

На сьогодні категоріальний діапазон контролінгу в управлінні персоналом розширився від вузько функціонального трактування окремих служб до універсального його розуміння як визначальної складової системи управління підприємством.

Контролінг персоналу покликаний сприяти формуванню та використанню системи знань в організації, з метою підвищення її конкурентоспроможності, а формування прогресивної оргструктури, орієнтованої на інтенсивний обмін знаннями всередині організації – напрямок реалізації результатів контролінгу.

Література:

1. Алекперова Л.В. Кадровий контролінг на підприємстві. *Регіональна бізнес-економіка та управління*. 2013. № 1(37). С. 163-167.

ХАРАКТЕРИСТИКА ЯКОСТІ ТРАНСПОРТНО-ЛОГІСТИЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ

*Криворучко О.М., д.е.н., професор
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

З метою створення клієнтоорієнтованої системи транспортного обслуговування, забезпечення отримання синергетичного ефекту від ефективного поєднання потенціалу та можливостей усіх видів транспорту на основі партнерсько-конкурентних засад під час здійснення перевезень; підвищення ефективності внутрішніх логістичних операцій тощо, необхідно удосконалювати системи логістичного сервісу, приділяти увагу оцінці якості транспортно-логістичного обслуговування з позицій споживачів.

За сучасних умов функціонування логістичних систем при оцінці якості транспортно-логістичного обслуговування перевага повинна віддаватися позиціям споживачів.

Теорія споживчої оцінки якості достатньо розроблена та покладена в основу великої кількості різноманітних методологічних підходів. Найбільш популярними та ефективними є п'ятиступенева модель якості послуги або, більше відома, як модель розбіжностей, що була розроблена американськими вченими В. Зейтамлем (Valarie A. Zeithaml), А. Парасураманом (A. Parasuraman) та Л. Беррі (Leonard L. Berry) [1]; концепція «нейтральної зони», запропонована вперше Ч. Бернад для розгляду реакції підлеглого на прояв владних повноважень керівника, яку застосували професори маркетингу Е.Р. Кедотт (Ernest R. Cadotte) і Н. Терджен (Normand Turgeon) для аналізу й оцінки сприйняття споживачем одержуваного обслуговування [2].

Сприйняття споживачем якості транспортно-логістичного обслуговування за типологією Кедотта-Терджена слід розглядати як формування в його свідомості відмінностей між очікуваним і фактично отриманим обслуговуванням з подальшим переростанням цього образу (через сприйняття і оцінку істотних властивостей отриманого обслуговування) в

емоційний настрій, що характеризується силою (рівнем) і напрямом: сильний позитивний настрій – високий ступінь задоволеності – висока якість обслуговування або сильний негативний настрій – високий ступінь незадоволеності – низька якість обслуговування. Кількісна характеристика такого настрою є оцінкою якості, яка розповсюджується як на все отримані елементи обслуговування, так і на окремий процес ТЛО.

Формування критеріїв оцінки якості доцільно здійснити за стадіями та окремими етапами транспортно-логістичного обслуговування. Етапи виділено на підставі складових інтегрованих процесів транспортно-логістичного обслуговування [3, С. 94-98].

Усі критерії представлені за групами: нейтральні елементи ТЛО; критичні елементи; що приносять задоволення та що приносять розчарування.

Критичні елементи базуються на обов'язкових стандартах, прийнятних для споживачів; викликають позитивну або негативну реакцію відповідно до виконання обов'язкових стандартів. Критичними елементами ТЛО є: точність виконання (своєчасне оформлення необхідної документації, забезпечення збереженої доставки вчасно, що обумовлено в контракті, інформування замовника про рух товару і ін.); безпека вантаження-розвантаження; своєчасність операцій вантаження-розвантаження; збереження вантажу при вантаженні-розвантаженні; безпека перевезень та ін.

Нейтральні елементи створюють максимально нейтральну зону й не впливають на якість; мають слабкий вплив на рівень задоволення споживачів (інформація про підприємство та про його рівень ТЛО; уявлення споживача про якість, його вимоги; порівняння з подібними послугами, які надавались в минулому; культура персоналу (професіоналізм, ввічливість та ін.).

Елементи, що приносять задоволення можуть викликати добру реакцію, якщо очікування задоволені. Ці елементи відрізняють підприємство, що виконує транспортно-логістичне обслуговування споживачів на ринку. Наприклад, можливість модифікації існуючих схем постачань під потреби споживача; вбудовування нових замовлень у вже сформований план; пропозиція комплексних рішень.

Елементи, що приносять розчарування, мають місце, коли вони не виконані правильно, викликають негативну реакцію. Їх виконання є обов'язкове, але підвищення якості не завжди приводить до підвищення рівня задоволеності (наявність пошкодженого товару і погіршення його якості; випадки крадіжок, втрат, псування; повернення товарів покупцем, скарги покупців тощо).

Споживачу необхідно оцінити сприйняття рівня якості за шкалою: 0 – відсутній рівень; від 0 до +5 – виконаний правильно рівень; від 0 до -5 – виконаний неправильно рівень.

Показник оцінки якості ТЛО знаходиться в інтервалі від 0 (не викликає незадоволення, але і не викликає позитивного враження) до 1 (високий рівень, що відповідає повному задоволенню якістю ТЛО).

Література:

1. Parasuraman A.A., Zeithaml Valarie A., Berry Leonard L. Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*. 1985. Vol. 49 (4). P. 41-50.
2. Cadotte E.R., Turgeon N. Dissatisfiers and Satisfiers: Suggestions from Consumer Complaints and Compliments. *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*. 1988. Vol. 1. P. 74-79. URL: <http://lilt.ilstu.edu/staylor/csdcdb/articles/Volume1/Cadotte%20et%20al%201988.pdf> (date of request: 11.10.2019).
3. Криворучко О.Н. Интегрированные процессы транспортно-логистического обслуживания потребителей. *Економіка транспортного комплексу*. 2017. Вип. 29. С. 86-99.

РОЛЬ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БІЗНЕСУ В ЙОГО ЕФЕКТИВНОМУ ФУНКЦІОНУВАННІ

Лисанова А.М., старший викладач,

Пахомова Л.В., асистент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Бізнес як система відкритого типу характеризується взаємодією і взаємозалежністю його складових, а саме всіх видів ресурсів, що постійно перебувають у динаміці. Як відомо, сюди відносять матеріальні, фінансові, трудові та, звичайно ж, інформаційні ресурси. При цьому одним з найбільш динамічних ресурсів бізнесу є інформація, яка виступає як стратегічний ресурс, що забезпечує успішну реалізацію функції менеджменту – цілепокладання, а значить, дозволяє в кінцевому підсумку моделювати довгострокову перспективу розвитку бізнесу. Саме наявність техніко-економічної програми функціонування бізнесу на довгострокову перспективу його розвитку сприяє найбільш раціональному і перспективному використанню інших вищеозначених ресурсів обов'язково в плані їх розширеного відтворення. Інформація як предмет і продукт праці працівників керуючої системи бізнесу є елементом зворотного зв'язку між суб'єктом і об'єктом управління. Саме інформація як елемент зворотного зв'язку повинна забезпечити можливість зіставлення параметрів фактичного стану бізнесу з очікуваними параметрами функціонування виробничо-господарської діяльності бізнесу.

Вся інформація, яка виникає всередині конкретного бізнесу (внутрішня) і за межами цього бізнесу (зовнішня) залежить, звичайно, від обсягів виробництва, галузевої приналежності (специфіки функціонування бізнесу) і, звичайно ж, від складності виробничих процесів конкретного бізнесу, а так само від організаційної структури бізнесу. З точки зору менеджменту всі інформаційні процеси в бізнесі складаються в отриманні, переробки, накопичені інформації для її подальшого аналізу, синтезу за результатами проведеного аналізу для виявлення причин відхилень в конкретному бізнесі.