



# ГО «Вінницька обласна організація «Спілка підприємців «Стіна»

---

Київ 2016

# Зміст

1.	Ціль та Методологія.....	3
2.	Статус респондентів в ГО «Вінницька обласна організація «Спілка підприємців «Стіна».....	4
3.	Рівень задоволеності отриманими послугами від громадської організації.....	5
4.	Послуги, якими найбільше задоволені.....	6
5.	Послуги, якими не користуються (або не знають про них).....	7
6.	Оцінка якості послуг громадської організації.....	8
7.	Ставлення до вартості послуг та готовність їх рекомендувати.....	10
8.	Нові послуги, які б хотіли отримувати від громадської організації.....	11
9.	Причини вступу до Спілки підприємців «Стіна».....	12
10.	Термін перебування в Спілці підприємців «Стіна».....	13
11.	Оцінка напрямків діяльності громадської організації.....	14
12.	Залученість до прийняття рішень в Спілці підприємців «Стіна».....	16
13.	Лояльність до ГО «Вінницька обласна організація «Спілка підприємців «Стіна» .....	17
14.	Оцінка діяльності Спілки підприємців «Стіна».....	18
15.	Профіль респондентів.....	19
16.	Гендерний профіль підприємства.....	20
17.	Контактна інформація.....	21

# Ціль та Методологія

## Ціль:

Діагностика діяльності ГО «Вінницька обласна організація «Спілка підприємців «Стіна».

## ❑ **Методи виконання проекту:**

CAWI – опитування Online шляхом розсилання електронних анкет по списку електронних адрес.

CATI – телефонне опитування ресурсами власного **контакт-центру LoyaltyFactory**

❑ **Період проведення** - 29.03.2016 - 7.04.2016

❑ В межах проекту було опитано **50 респондентів**, членів та клієнтів ГО «Вінницька обласна організація «Спілка підприємців «Стіна»

❑ **Географія проекту:** Україна.

# Статус респондентів в ГО «Вінницька обласна організація «Спілка підприємців «Стіна»

## Членство в Спілці



- Так, є членом Спілки підприємців "Стіна"
- Так, був (-ла) членом Спілки підприємців "Стіна" протягом останніх 3 років
- Ні, я клієнт (відвідував заходи, отримував розсилку)

## Статус в Спілці (N=50)



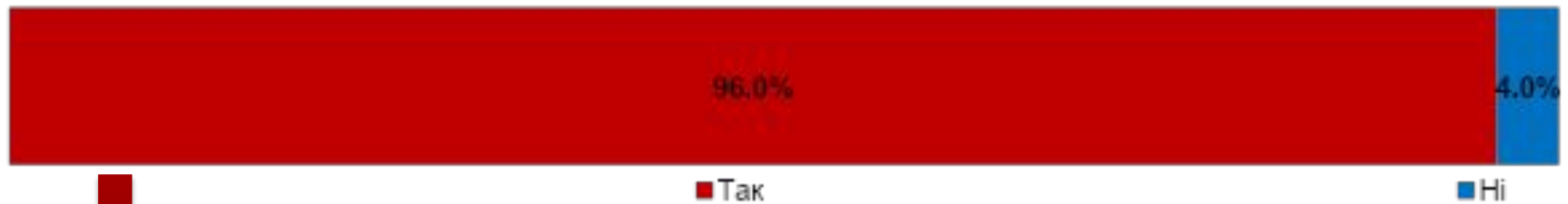
- Засновник
- Член керівних органів
- Член Спілки, але активної участі у її діяльності не приймаю
- Визнаю себе активним членом Спілки
- Був (-ла) членом, але вийшов (-ла)
- Я клієнт Спілки

Більшість респондентів (56,0%) визнають себе членами Спілки, але активної участі у її діяльності не приймають. Один з респондентів (2%) вийшов з членів Спілки підприємців. Причину свого рішення він не назвав. Шість респондентів (12%) маючи членство в ГО, визначають свій статус в ній, як клієнтський

Вибірка (N) = 50 респондентів

# Рівень задоволеності отриманими послугами від громадської організації

Чи користувалися послугами Спілки підприємців “Стіна”



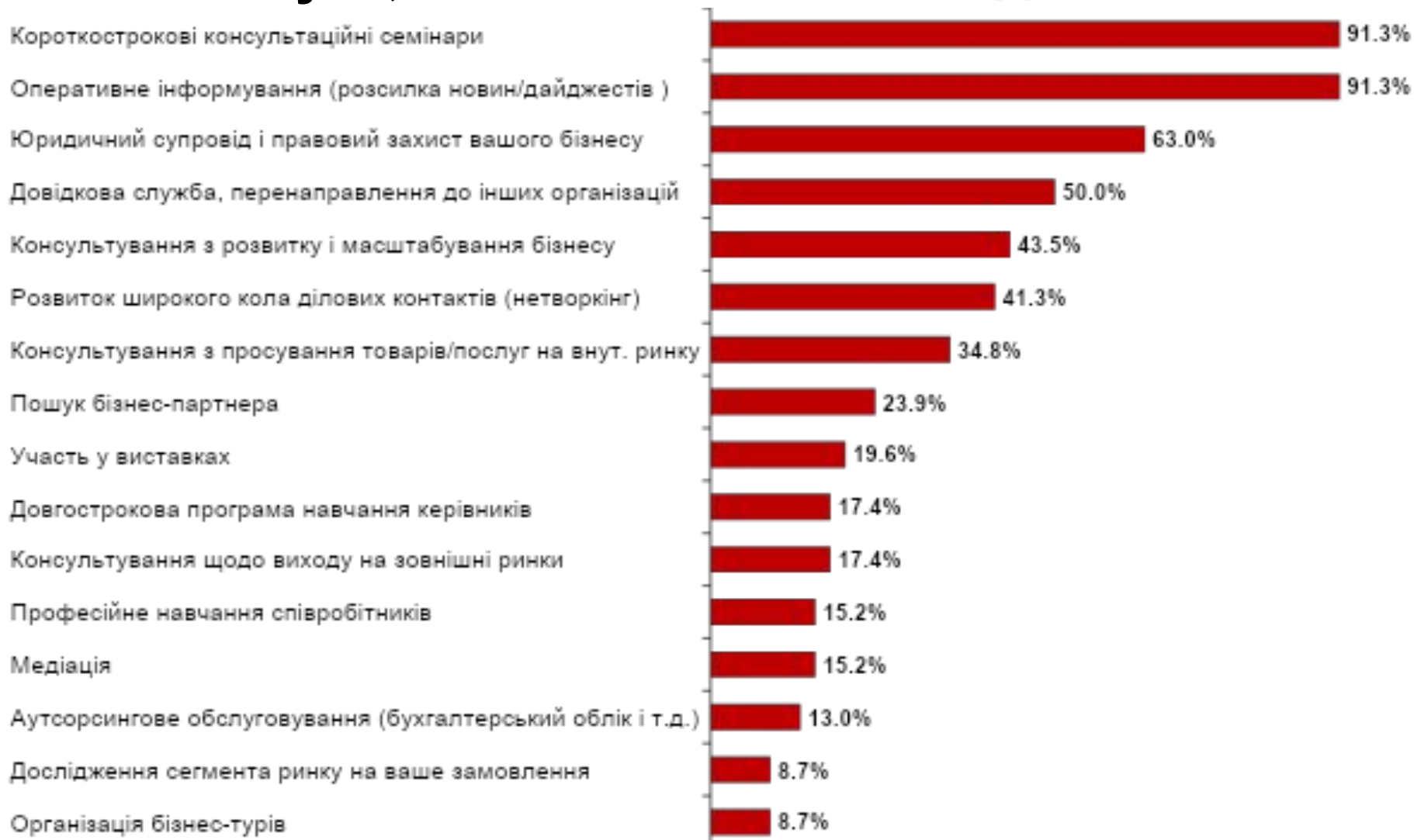
Рівень задоволеності від отриманих послуг (N=48)



Абсолютна більшість респондентів (96%) користувалися послугами Спілки підприємців “Стіна”. Майже 96% з них задоволені отриманими послугами (поставили оцінки “добре” та “відмінно”). Це зумовило і досить високий середній бал – 4,38.

Вибірка (N) = 50 респондентів

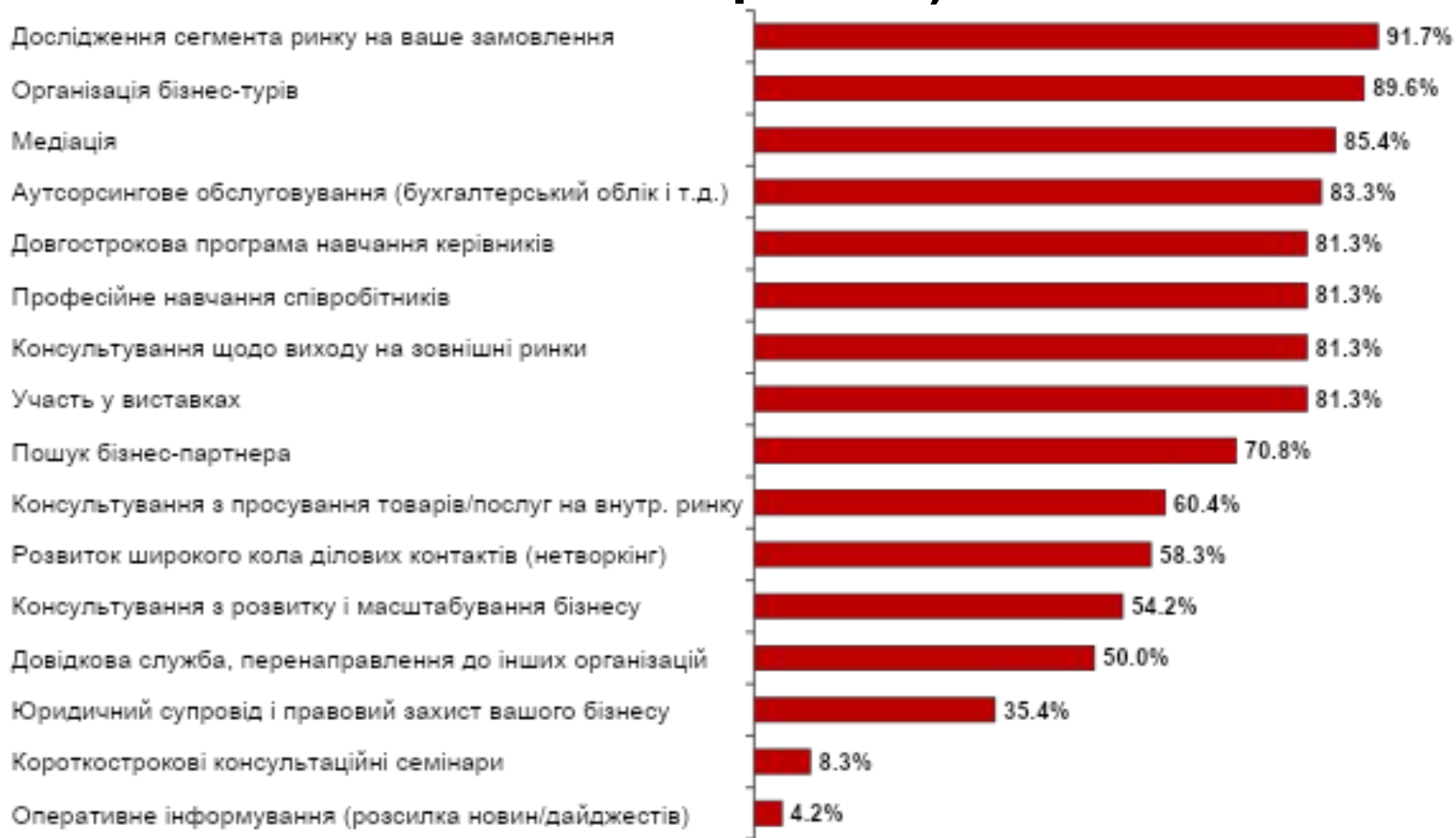
# Послуги, якими найбільше задоволені



Вибірка (N) = 46 респондентів\*

\*- враховувались відповіді респондентів, які, в цілому, задоволені отриманими послугами (поставили оцінки "4" та "5" у відповіді на питання 2)

# Послуги, якими не користуються (або не знають про них)



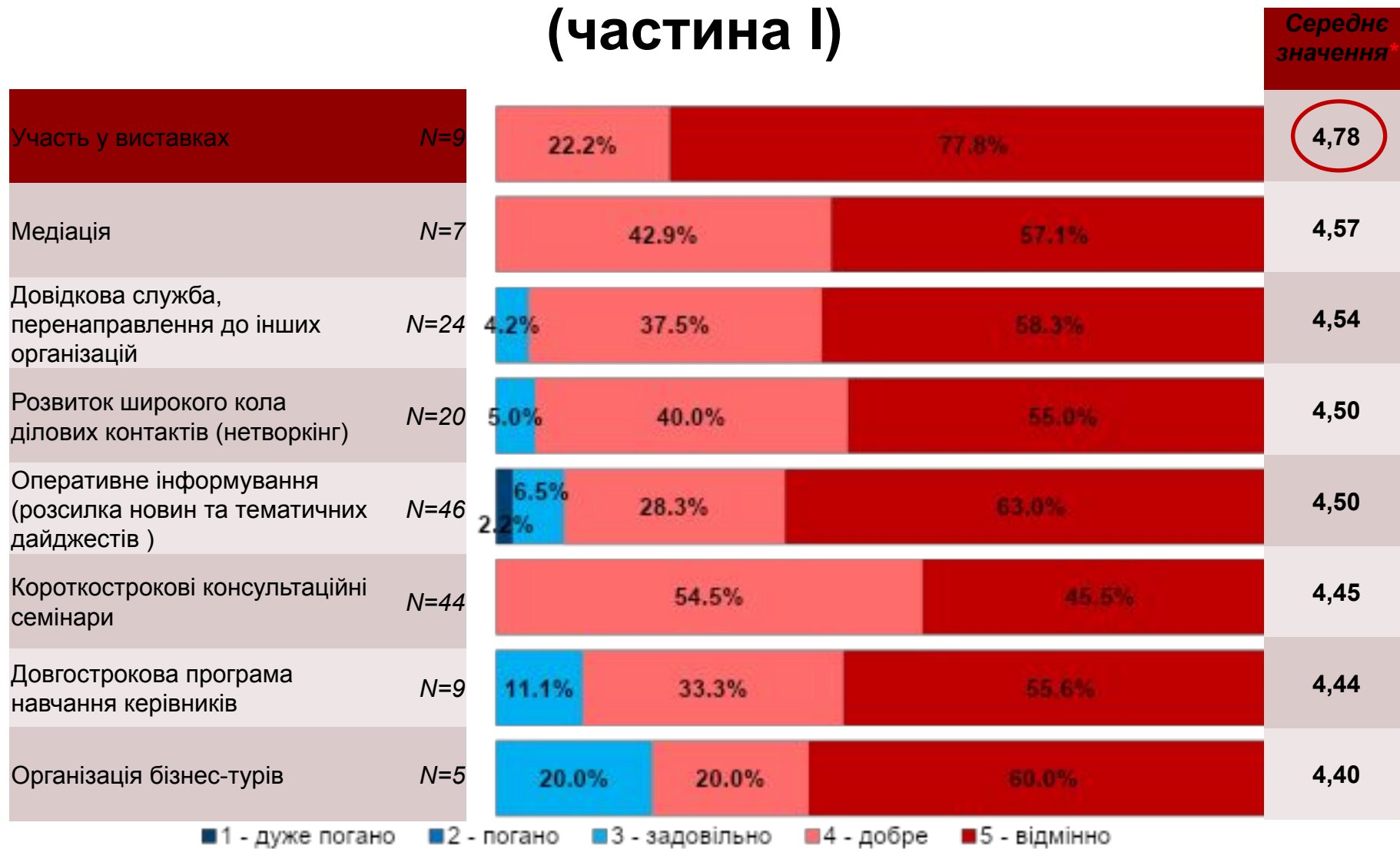
Вибірка (N) =48 респондента



Украинская  
Ассоциация  
Маркетинга

**AIM** | agency of  
industrial  
marketing

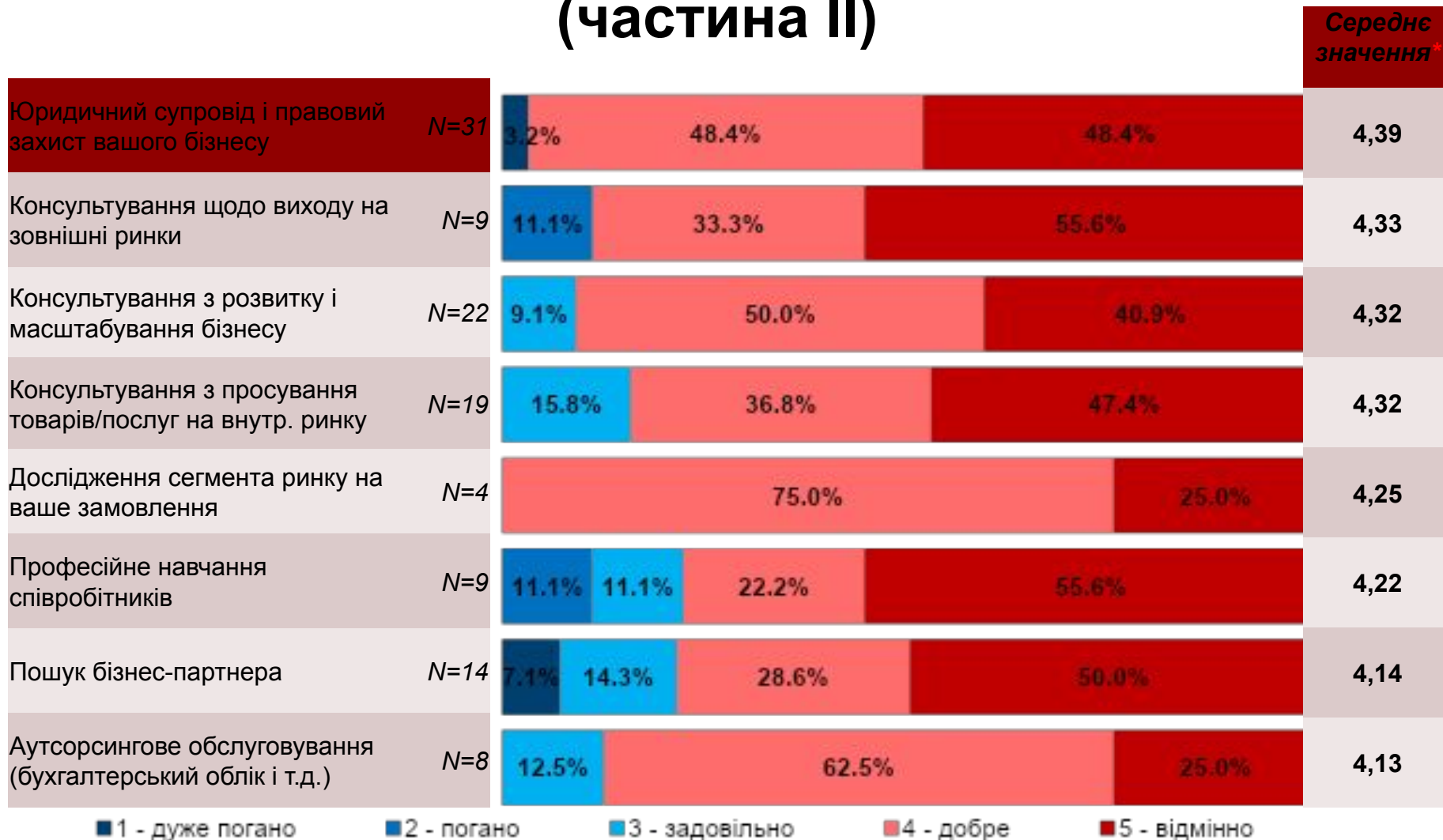
# Оцінка якості послуг громадської організації (частина I)



\* - при розрахунку середнього балу оцінка "0" не враховувалась

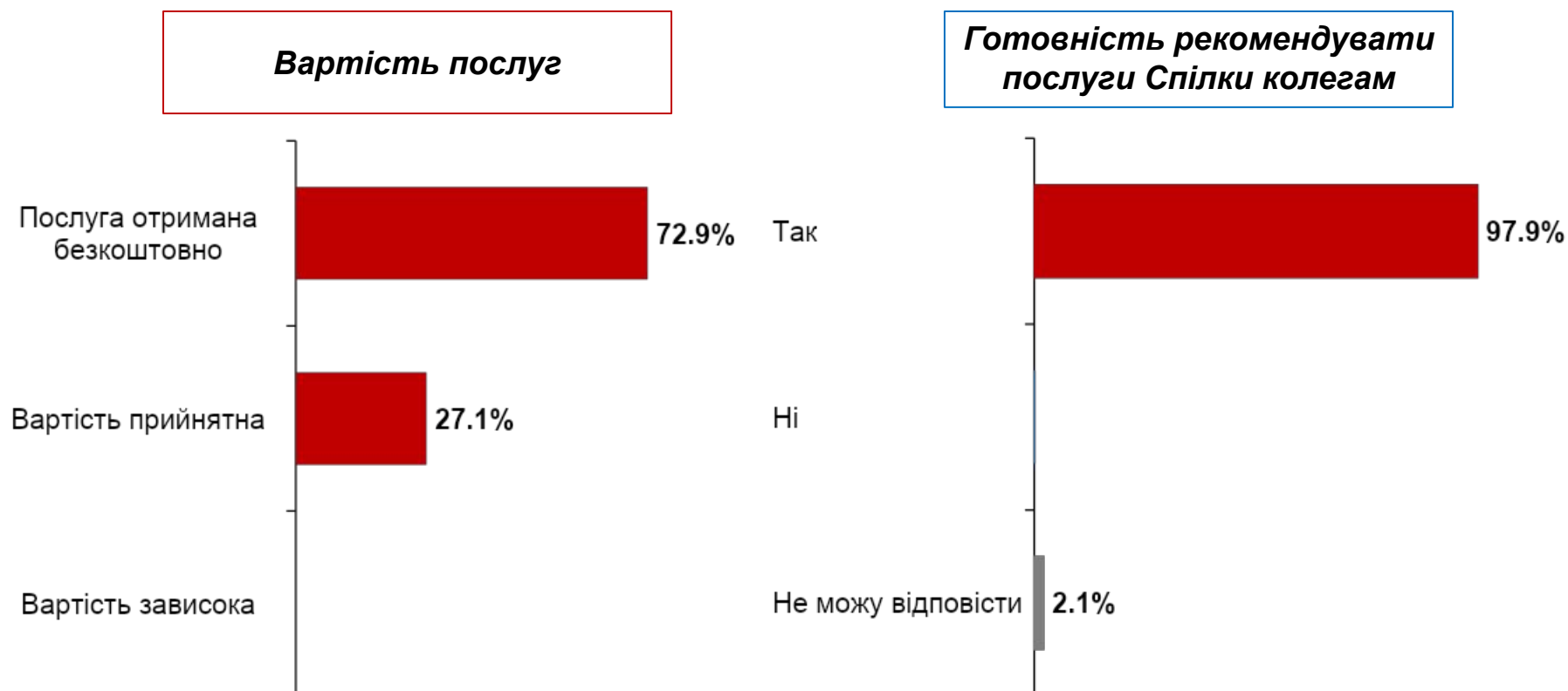


# Оцінка якості послуг громадської організації (частина II)



\* - при розрахунку середнього балу оцінка "0" не враховувалась

# Ставлення до вартості послуг та готовність їх рекомендувати



Майже 73% членів та клієнтів Співки підприємців “Стіна” отримують послуги безкоштовно, як частину членського пакету або як заохочувальний захід. 27,1% респондентів, які платять за послуги, оцінюють їх вартість як прийнятну. Також можна сказати про високе лояльне ставлення до Співки її членів та клієнтів: 98% з них готові рекомендувати своїм колегам звертатися за послугами до цієї громадської організації.

Вибірка (N) =48 респондентів

# Нові послуги, які б хотіли отримувати від громадської організації

## Пряма мова респондентів



1. Безкоштовні консультації всім підприємцям (учасникам Спілки «Стіна») з питань PR технологій
2. Більше роз`яснень щодо сьгоднішніх нововведень, ліцензій на алкоголь, нових перерахунків
3. Координація зустрічей, які зосередженні по галузевим інтересам
4. Консультації для виходу на зовнішні ринки
5. Більше спілкування з колегами та більше семінарів
6. Більше зустрічей з підприємцями для обміну досвідом
7. Консультації по соціальному підприємництву
8. Програми інвестування та кредитування малого бізнесу

Важко відповісти: N =40

Вибірка (N) =48 респондентів



Украинская  
Ассоциация  
Маркетинга

**AIM** | agency of  
industrial  
marketing

# Причини вступу до Співки підприємців «Стіна»

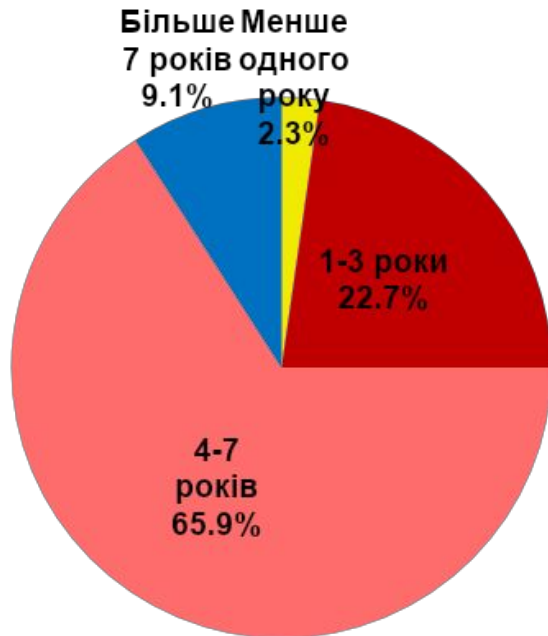


**Пряма мова респондентів:**  
«Запросили стати членом Співки»  
«Особистий розвиток»  
«Отримання нових навичок ведення бізнесу»

Вибірка (N) =44 респондентів

# Термін перебування в Спілці підприємців «Стіна»

Скільки часу є членом Спілки



N=44

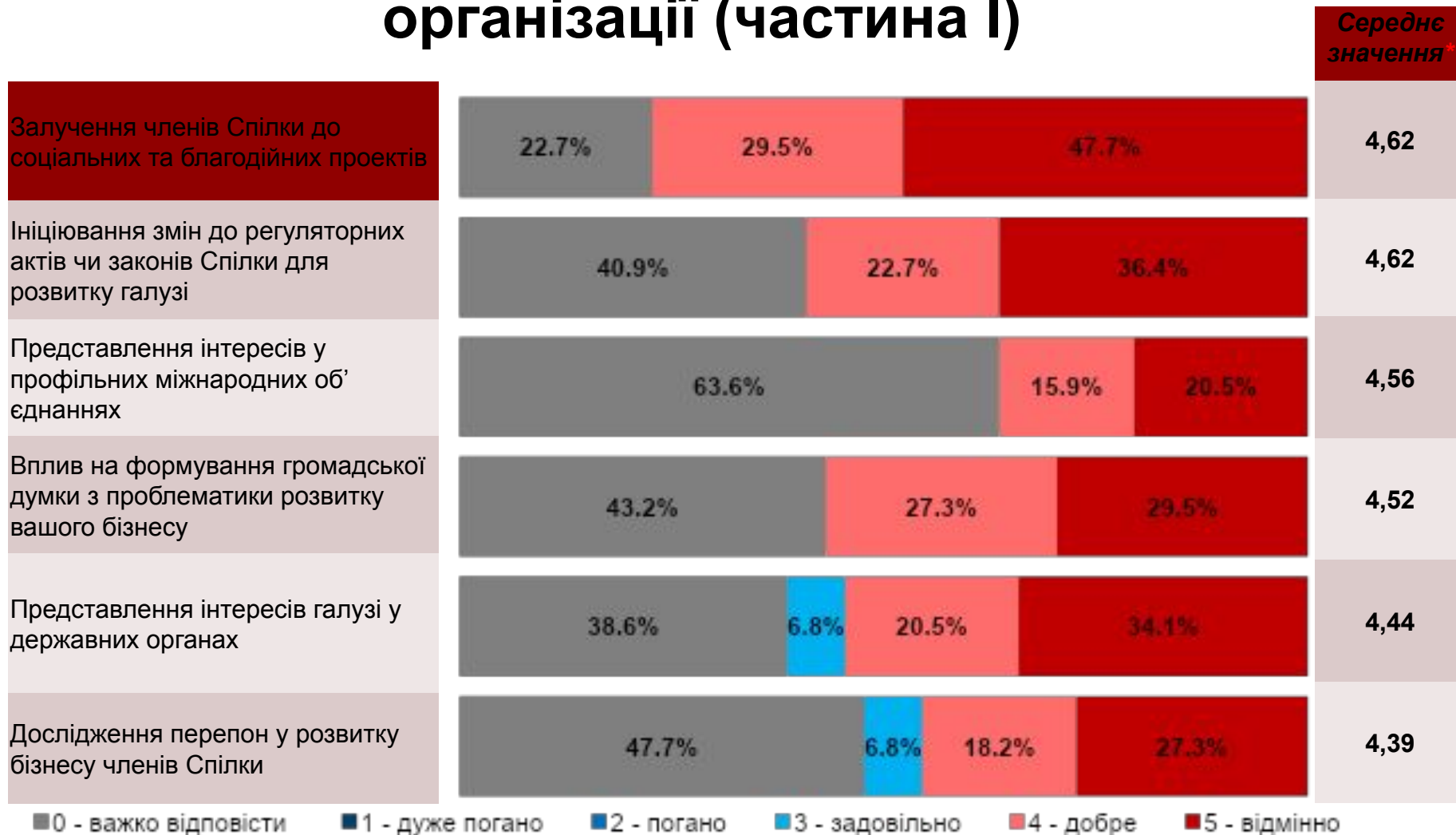
Плани на наступний період



N=43

65,9% респондентів є членами Спілки підприємців «Стіна» 4-7 років. Інша досить велика група респондентів (22,7%) мають членство в Спілці 1-3 роки. Абсолютна більшість опитаних (83,7%) планує в наступному періоді залишатися членами цієї громадської організації.

# Оцінка напрямків діяльності громадської організації (частина I)



\* - при розрахунку середнього балу оцінка "0" не враховувалась

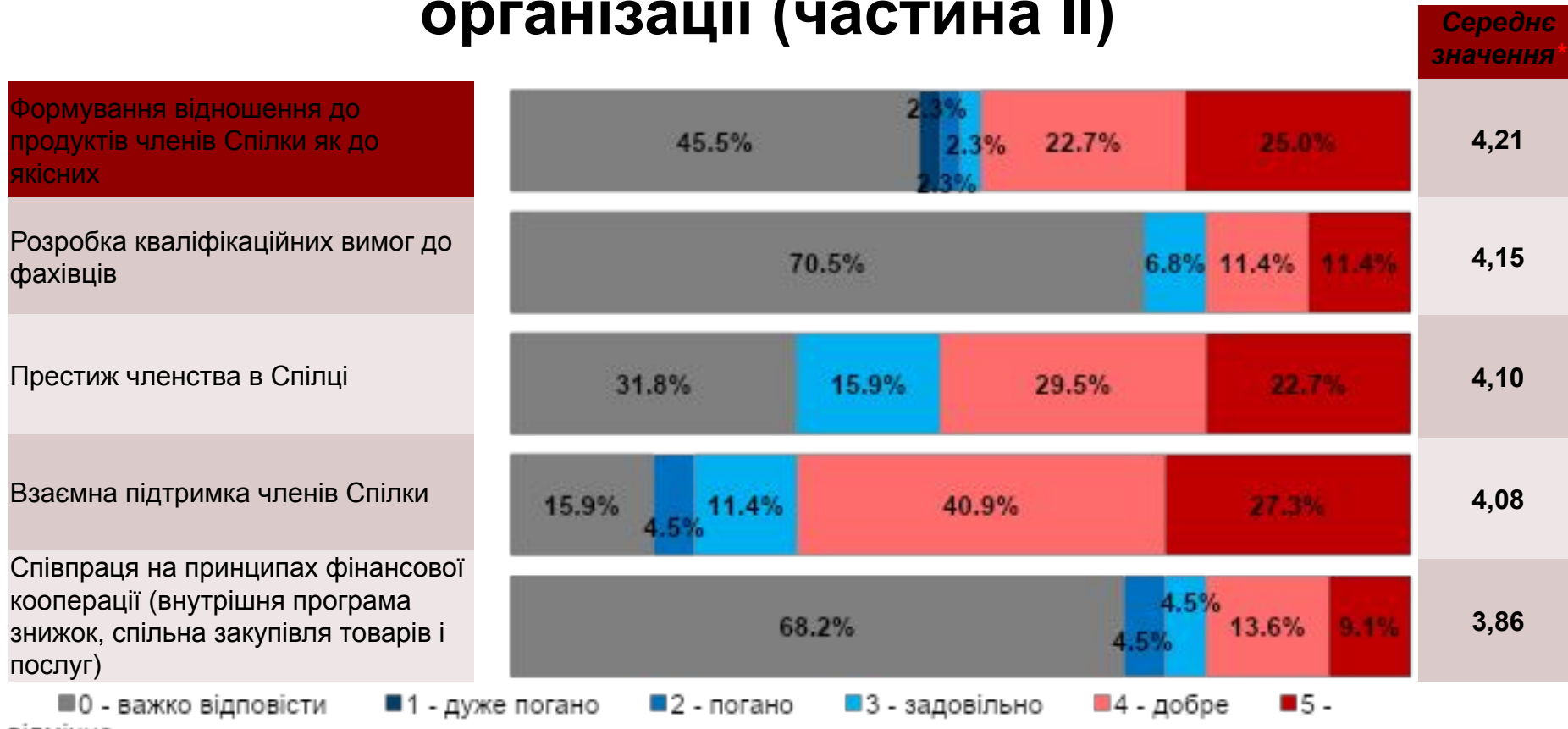
Вибірка (N) =44 респондентів



Українська  
Асоціація  
Маркетинга

**AIM** | agency of  
industrial  
marketing

# Оцінка напрямків діяльності громадської організації (частина II)



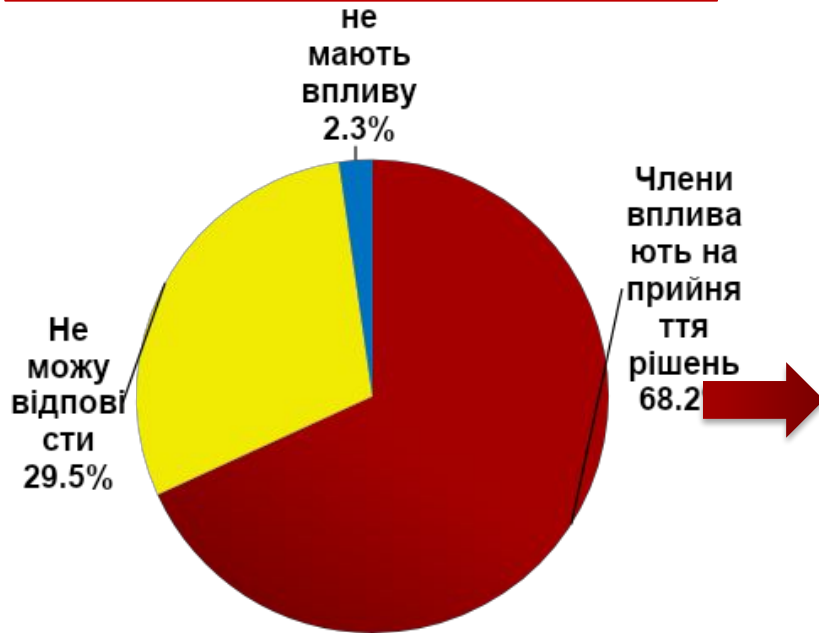
Найвище з запропонованих напрямів респонденти оцінили «Залучення членів Співки до соціальних та благодійних проектів» та «Ініціювання змін до регуляторних актів чи законів Співки для розвитку галузі» - 4,62 бала. Напрямок «Співпраця на принципах фінансової кооперації (внутрішня програма знижок, спільна закупівля товарів і послуг)» оцінили найнижче - 3,86 бала.

\* - при розрахунку середнього балу оцінка "0" не враховувалась

Вибірка (N) =44 респондентів

# Залученість до прийняття рішень в Спілці підприємців “Стіна”

## Вплив членів на прийняття рішень в Спілці



## Форми участі членів Спілки у прийнятті рішень (N=30)



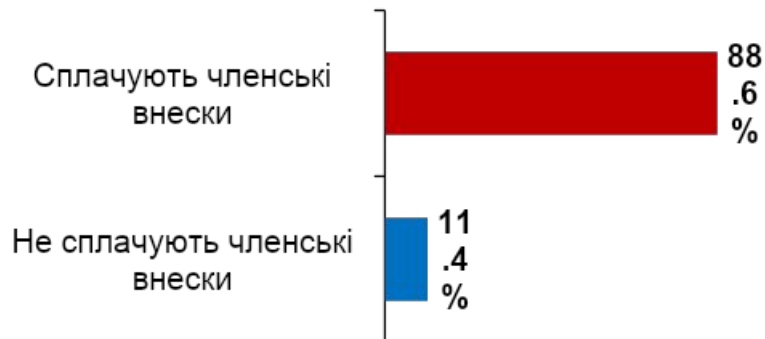
Більшість респондентів (68,2%) вважають, що члени Спілки мають вплив на прийняття рішень. Серед форм участі в прийнятті рішень найбільше виділяють: участь в опитуваннях (70,0%) та участь в роботі сесій, комітетів, клубів тощо (66,7%).

Вибірка (N) =44 респондентів

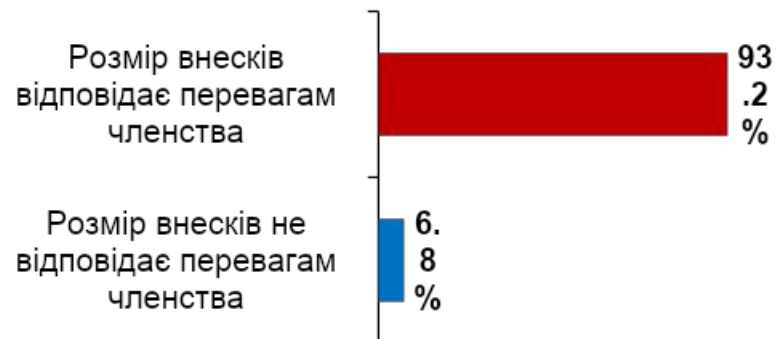


# Лояльність до ГО «Вінницька обласна організація «Спілка підприємців «Стіна»

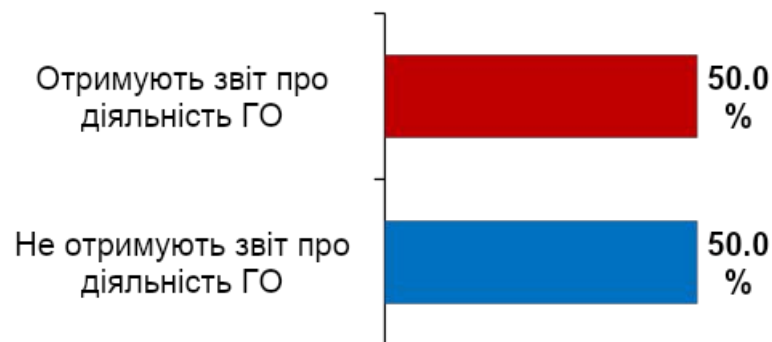
## Сплата членських внесків



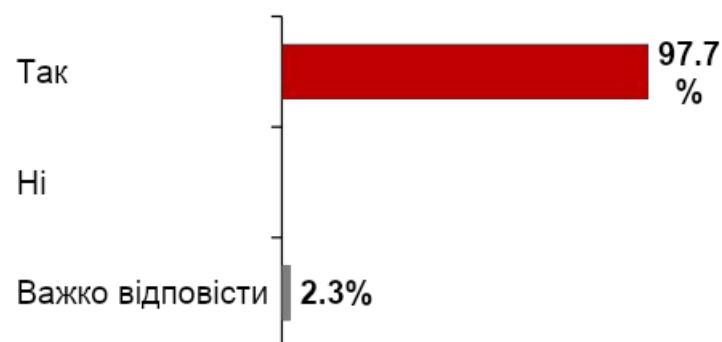
## Відповідність членських внесків перевагам членства в Спілці



## Звіт про діяльність Спілки

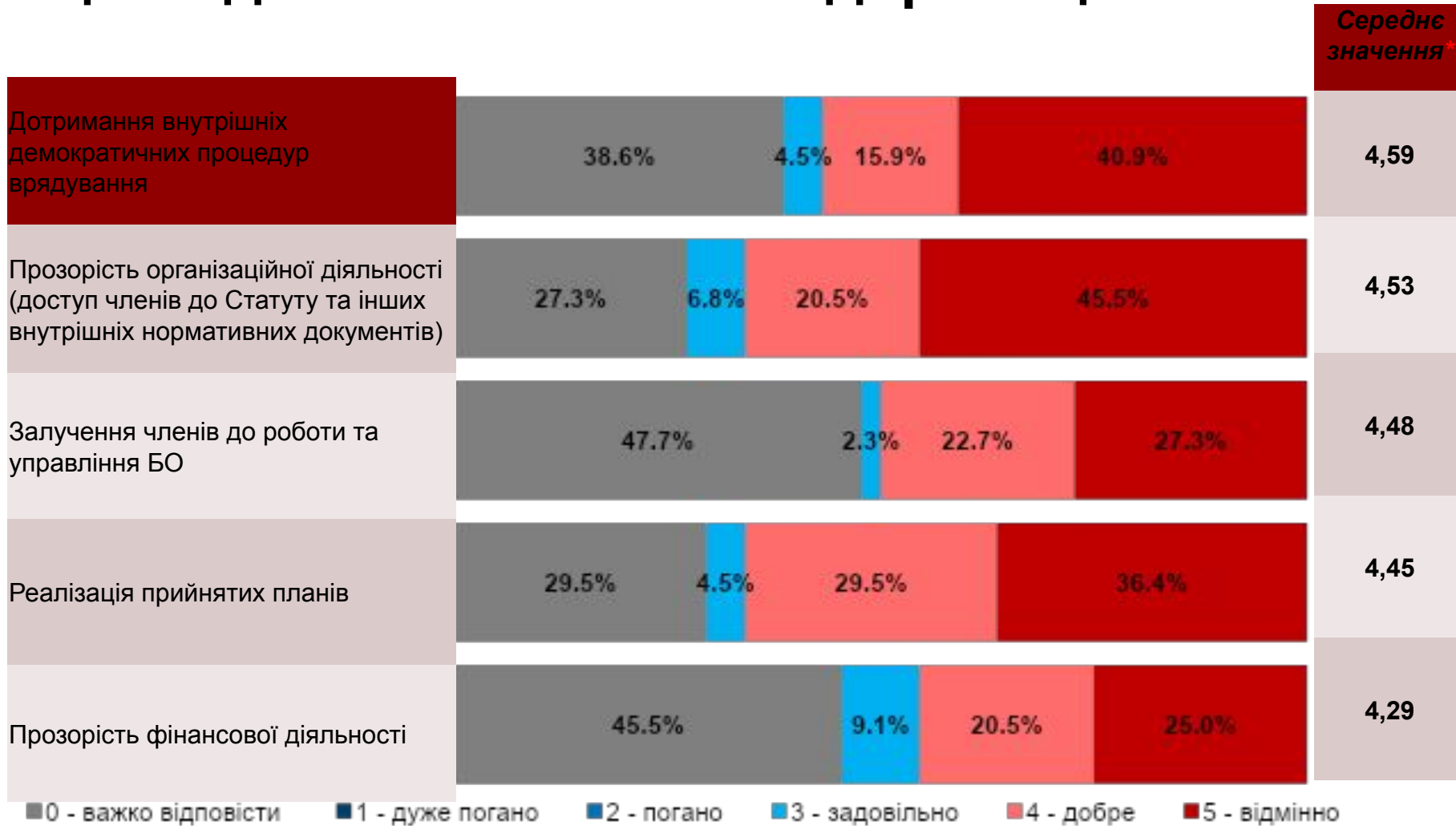


## Готовність рекомендувати членство в Спілці



Вибірка (N) =44 респондентів

# Оцінка діяльності Спілки підприємців «Стіна»



\* - при розрахунку середнього балу оцінка "0" не враховувалась

Вибірка (N) =44 респондентів

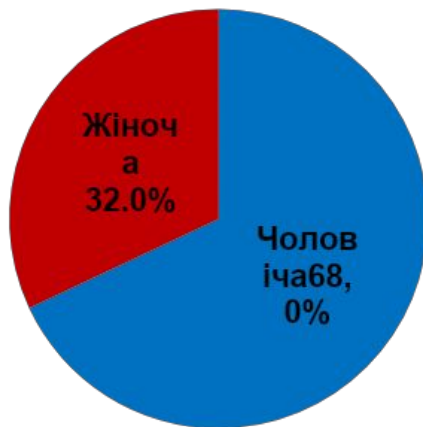


Українська  
Асоціація  
Маркетинга

**AIM** | agency of  
industrial  
marketing

# Профіль респондентів

Стать респондента



Стаж діяльності підприємства

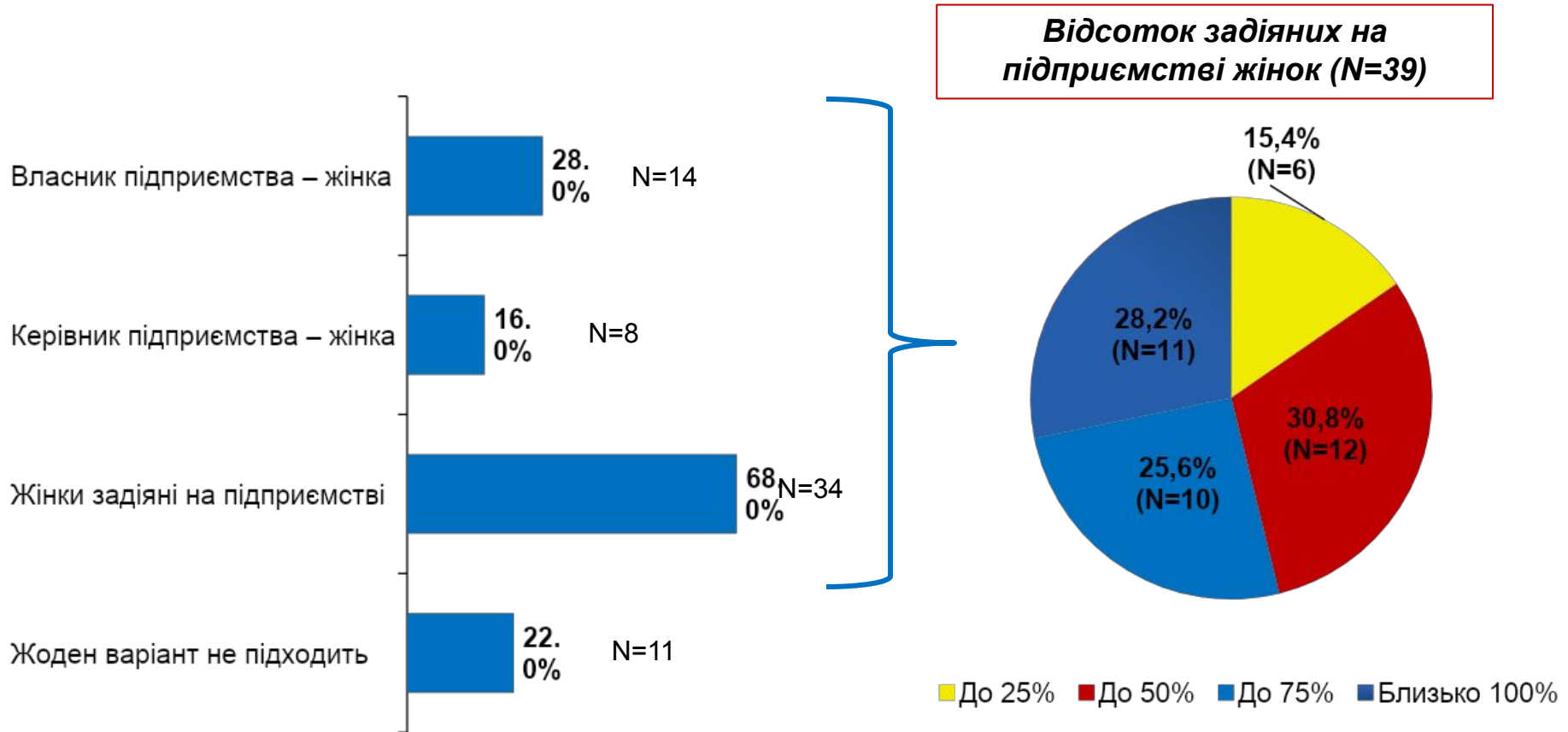


Розмір бізнесу



Вибірка (N) = 50 респондентів

# Гендерний профіль підприємства



78,0% підприємств, представники яких приймали участь у опитуванні мають в своєму штаті жінок. На 15-ти підприємствах\* (30%) жінки обіймають керівні посади та / або є власниками бізнесу. З них: 12 підприємств (80%) мають більше 50% задіяних на підприємстві жінок.

\* - число респондентів, які відмітили варіанти відповідей “Власник підприємства - жінка” та / або “Керівник підприємства – жінка”

Вибірка (N) = 50 респондентів

# Контактна інформація

## Українська асоціація маркетингу:

### Центральний офіс:

просп. Перемоги, 54/1

Київ, Україна, 03680

Тел.: +38(067) 775-85-61; +38(093)9576852, +38(050)6102112

[www.uam.in.ua](http://www.uam.in.ua), e-mail: [for.good.ad@gmail.com](mailto:for.good.ad@gmail.com)

### Рівненська обласна організація Української асоціації маркетингу:

вул. Шкільна, 2

Рівне, Україна

тел. +38 (050) 312-12-08, [office@strategico.com.ua](mailto:office@strategico.com.ua) [o.gladunov@gmail.com](mailto:o.gladunov@gmail.com)

## Агентство Індустріального маркетингу:

### Центральний офіс:

вул. Шолуденка, 3, оф. 310

Київ, Україна 04116

[ua@aimarketing.info](mailto:ua@aimarketing.info)

Тел.: +38 044 592 8181

Факс.: +38 044 290 9437

### Регіональний офіс в Кривому Розі:

вул. 22-го Партсз'їзду, 21, оф. 64

Кривий Ріг, Україна 50065

Тел.: +38 056 405 1703,

Факс.: +38 056 404 0881

### Офіс:

просп. Перемоги, 123, оф. 321

Київ, Україна 03142

[www.aimarketing.info](http://www.aimarketing.info)

1997-2016 AIM ©