

## 7.7. МЕТОДИКА МОНИТОРИНГА УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ УСЛУГ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

Никитина Н.Ш., профессор, кафедра экономической информатики;  
Колейкина А.Ю., студент, факультет бизнеса

*Новосибирский государственный технический университет*

В статье представлены основные положения разработанной авторами экспресс-методики мониторинга, анализа и оценки удовлетворенности покупателей качеством обслуживания и предпочтений потребителей. Приведены результаты анкетирования покупателей относительно их удовлетворенности качеством обслуживания и ассортиментом товаров. На основе результатов мониторинга выявлены проблемные зоны в работе предприятия и выработаны рекомендации по улучшению.

### Литература

1. Азарьева В.В. К качеству управления через анализ лучших практик и разработку моделей совершенства [Текст] / В.В. Азарьева, С.А. Степанов // Университетское управление. – 2005. – №4. – С. 48-55.
2. Айвазян С.А. Прикладная статистика и основы эконометрики: учеб. для вузов [Текст] / С.А. Айвазян, В.С. Мхитарян. – М. : ЮНИТИ, 1998. – 1022 с.
3. Брагин Ю.В. Путь QFD: проектирование и производство продукции, исходя из ожиданий потребителей [Текст] / Ю.В. Брагин, В.Ф. Корольков ; под ред. Е.А. Голубицкой. – Ярославль : Центр качества, 2003. – 240 с.
4. Гембл П. и др. Маркетинг взаимоотношений с потребителями. [Текст] : пер. с англ. / П. Гембл, М. Стоун, Н. Вудко. – М. : Фаир-пресс, 2002. – 512 с.
5. Кобзарь А.И. Прикладная математическая статистика. [Текст] / А.И. Кобзарь. – М. : Физматлит, 2006. – 816 с.
6. Никитина Н.Ш. Мониторинг и оценивание качества в образовании. Методы мониторинга [Текст] : метод. пособие / Н.Ш. Никитина, Н.В. Николаева. Ч. 1. Ч. 2 : Обучение менеджменту качества в образовании. – Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2008.
7. Никитина Н.Ш. Математическая статистика для экономистов [Текст] : учеб. пособие / Н.Ш. Никитина. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ИНФРА-М ; Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2001. – 179 с. – (Высшее образование).

### Ключевые слова

Анкетирование; ассортимент товара; математическое ожидание; методика мониторинга удовлетворенности; нормы качества; оценка; рекомендации по улучшению; розничная торговля; среднее квадратическое отклонение; удовлетворенность; услуга.

*Никитина Надежда Шагабановна*

*Колейкина Анастасия Юрьевна*

### РЕЦЕНЗИЯ

Ориентированность современных предпринимателей на достижение результативности деятельности за счет управления факторами снижения себестоимости и ассортиментной политики требует постоянного анализа удовлетворенности потребителей товаров и услуг. Для организаций розничной торговли особую актуальность представляет комплексная оценка удовлетворенности потребителей, формируемая с учетом множества факторов, учитывающих не только удовлетворенность качеством приобретенного товара, но и услугами, сопровождающими факт реализации товаров на протяжении длительного времени. Однако отсутствие методики, учитывающей специфику отдельных товаров и услуг, не способствует внедрению инструментов менеджмента качества в управление отечественными розничными предприятиями. Актуальность данной статьи не вызывает сомнения, поскольку она содержит конкретные предложения по применению авторской методики в целях повышения качества услуг.

В качестве основного результата исследований, представленных в рецензируемой статье, необходимо рассматривать методику мониторинга удовлетворенности потребителей услуг, ориентированную на особенности деятельности малых предприятий. Авторами представлена модель мониторинга и приведено описание особенностей каждого элемента такой модели. При этом предложения авторов апробированы в деятельности малого предприятия и выводы по результатам исследования отвечают критерию практической значимости.

Таким образом, можно заключить, что рецензируемая статья содержит новые методические решения и практические рекомендации, соответствует требованиям, предъявляемым к работам такого рода, и может быть рекомендована к публикации.

*Аманжолова Б.А. д.э.н., профессор, зав. кафедрой учета и статистики Новосибирского государственного технического университета.*

## 7.7. METHODICS OF CUSTOMER SATISFACTION MONITORING IN SMALL RETAILERS

N.S. Nikitina, professor, at the Department of economic informatics;  
A.Y. Koleykina, student, faculty of business

*Novosibirsk state technical university*

The article presents the main points of express methods of monitoring developed by the authors, analysis and evaluation of customer satisfaction, quality of service and consumer preferences. The results of the survey of customers regarding their satisfaction with the quality of service and range of products are provided in the article. The problem areas revealed in the enterprise based on the monitoring results and recommendations for improvement were made.

**Literature**

1. Azaryev V. The quality management through the analysis of best practices and the development of models of excellence [Text] / V. Azareva, S. Stepanov // University management. – 2005. – No. 4. – Pp. 48-55.
2. Ayvazyan S.A. Applied statistics and econometrics foundations: studies. for universities [Text] / S.A. Ayvazyan, V.S. Mkhitarian. – M. : Uniti, 1998. – 1022 p.
3. Bragin V.Y. Path QFD: the design and manufacture of products based on the consumers expectations [Text] / V.Y. Bragin, V.F. Korolkov ; ed. by E.A. Golubitskaya. – Yaroslavl : Quality center, 2003. – 240 p.
4. Gamble P. Marketing of relations with consumers [Text] / P. Gamble, M. Stone, N. Vudko. – M. : Fair-press, 2002. – 512 p.
5. Kobzar A.I. Applied mathematical statistics [Text] / A.I. Kobzar. – M. : Fizmatlit, 2006. – 816 p.
6. Nikitina N.W. Monitoring and assessment of quality in education. Methods of monitoring. [Text] : method. the grant / N.W. Nikitina, N.I. Nikolaev. Part 1. Part 2 : Training quality management in education. – Novosibirsk : NSTU Publishing house, 2008.
7. Nikitina N. Mathematical statistics for economists [Text] / N.W. Nikitina. – M. : INFRA ; Novosibirsk: Publishing House of the NSTU, 2001. – 179 p.

**Keywords**

Questionnaire; assortment of goods; average of distribution; satisfaction monitoring methodology; quality standards; evaluation; recommendations for improvement; retail trade; mean-square deviation; satisfaction; service.