*Завдання*

За результатами фінансової звітності на підприємстві громадського харчування було виявлено скорочення прибутку в зв’язку зі зменшенням кількості транзакцій у поточному періоді, що вказує на відтік аудиторії з ресторану. Керівництво поставило завдання маркетинговому відділу організувати дослідження серед клієнтів закладу щодо виявлення причин зниження інтересу до закладу. Необхідно застосувати метод експертних оцінок задля отримання інформації.

Необхідно здійснити підготовчий етап до реалізації методу експертних оцінок у такій послідовності:

1. Сформулювати мету експертизи.
2. Обґрунтувати об’єкти оцінювання (що є у фокусі експертизи).
3. Встановити кількісний склад експертної групи.
4. Розробити анкету для опитування клієнтів.

*Методичні рекомендації до виконання завдання*

На третьому етапі слід установити кількісний склад експертної групи за формулою :

*M*max *N*min *Nn N*max , (3.1)

де *N*max – верхня межа чисельності експертної групи (потенційно можлива кіль- кість експертів);

*N*min – нижня межа чисельності експертної групи;

*Nn* – дійсне значення чисельності експертної групи;

*M*max – кількість подій, що оцінюються (кількість питань в анкеті).

Щодо четвертого етапу, поміркуйте над такими запитаннями:

* які запитання слід використовувати (відкриті чи закриті);
* яка форма опитування буде оптимальною (усна або письмова);
* яким чином слід проводити опитування з інтерв’юєром;
* за якими обставинами буде логічним проводити опитування (при вході клієнта у ресторан, при виході, під час перебування у закладі, на вулиці поряд з закладом).
1. Подати оформлену анкету.

**Основні правила побудови анкети (опитувального листа) :**

1. Анкета повинна починатися з психологічно продуманого обґрунтування і короткої, але точної інструкції про правила заповнення анкети.
2. Структура анкети повинна сприяти більшій готовності респондента відповідати на запропоновані запитання і більшій надійності його відповідей. Особливу увагу треба приділити формулюванню першого («контактного») за- питання.
3. На початку анкети (або її блоку) ні в якому разі не можна ставити важкі або хвилюючі запитання.
4. Місце «паспортних даних» в анкеті повністю залежить від проблеми, що вивчається.
5. Найбільш важкі запитання, спрямовані найчастіше на з’ясування стосунків, думок, міркувань, орієнтацій респондентів, розміщуються всередині анкети.
6. Змістовна точність, виразність, простота мови і чіткість форми, однозначність – основні методичні вимоги до формулювань запитань.
7. Запитання слід формулювати так, щоб на нього можна було відповісти кількома словами, одним словом, ствердженням або запереченням («так» чи

«ні»), підкресленням підказки відповіді або числом.

1. Запитання, що відносяться до однієї загальної теми, слід розміщувати разом, один за одним, щоб їх логічний порядок допомагав відповідати респоденту.
2. У заключній частині анкети вміщуються питання, мета яких – поглиби- ти і уточнити ту інформацію, яка буде отримана у відповідях на попередні за- питання. Заключні запитання мають бути відносно неважкими.
3. Запитання, що потребують просторових коментарів, треба розміщувати ближче до середини анкети.
4. В кінці анкети респонденту висловлюється подяка за співробітництво у проведенні опитування.
5. При формулюванні набору підказок-відповідей і порядку їх розміщення потрібно пам’ятати про вплив на результати опитування порядку розміщення альтернативних відповідей.
6. Не допускати великих розмірів анкети. У разі необхідності використовувати «оптичне зменшення».
7. Анкета повинна бути акуратною у поліграфічному виконанні.
8. Анкета повинна відповідати вимогам простоти і зручності роботи як респондента, так і спеціаліста, що буде обробляти анкету (можливо за допомогою комп’ютера).