

Ефективність організаційних форм, режимів, регламентів, нормативів визначається можливістю забезпечити економічне, оптимальне, надійне та оперативне реагування на попит споживачів і кон'юнктуру ринку. Організаційно-функціональний рівень маркетингового циклу оцінюють порівнянням фактичного і раціонального підходів, кількістю використання типових та евристичних технологій, блок-схем алгоритмів різних аспектів діяльності, програмованих, формалізованих, регламентованих, стандартизованих форм і методів здійснення маркетингу.

Визначення ефективності функціонування системи складається з наступних оцінок:

- дозвіл маркетингових проблем на ринку та в даному підприємстві (організації);
- реалізація технології маркетингу;
- виконання функцій маркетингу;
- організаційного механізму функціонування системи.

Але подібний підхід до оцінки ефективності маркетингу застарів. Розвиток нових технологій, поява революційних підходів і прийомів маркетингу виключили або модифікували до невпізнання ті аспекти маркетингу, на які націлений даний метод, що призвело до неможливості його застосування в сучасних умовах.

Інтерес до вимірювання вкладу маркетингу сприяв появі нових груп методів вимірювання ефективності маркетингу.

Так, якісні методи передбачають використання маркетингового аудиту, в ході якого здійснюється всебічний аналіз зовнішнього середовища організації, а також всіх загроз і можливостей. При цьому можна виділити дві області маркетингового контролю: маркетинговий контроль, орієнтований на результати, і маркетинг-аудит, тобто аналіз якісних сторін діяльності організації.

Кількісні методи оцінки ефективності маркетингу вимагають порівняння витрат на маркетинг з отриманою валовим прибутком і витрат на рекламу до обсягу продажів; вони характеризують кінцеві фінансові результати діяльності організації.

Більші методи оцінки ефективності маркетингу «виділяють» його ефективність з кожного заходу на дотримання переліку критеріїв відповідності структур і процесів концепції маркетингу з виставленням певних балів за кожним критерієм. Перелік критеріїв відповідності організаційної структури, а також управлінських і виробничих процесів концепції маркетингу, їх вагомість встановлюється для кожного підприємства з урахуванням специфіки його діяльності.

Незважаючи на вдосконалення методів оцінки ефективності маркетингу, вони все ж

залишаються недостатньо повними і точними, не дають комплексного погляду на стан справ у компанії та їх зміни під впливом маркетингу. Тому, багато фахівців стали розвивати такий напрямок у вимірі результативності, як побудова моделей маркетингової продуктивності (ланцюжків продуктивності).

УДК 338.24:346.543.2:656.2

### НАПРЯМИ ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ ЯКОСТІ НА ЗАЛІЗНИЧНОМУ ТРАНСПОРТІ УКРАЇНИ

*Шраменко О.В., к.е.н., доцент,  
Обруч Г.В., студентка (УкрДАЗТ)*

Створення повноцінної системи менеджменту якості для залізничного транспорту має велике значення для його розвитку. Як показує світовий досвід, системи менеджменту якості дозволяють з більшою ефективністю забезпечувати досягнення стратегічних цілей та сприяє розвитку бізнесу, а концепція стійкого розвитку ставати домінуючою менеджменту компаній світового рівня.

«Укрзалізниця» - сучасне підприємство, що виконує залізничні перевезення вантажів і пасажирів - покликане забезпечити нову якість не лише відносно послуг з перевезення, але і нову якість самого підприємства, впроваджуючи корпоративну інтегровану систему менеджменту якості.

На залізничному транспорті цільові ефекти від впровадження системи менеджменту якості будуть поширюватися на наступні зацікавлені сторони:

1. По відношенню до суспільства і держави це означає: підвищення транспортної безпеки країни, забезпечення зростаючих потреб економіки і суспільства в перевезеннях; підвищення макроекономічної ефективності залізничного транспорту, зниження транспортного навантаження на економіку, стимулювання економічного зростання; прискорення соціального розвитку через збільшення рухливості населення, зміцнення соціально-економічної єдності країни.

2. Для споживачів - підвищення транспортної доступності і якості залізничних перевезень; можливість недискримінаційного доступу до залізничної інфраструктури і ведення власного бізнесу у сфері залізничних перевезень і супутніх робіт і послуг; прозорість формування і прогнозованість залізничних тарифів, їх відносне зниження для кінцевого споживача.

3. Для «Укрзалізниці» і її працівників - підвищення ефективності роботи; підвищення

інвестиційної привабливості та, на основі цього, модернізація матеріально-технічної бази, зниження зносу основних фондів; підвищення реальної зарплати співробітників, соціального статусу та престижності роботи в компанії.

В сучасних ринкових умовах якість - основа стабільності підприємства, його конкурентоспроможності і запорука економічного процвітання. Питання якості перевізного процесу і транспортного обслуговування повинні перебувати під постійним пильною увагою керівників дороги, Центру фірмового транспортного обслуговування, інженерних служб, головних спеціалістів і фахівців служби якості. Створювані і впроваджені системи менеджменту якості на залізничному транспорті повинні проходити сертифікацію, яка є формою суспільного визнання.

Таким чином, для успішного впровадження системи менеджменту якості на залізницях України доцільна практична реалізація програми впровадження системи менеджменту якості - як процесу постійного поліпшення діяльності підприємства. Це необхідно для досягнення нової якості підприємства, яка буде складатися на основі нової якості персоналу, який вміє працювати з міжнародним стандартам якості; із застосуванням якісно нових технологічних процесів; якісно нового обладнання; нового рухомого складу; якісних матеріалів і запасних частин, якісно нових підходів до маркетингу та сервісу при наданні послуг з вантажних і пасажирських перевезень.

УДК 658:656.13.07:004

### **ЕФЕКТИВНІСТЬ РОБОТИ ПАСАЖИРСЬКИХ АВТОБУСНИХ СТАНЦІЙ ЯК ОБ'ЄКТ УПРАВЛІННЯ**

*Щебликіна К. А., аспірант (ХНАДУ)*

Ринкові умови господарювання підприємств пасажирського транспорту характеризуються загостренням конкуренції. В останні роки на ринку пасажирських перевезень з'являються все більше перевізників – фізичних осіб – підприємців. В цих умовах важливого значення набуває питання покращення ефективності роботи пасажирських автобусних станцій (ПАС). Оптимальні управлінські рішення та постійний контроль мають забезпечити ефективність їх функціонування.

Ефективність формування й реалізації управління залежить від того, наскільки правильно визначено об'єкт. На сьогодні на ПАС при управлінні ефективністю роботи об'єктом, в

основному, виступають окремі показники.

Однак, такий підхід не відповідає сучасним вимогам, які передбачають застосування управлінського впливу на процеси, які формують ефективність роботи ПАС, систему, фактори тощо. Тому виникає завдання обґрунтувати об'єкт при управлінні ефективністю роботи ПАС.

Ефективність можна досліджувати з різних сторін: з точки зору формування витрат, планування обсягу виробництва, прибутку, реалізації інвестиційних проектів та ін. Загальну ефективність характеризує загальна величина економічного ефекту в зіставленні як з усіма затратами на його досягнення – вартістю засобів праці, предметів праці і робочої сили, застосовуваних або вичерпані в певний період, так і з окремими видами ресурсів, які використовуються. Поряд із загальною ефективністю функціонування системи розглядають також часткову ефективність її окремих елементів і факторів, які впливають на неї. Можна сказати, що ефективність відображає ступінь реалізації цілей ПАС при мінімальних, але необхідних витратах. Це відношення результату діяльності об'єднання пасажирських автобусних станцій до витрат на його досягнення, тобто результат порівнюється з витратами.

Для визначення ефективності роботи ПАС як об'єкта управління будемо необхідно розподілити сфери діяльності підприємства. Такий підхід найкраще відповідає сучасним уявленням про формування об'єкта управління.

Отже, основними сферами діяльності, що формують ефективність роботи ПАС виступають: фінансова сфера; сфера роботи з клієнтами; операційна сфера; сфера роботи з персоналом.

Фінансову сферу характеризує економічну ефективність використання основних виробничих фондів підприємства і оборотних коштів ПАС, середній розмір доходу, що припадає на одиницю транспортної роботи, витрати, прибуток та інші.

Сферу роботи з клієнтами характеризує задоволеність пасажирів автотранспортними послугами, якість обслуговування.

Операційну сферу характеризує продуктивність праці, фондовіддача фондомісткості та інші.

Сфера роботи з персоналом визначається задоволеністю працівників, який є комплексним показником, який включає такі аспекти: зміст і характер роботи; умови роботи; оплата праці, матеріальна винагорода; ступінь престижності роботи та інші.

Таким чином, обґрунтовано склад та зміст ефективності роботи ПАС як об'єкта управління на основі поділу діяльності підприємства на окремі сфери.