

Міжнародної науково-практичної конференції «Маркетинг і логістика в системі менеджменту пасажирських перевезень на залізничному транспорті». – Київ. – 2009. – С. 29-30.

13. Завьялов П.С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицях: Учеб. пособие. – М.: ИНФРА-М, 2004. – 496 с.

14. Гаркавенко С.С. Маркетинг. Підручник. – К.: Лібра, 2004. – 712 с.

Аннотация. Стаття посвящена определению роли маркетинговых исследований в системе повышения качества пассажирского сервиса на железнодорожном транспорте. Обоснована необходимость регулярного проведения маркетинговых исследований. Приведены результаты маркетингового исследования относительно выявления отношения пассажиров к имеющимся услугам и возможности внедрения новых услуг.

Ключевые слова: маркетинговое исследование, железнодорожный транспорт, пассажирские перевозки, качество, конкурентоспособность, сервис, качество, транспортные услуги.

Summary. The article is sanctified to determination of role of marketing researches in the system of upgrading of passenger service on a railway transport. The necessity of regular realization of marketing researches is reasonable. Results over of marketing research are brought in relation to the exposure of relation of passengers to present services and possibility of introduction of new services.

Keywords: marketing research, railway transport, passenger transportations, quality, competitiveness, service, quality, transport services.

*Рецензент к.е.н., професор УкрДАЗТ Жердев М.Д.
Експерт редакційної колегії к.е.н., доцент УкрДАЗТ Зубенко В.О.*

УДК 658:656.2.078.8

ОБГРУНТУВАННЯ НЕОБХІДНОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ ЯКОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ ЯК ФАКТОРА ПІДВИЩЕННЯ ЇХ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

*Чорнобровка І. В., к.е.н., доцент,
Уткіна Ю. М., асистент (УкрДАЗТ)*

В статті розглянуто питання щодо мотиваційної дії фактору конкуренції на впровадження системи менеджменту якості залізничними підприємствами України.

Ключові слова: *якість, система менеджменту якості, конкуренція, конкурентоспроможність, підприємство залізничного транспорту.*

Постановка проблеми. В Україні в період швидкого включення до світових економічних зв'язків продовжується інтенсивне впровадження систем менеджменту якості. Причому слід відзначити, що сучасні системи менеджменту якості розглядаються як інструмент зростання конкурентоспроможності підприємства, підвищення відповідальності працівників,

гарантування споживачам стабільної якості товарів і послуг. Однак, для «жорстко» адміністрованих структур, якою є залізниця, виникає питання доцільності впровадження системи менеджменту якості в її складових частинах – на залізничних підприємствах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питаннями впровадження системи менеджменту

якості на залізничному транспорті займається багато вчених, серед яких необхідно виділити таких: Архангельський С. В., Єфремов В. А., Червяков В. Ю., Костюков С. Я [1], Ніколасенко А. О., Нерубацький В. П. [2], Рудницький В. Ф., Рудзинський В. В., Федор О. Я [3], Усманов Ю. А., Шендалев А. Н. [4]. В їх роботах розглянуто питання реалізації системи менеджменту якості на підприємствах залізничного транспорту, а також адаптації системи менеджменту якості до організаційної структури залізничного транспорту.

Виділення невирішених частин загальної проблеми. Проте невирішеними залишаються питання впровадження системи менеджменту якості на підприємствах залізничного транспорту як фактору забезпечення їх конкурентоспроможності через слабкий прояв конкуренції в середовищі функціонування цих підприємств.

Метою статті є дослідження доцільності впровадження систем менеджменту якості на підприємствах залізничного транспорту як фактора підвищення їх конкурентоспроможності.

Виклад основного матеріалу. Основою розвитку будь-якого підприємства, а особливо вертикально інтегрованого комплексу, яким є залізниця, є висока конкурентоспроможність пропонованої продукції і послуг, що надаються. Даний показник є основоположним для ефективного розвитку. Але в сьогоденних умовах розвитку мало однієї конкурентоспроможності продукції, необхідна ще і гнучка система управління, яка дозволяє:

- по-перше, запропонувати максимальний асортимент продукції, що випускається, або послуг, що надаються;
- по-друге, мінімізувати витрати на виробництво і реалізацію продукції, особливо поза виробничі;
- по-третє, не допустити відхилень від заданих параметрів якості як продукції, так і діяльності.

Саме питанням розробки і ефективності використання системи менеджменту якості останнім часом приділяється все більше уваги, що обумовлене необхідністю виконання умови світових стандартів (в основному ISO 9000:2009) по організації випуску продукції і надання послуг. Сучасний споживчий ринок все жорсткіше формує вимоги не лише до якості продукції, що поставляється, але і до менеджменту забезпечення якості на підприємстві-виробнику.

Відмінною рисою створюваних на сучасному етапі систем менеджменту якості є те, що роботи ведуться з врахуванням системи управління, що склалася, на підприємстві. Це пов'язано з високою опірністю співробітників організаційним змінам, що проводяться. Тому не міняючи, але доповнюючи систему управління

необхідними функціями, мінімізуються витрати на впровадження систем менеджменту якості. При впровадженні системи менеджменту якості здійснюється розділення функцій управління, планування, контролю і аналізу по різних організаційних рівнях підприємством. Вище керівництво здійснює діяльність по плануванню підвищення якості і несе відповідальність за його забезпечення і виконання планів. Керівники процесів займаються оперативним керівництвом якості в рамках своїх посадових повноважень, а також здійснюють контроль виконання робіт по ремонту і технічному обслуговуванню [4].

Основним питанням при впровадженні системи менеджменту якості на залізничних підприємствах є доцільність її впровадження, оскільки на підприємства залізничного транспорту фактор конкуренції діє слабо. Проте, слід зазначити, що саме фактор конкуренції є основним мотиватором впровадження системи менеджменту якості на залізничному транспорті.

Це пов'язано, по-перше, з тим, що конкуренція з авто перевізниками вимагає якісного і одночасно економічного надання послуг кожним із залізничних підприємств, що виконують перевезення. Це стосується як діяльності безпосередньо перевізників, так і діяльності допоміжних підприємств, які займаються обслуговуванням залізничної інфраструктури та рухомого складу.

По-друге, мотиваційна дія фактору конкуренції дуже чітко проявляється у діяльності локомотивно- та вагоноремонтних підприємств, коли з метою залучення додаткових обсягів виконання ремонтів розробляється комплекс заходів щодо покращення якості виконання ремонтів та стимулювання працівників до високої якості виконання ремонтів.

По-третє, на підприємствах, що займаються обслуговуванням пасажирів проявляється дія фактору не прямої конкуренції, бо від ступеня розвинутої інфраструктури обслуговування пасажирів, якості надання послуг та забезпечення життєдіяльності людини залежить обсяг коштів, які потенційно може витрати пасажир на залізничному підприємстві, що займається його обслуговуванням.

Крім цього, слід зазначити, що в умовах рівних цінових пропозицій залізничні підприємства з сертифікованою системою менеджменту якості користуються перевагою у клієнтів в ступені довіри до виконання їх зобов'язань.

Окрім здобуття зовнішніх конкурентних переваг, наявність сучасної системи менеджменту якості може бути корисною у випадках, коли залізничним підприємствам потрібно орієнтуватися на зменшення собівартості надання послуг без зниження їх надійності та якості [3].

Висновки та перспективи подальшої роботи. Результативно функціонуюча система менеджменту якості як інструмент підвищення конкурентоспроможності залізничного підприємства дозволяє успішно вирішувати два взаємозв'язані завдання:

- по-перше, задоволення запитів і чекань споживачів, тобто споживач має бути упевнений в здатності залізничного підприємства надавати послуги необхідної якості, а також постійно підтримувати і покращувати досягнутий рівень якості;

- по-друге, задоволення інтересів самого залізничного підприємства, тобто підприємство з економічної точки зору досягає і підтримує необхідний рівень якості надання послуг впродовж всього їх життєвого циклу при оптимальних витратах.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1 Архангельский С. В. Система

менеджмента качества как инструмент бизнеса / С. В. Архангельский, В. А. Ефремов, В. Ю. Червяков, С. Я. Костюков // Путь и путевое хозяйство. – 2008. – №9. – С. 11-12.

2 Ніколаєнко А. О. Удосконалення організаційної структури підприємства залізничного транспорту з метою впровадження системи управління якістю / А. О. Ніколаєнко, В. П. Нерубацький // Локомотив-інформ. – 2010. – №4. – С. 6-7.

3 Рудницький В. Ф. Впровадження сучасних систем управління якістю на залізничних підприємствах: прагматичність підходу / В. Ф. Рудницький, В. В. Рудзинський, О. Я. Федор // Залізничний транспорт України. – 2010. – №1. – С. 12-15.

4 Усманов Ю. А. Внедрение систем менеджмента качества на предприятиях железнодорожной отрасли / Ю. А. Усманов, А. Н. Шендалев // Локомотив-информ. – 2008. – №1. – С. 7-10.

Аннотация. В статье рассмотрен вопрос мотивационного действия фактора конкуренции на внедрение системы менеджмента качества железнодорожными предприятиями Украины.

Ключевые слова: качество, система менеджмента качества, конкуренция, конкурентоспособность, предприятие железнодорожного транспорта

Summary. In article is considered question мотивационного actions of the factor to competitions on introducing the system of management quality railway enterprise of the Ukraine.

Keywords: quality, system of management quality, competition, competitiveness, enterprise of the rail-freight traffic

**Рецензент к.е.н., доцент УкрДАЗТ Якименко Н.В.
Експерт редакційної колегії к.е.н., доцент УкрДАЗТ Боровик Ю.Т.**