

УДК 346.544.4

АНАЛИЗ ПРОБЛЕМ КАЧЕСТВА ПОПУЛЯРНОЙ СЕТИ ДИСКАУНТЕРОВ НА ОСНОВЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ «МОДЕЛИ АНАЛИЗА РАЗРЫВОВ» И БАЗОВЫХ ИНСТРУМЕНТОВ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КАЧЕСТВА

Тихомирова А.В. (Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Национальный исследовательский университет ИТМО»)

Научный руководитель – д.э.н., профессор, Горовой А.А.

(Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Национальный исследовательский университет ИТМО»)

В работе рассматривается анализ основных проблем качества популярной в пределах Российской Федерации сети дискаунтеров на основе использования «Модели анализа разрывов» с применением диаграммы Исикавы в качестве базового инструмента обеспечения качества.

Введение. Существует проблема качества популярной сети дискаунтеров, которая является актуальной.

Дискаунтеры расположены как в крупных, так и в небольших городах и населённых пунктах Центрального, Северо-Западного и Уральского федеральных округов, а также в Калининграде и Калининградской области. Сеть дискаунтеров распростерлась по просторам всей Российской Федерации и в связи с масштабом своего влияния она должна соответствовать ожиданиям покупателей, но на деле ее дела обстоят иначе. Многие покупатели дискаунтеров имеют ряд определенных претензий. Они не довольны тем, что в магазинах не соблюдаются санитарные нормы, нормы хранения продуктов питания, качество товара не соответствует его цене, а также сервисное обслуживание покупателей оставляет желать лучшего.

Основная часть. Для того, чтобы проанализировать причины проблем качества в компании и причины неудовлетворенности потребителей предлагается использовать «Модель анализа разрывов». Анализ зон, в которых могут возникнуть те или иные проблемы в процессе создания ценностного предложения для потребителя, позволит разработать модель, которая будет демонстрировать основные ошибки, или «точки разрывов». В данной модели существует пять видов разрывов:

- 1) Разрыв 1: разрыв между ожиданиями потребителя и восприятием этих ожиданий менеджментом;
- 2) Разрыв 2: разрыв между восприятием ожиданий потребителя и характеристиками качества продукта;
- 3) Разрыв 3: разрыв между характеристиками качества и доставляемым продуктом или услугой;
- 4) Разрыв 4: разрыв между предоставлением продукта или услуги и внешними коммуникациями к клиенту относительно предоставляемого продукта или услуги;
- 5) Разрыв 5: разрыв между ожиданиями клиента и его восприятием услуги.

Для выявления и отражения причин возникновения определенных проблем в компании предлагается использовать один из инструментов качества, а именно Диаграмма Исикавы, которую по-другому называют диаграмма «рыбий скелет». Этот метод позволит «по косточкам» разобрать ситуацию, когда существует ряд проблем, для которых необходимо установить причинно-следственные связи этих проблем для их полнейшего разрешения. Изначально данный метод использовался для анализа факторов, приводящих к производственному браку, но со временем его начали использовать и в других областях. Диаграмма Исикавы предоставляет возможность углубления в проблему, чтобы рассмотреть ее со всех сторон и выявить причинно-следственные связи, а также позволяет применить творческий подход к ее решению.

Проанализировав диаграмму, можно сделать вывод, что основным разрывом здесь будет разрыв 2, который описывается как разрыв между восприятием ожиданий потребителя и характеристиками качества предоставления услуг потребителям.

Согласно диаграмме «рабий скелет» основными причинами неудовлетворенности потребителей будут являться:

- 1) Низкое качество обслуживания;
- 2) Просроченная продукция;
- 3) Грязные помещения.

Низкое качество обслуживания

Данный пункт можно обосновать тем, что в магазинах происходит высокая текучесть кадров, никто не задерживается на своей должности надолго, так как в отношении сотрудников не выполняются требования трудового кодекса РФ. Также управляющее звено не внедрило в свою деятельность повышение квалификации персонала и не проводит обучение на рабочем месте для новоприбывших. Следовательно, сотрудники не удовлетворены своим положением на рабочем месте (и не желают обслуживать покупателей как положено из-за этой неудовлетворенности) или же попросту не имеют достаточных навыков для того, чтобы качественно оказать услугу.

Просроченная продукция

Продукция с истекшим сроком годности часто прослеживается на прилавках магазинов. Можно предположить, что сотрудники магазина не придерживаются графика для проверки свежести продуктов.

Грязные помещения

Данный пункт можно объяснить тем, что управляющее звено магазинов набирает недостаточное количество сотрудников, которые будут производить более частую уборку помещений, а также тем, что отсутствует необходимый контроль за качеством уборки.

Выводы. Проанализировав описание каждой из причин неудовлетворенности потребителей, можно заметить, что основной акцент идет на высшее руководство дискаунтеров, которое плохо выполняет свои обязанности и не стремится поспособствовать устранению большого ряда ошибок для повышения удовлетворенности потребителей. Высказывание «Рыба гниет с головы» достаточно точно описывает ситуацию, сложившуюся в данной компании. Поэтому для того, чтобы решить выявленные проблемы, в первую очередь необходимо заняться повышением квалификации и компетентности высшего руководства, а также внести изменения в политику отношений к своим потребителям.

Тихомирова А.В. (автор)

Подпись

Горовой А.А. (научный руководитель)

Подпись