

PTI © - מודל שלם יותר למדידת איכות השרות
הפנימי בארגון

כל ארגון מהווה רשת מורכבת של קשרים בין גורמים שונים בתוכו. טיב הקשרים בין מרכיבי הרשת עשוי לכן להיות בעל השפעה מכרעת על ביצועיו של הארגון כולו.

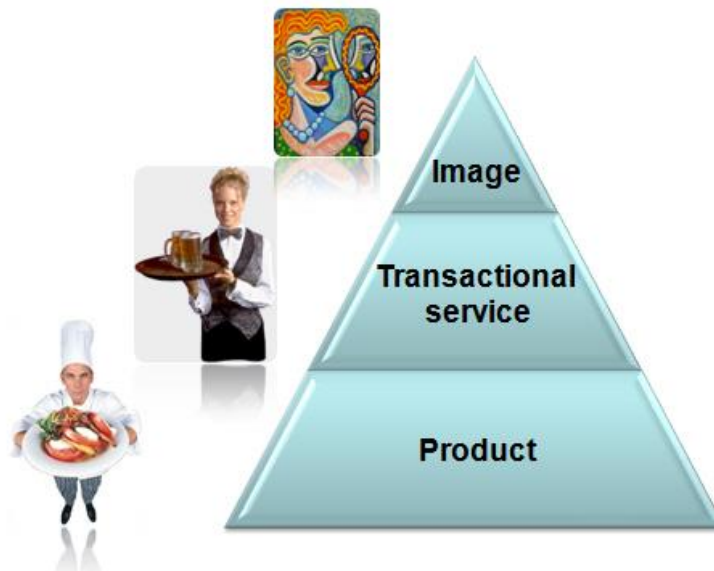
מדידת טיב הקשרים מהווה היום אתגר בארגונים רבים, והכלי המרכזי העונה על צורך זה מסתמן כסקר בגישת "ספק/לקוח", בו מתבקשים עובדי הארגון להעריך את איכות השרות המסופק להם ע"י ה"ספקים" השונים שלהם.

רוב הסקרים בתחום זה עד יום מתבססים על שאלון די פשוט, בו מתבקש העונה על השאלון לציין עד כמה הוא מרוצה מהאופן בו נענית פניה מפורשת שלו ל"ספק" השרות. לדעתנו, איכות השרות הפנימי בתוך ארגון הנה מורכבת יותר מסתם "מענה לפניות", והמודל המוצע בה לתת מענה שלם יותר התואם יותר מורכבות זו.

המודל המוצע מתבסס על כך ש"ספק" פנימי בארגון מוערך למעשה על שלושה מרכיבים:-

- המרכיב הטרנזאקציוני (Transaction) - טיב השרות המסופק בעקבות פניה מפורשת

שלושת רובדי ה- P.T.I. ©



- מרכיב המוצר המסופק (Product) - במקרים רבים הלקוח לא בהא במגע כלל עם נותן השרות, אלא חווה אותו דרך מוצרים/תשתיות אשר הסק העמיד לרשותו (כגון מערכות מיחשוב, עמדות עבודה...)

- מרכיב הדימוי (Image) - בדומה לחברה אשר יוצרת דימוי בעיני לקוחותיה, גם לספקים פנימיים נוצר דימוי כזה בעיני הלקוחות שלהם בתוך הארגון



השאלון הנבנה עבור ספק מסוים (כגון גוף משאבי אנוש), מכיל התייחסות לכל אחד מהמרכיבים. לעצם בניית השאלון יש תרומה משמעותית על חידוד תחומי האחריות של הספק ("מהם המוצרים של גוף משאבי אנוש?")

ניתוח הסקר המתקבל משאלון כזה הנו הרבה יותר עשיר בממצאים ובתובנות מזה המתקבל משאלון המתייחס למרכיב הטרנזאקציוני בלבד. הוא גם יותר מהימן ותקף, בכך שהוא מכסה את התחומים האמיתיים באמת המעניינים את הלקוח.

ניתוח מתאמים בין מרכיב הדימוי לשאר המרכיבים מאפשר לאתר אילו חלקים משפיעים ביותר על הדימוי של הספק, ומסייעים במיקוד מאמצי השיפור

המודל נוסה בהצלחה רבה בארגונים מהמובילים בארץ. הוכח שמעבר להיבטים הסטטיסטיים, יש לגישה כזו השלכות בעלות אופי מעצב ומחדד