорію мотивації Абрахама Маслоу [3]. Зміст цієї теорії полягає в тому, що задоволеність людини формується шляхом послідовного задоволення потреб різних рівнів. Таких рівнів п'ять. При цьому якщо не задоволені нижчі рівні потреб навіть при задоволенні вищих, людина не буде відчувати задоволення від життя в цілому. Такими рівнями в ієрархічному порядку від нижчих до вищих рівнів є: фізіологічні потреби (повітря, вода, їжа, секс, заробітна плата); безпека (здоров'я, майна, майбутнього); соціальні потреби (потреби в приналежності, дружбі, любові); потреби в визнанні (відзначення особистих досягнень, компетентності, повазі з боку оточуючих); потреба в самореалізації (реалізація своїх потенційних можливостей, зростання як особистості, отримання максимального задоволення від роботи).

Задоволеність працівника на таких ієрархічних рівнях може бути оцінена наступними критеріями:

- *Постійна та змінна частина зарплати;*
- *Соціальний пакет, пільги;*
- *Фізичні умови праці;*
- *Психологічний клімат, міжособові відносини;*
- *Стиль управління керівників;*
- *Стабільність та надійність робочого місця;*
- *Перспективи професійного та кар'єрного зростання;*
- *Зміст роботи;*
- *Режим праці та відпочинку;*
- *Самостійність в роботі, повноваження;*
- *Робота в команді, можливості спілкування та взаємодії з людьми;*
- *Повне та своєчасне інформування щодо ситуації та планів підприємства;*
- *Участь у корпоративних заходах;*
- *Корпоративна культура, цінності, правила та норми поведінки;*
- *Участь в обговоренні та прийнятті управлінських рішень;*
- *Престижність підприємства та роботи;*
- *Визнання з боку керівництва та колег (моральні заохочення, подарунки, призи, почесні звання);*
- *Займана посада, статус в організації;*
- *Особиста відповідальність та результати діяльності;*
- *Відчуття самореалізації.*

Для визначення стану справ співробітникам пропонується оцінити ступінь задоволеності, наприклад, від 1 до 10 по кожному з критеріїв.

При проведенні анкетування доцільно пропонувати працівникам вибір між такими формулюваннями ступеню задоволеності та його оцінкою як наведено в табл. 1.

Таблиця 1. – Розподіл оцінок за ступенем задоволеності.

Зовсім не задоволений		Не задоволений		Скоріше не задоволений		Задоволений		Повністю задоволений	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Після обробки даних анкетування керівництво може мати інтегральну характеристику задоволеності всього персоналу, окремо по кожному працівнику (у разі персоналізованого анкетування), за посадами, рівням керівництва або факторам, що досліджуються.

Субпідрядники. Субпідрядниками є організації які поставляють матеріальні, інформаційні, фінансові, інші ресурси та надають послуги підприємству. Використання субпідрядників є корисним для підприємства за умови, що підприємство не є в змозі виробляти подібні продукти, або якщо власне виробництво є більш витратним. В підприємстві автосервісу субпідрядниками є постачальники води, електроенергії, запасних частин, інформації щодо технологічних процесів ТО та ремонту, експлуатаційних матеріалів, виконавці деяких видів робіт з ТО та ремонту компонентів автомобіля і т.п.

Для закупівель в підприємстві звичайно існують спеціальні підрозділи. З точки зору системного підходу до управління підприємством у своїй діяльності такі підрозділи мають керуватися не задоволенням своїх локальних інтересів, а підпорядковувати свої цілі роботи досягненню глобальних цілей підприємства (наприклад, не практикувати закупівлі продукції недостатньої якості за мінімальними цінами, або викликати невдоволення субпідрядників співпрацею із-за необґрунтовано низьких цін). Задоволеність субпідрядників співпрацею сприяє довготривалому взаємовигідному співробітництву та позитивному внеску цих підприємств в ефективність роботи основного підприємства. Пропонується оцінювати ефективність співпраці наступними критеріями, значення яких можуть бути отримані шляхом анкетування субпідрядників за методикою, наведеною вище:

- *Контрактна дисципліна;*
- *Умови платежів;*
- *Платіжна дисципліна;*
- *Якість продукції;*
- *Прийнятні ціни;*
- *Обсяги постачання;*
- *Терміни постачання;*
- *Втрати при постачанні;*
- *Прозорість умов укладання контрактів;*
- *Довготривалість контрактів;*
- *Перспективи розвитку співпраці.*

Після обробки результатів анкетування можна визначити основні напрями покращення співпраці.

Власники. Власниками підприємства автосервісу як правило є юридичні або фізичні особи, які вклали кошти в розвиток підприємства. Власників здебільшого цікавлять такі критерії діяльності підприємства, як:

- *Віддача вкладеного капіталу;*
- *Ліквідність підприємства;*
- *Участь в управлінні;*
- *Перспективи розвитку підприємства;*
- *Ринкова вартість підприємства.*

Задоволеність або незадоволеність власників цими критеріями є основою для прийняття рішення про доцільність подальшого вкладання коштів у підприємство або його продаж. Оцінити ступінь задоволеності також можна за наведеною вище методикою.

Суспільство. З точки зору суспільства підприємство може бути оцінено за такими критеріями:

- *Імідж підприємства;*
- *Обсяг податкових надходжень;*
- *Створення робочих місць;*
- *Участь в благодійній діяльності;*
- *Шкідливий вплив на довкілля;*
- *Шкідливий вплив на суспільну мораль.*

Отримавши та обробивши відповідним чином результати, можна визначити рейтинг підприємства, визначити його сильні та слабкі сторони і намітити шляхи покращення ситуації.

Перспективи подальшого дослідження. Подальше дослідження має бути спрямовано на розробку методик визначення наведених вище показників та їх аналізу для реальних підприємств автосервісу.

ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. ДСТУ ISO 9000:2007. Системи управління якістю. Основні положення та словник термінів (ISO 9000:2005, IDT).

2. Маслов Д., Белокоровин Э. Сравнительный анализ мировых премий по качеству. «Стандарты и Качество», 2005, №5.

3. Абрахам Маслоу – Мотивация и личность / Перевод А.М.Татлыбаевой Abraham H. Maslow. Motivation and Personality (2nd ed.) N.Y.: Harper & Row, 1970; СПб.: Евразия, 1999
Терминологическая правка В.Данченко К.: PSYLIB, 2004.

РЕФЕРАТ

Андрусенко С.І., Іванушко О.М. Оцінка якості роботи підприємства автосервісу. / Сергій Іванович Андрусенко, Олександр Миколайович Іванушко // Вісник Національного транспортного університету. – К.: НТУ – 2013. – Вип. 27.

В статті визначені основні критерії, оцінка яких дає можливість визначити, у повній мірі, рівень якісної роботи підприємства автосервісу.

Об'єкт дослідження – клієнти підприємства автосервісу, його персонал, субпідрядники, власники та суспільство.

Мета роботи – побудова системи критеріїв, що дозволить комплексно оцінити якість роботи підприємства автосервісу в цілому, з точки зору всіх зацікавлених груп діючих на ринку суб'єктів.

Методи дослідження – системний аналіз показників задоволеності груп діючих суб'єктів.

Оцінкою якості такого об'єкту як підприємство є процес визначення відповідності показників його діяльності сподіванням суб'єктів, які виконують таку оцінку. Об'єктивно характеризують діяльність підприємства показники його виробничої, комерційної або фінансової діяльності, відображені в балансі та звіті про прибутки та збитки. А суб'єктивною характеристикою є, наприклад, його імідж. Встановлено, що задоволення клієнтів від споживання продукту діяльності та від іміджу підприємства сприяє збільшенню кількості клієнтів. Це є запорукою підвищення доходів підприємства та його долі на ринку. Задоволений роботою та життям в цілому персонал забезпечує вищу продуктивність праці, краще ставиться до клієнтів, сприяє розвитку підприємства, що відображається на показниках діяльності та іміджі. Власники мають бути задоволені віддачею вкладеного

капіталу. Задоволені власники вкладають більше коштів у розвиток підприємства. Підвищення дохідності підприємства та його ринкової вартості як сукупної вартості акцій приводить до збільшення кількості акціонерів, які вливають нові кошти в підприємство. Задоволеність субпідрядників сприяє довготривалому співробітництву, надійності та якості кооперації, встановленню взаємовигідних цін. Діяльність підприємства має приносити задоволеність суспільству завдяки корисності його діяльності та відсутності шкідливих наслідків.

Результати статті, можуть бути впроваджені в при створенні системи оцінки рейтингу підприємства автосервісу, визначення його сильних та слабких сторони, а також, для визначення шляхів покращення ситуації, в якій знаходиться підприємство.

Прогнозоване припущення щодо розвитку об'єкта дослідження – розробка методик визначення наведених вище показників та їх аналіз для реальних підприємств автосервісу.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: ПІДПРИЄМСТВА АВТОСЕРВІСУ, КЛІЄНТИ, ПЕРСОНАЛ, СУБПІДРЯДНИКИ, ВЛАСНИКИ, СУСПІЛЬСТВО, ОЦІНКА ЯКОСТІ РОБОТИ, ПОКАЗНИКИ ЗАДОВОЛЕНОСТІ.

ABSTRACT

Andrusenko S.I., Ivanushko O.M., Estimation of quality of work of enterprise of car-care center. / Sergei Andrusenko, Alexander Ivanushko // Herald of the National Transport University. - К.: NTU – 2013. – Issue. 27.

The paper identifies the key criteria, evaluation of which gives the opportunity to determine the full extent, the level of quality of the company service centers.

Object of study – enterprise customers service center, its staff, subcontractors, owners and society.

Purpose – to build a system of criteria that will comprehensively evaluate the quality of the enterprise service centers in general, from the point of view of all stakeholders active in the market actors.

Research methods - systematic analysis of satisfaction with group of operating subjects.

Evaluation of the quality of the object as a company is the process of determining its compliance performance expectations of actors that perform such an assessment. Objectively characterize the activities of the company values its industrial, commercial or financial activities are recorded in the balance sheet and the profit and loss account. A characteristic is subjective, such as its image. Found that customer satisfaction from the consumption of the product and the image of the company increases the number of clients. This is the key to improving business income and its market share. Satisfied with work and life in general staff provides higher productivity, better customer concerns, facilitates the development of enterprise that is displayed on performance and image. Owners must be satisfied return on invested capital. Satisfied owners invest more funds in their company. Increasing profitability of the enterprise and its market value as shares of total value leads to an increase in the number of shareholders who are pouring money into new venture. Satisfaction subcontractors promote long-term cooperation, reliability and quality of cooperation, the establishment of mutually beneficial prices. Activity of enterprise must bring satisfaction society due to the utility of his activity and absence of harmful consequences.

The results of the article can be implemented in a rating system for evaluating enterprise service centers, identifying its strengths and weaknesses, and to identify ways of improving the situation in which the enterprise.

The forecast supposition in relation to development of research object is development of methods of determination of the above-mentioned indexes and their analysis for the real enterprises of car-care center.

KEYWORDS: ENTERPRISES OF CAR-CARE CENTER, CLIENTS, PERSONNEL, SUBCONTRACTORS, PROPRIETORS, SOCIETY, ESTIMATION OF QUALITY OF WORK, INDEXES OF SATISFACTION.

РЕФЕРАТ

Андрусенко С.И., Иванушко А.Н. Оценка качества работы предприятия автосервиса. / Сергей Иванович Андрусенко, Александр Николаевич Иванушко // Вестник Национального транспортного университета. – К.: НТУ – 2013. – Вып. 27.

В статье определены основные критерии, оценка которых позволяет определить, в полной мере, уровень качественной работы предприятия автосервиса.

Объект исследования – клиенты предприятия автосервиса, его персонал, субподрядчики, владельцы и общество.

Цель работы – построение системы критериев, что позволит комплексно оценить качество работы предприятия автосервиса в целом, с точки зрения всех заинтересованных групп действующих на рынке субъектов.

Методы исследования – системный анализ показателей удовлетворенности групп действующих субъектов.

Оценкой качества такого объекта как предприятие является процесс определения соответствия показателей его деятельности ожиданиям субъектов, выполняющих такую оценку. Объективно характеризующих деятельность предприятия показатели его производственной, коммерческой или финансовой деятельности, отраженные в балансе и отчете о прибылях и убытках. А субъективной характеристикой является, например, его имидж. Установлено, что удовлетворение клиентов от потребления продукта деятельности и от имиджа предприятия способствует увеличению количества клиентов. Это является залогом повышения доходов и доли на рынке. Доволен работой и жизнью в целом персонал обеспечивает высокую производительность труда, лучше относится к клиентам, способствует развитию предприятия, отражается на показателях деятельности и имидже. Владельцы должны быть довольны отдачей вложенного капитала. Довольны владельцы вкладывают больше средств в развитие предприятия. Повышение доходности предприятия и его рыночной стоимости как совокупной стоимости акций приводит к увеличению количества акционеров, вливают новые средства в предприятие. Удовлетворенность субподрядчиков способствует долговременному сотрудничеству, надежности и качества кооперации, установлению взаимовыгодных цен. Деятельность предприятия должна приносить радость обществу благодаря полезности его деятельности и отсутствию вредных последствий.

Результаты статьи, могут быть внедрены в системы оценки рейтинга предприятия автосервиса, определение его сильных и слабых стороне, а также для определения путей улучшения ситуации, в которой находится предприятие.

Прогнозируемое предположения относительно развития объекта исследования – разработка методик определения приведенных выше показателей и их анализ для реальных предприятий автосервиса.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: ПРЕДПРИЯТИЯ АВТОСЕРВИСА, КЛИЕНТЫ, ПЕРСОНАЛ, СУБПОДРЯДЧИКИ, ВЛАДЕЛЬЦЫ, ОБЩЕСТВО, ОЦЕНКА КАЧЕСТВА РАБОТЫ, ПОКАЗАТЕЛИ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ.