

Модернізація підприємств України в сучасні інноваційні повинена включати проекти швидкої адаптації на нові сучасні тенденції, які відбуваються в світі через інформаційні системи та співпрацю.

## **ОЦІНКА ЯКОСТІ ПАСАЖИРСЬКИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ З УРАХУВАННЯМ ДУМОК КЛЮЧОВИХ СТЕЙКХОЛДЕРІВ**

*Тихонюк Д.А.*

*Науковий керівник: Дмитрієва О.І., д.е.н., доцент  
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Оцінювання якості пасажирських перевезень на підприємствах автомобільного транспорту є однією з функцій системи управління. Ця оцінка є основою для створення необхідних управлінських рішень:

- мотивація виконавців на підвищення рівня якості пасажирських перевезень;
- розробка цільових програм і планів діяльності підприємств автомобільного транспорту;
- удосконалення організації процесу пасажирських перевезень;
- розробка заходів щодо підвищення якості пасажирських перевезень;
- вибір підприємством партнерів для організації діяльності;
- своєчасне прийняття рішень про оптимальні зміни асортименту послуг,
- кількості видів обслуговування і т. п.

У загальному вигляді оцінювання рівня якості – це сукупність операцій, що включає вибір номенклатури показників якості продукції, що оцінюється, визначення значень цих показників і порівняння їх з базовими [1].

Тому визначальною основою для оцінювання якості перевезення пасажирів на підприємстві є обґрунтування методу оцінювання.

Основним принципом роботи підприємств в сучасних умовах є клієнтоорієнтованість (або орієнтація на клієнта – стратегія ведення бізнесу підприємства, у відповідності з якою воно робить дії спрямовані на задоволення потреб споживачів, з метою перетворити його в лояльного клієнта). В умовах конкуренції, що загострюється, на транспортному ринку орієнтація на максимально повне виявлення та задоволення вимог споживачів транспортних послуг є запорукою ефективного довгострокового розвитку і забезпечення конкурентоспроможності в усіх сегментах ринку пасажирських перевезень.

Все це зумовлює завдання щодо оцінювання рівня якості перевезення пасажирів на підприємствах автомобільного транспорту, який би враховував оцінку якості перевезень як з боку підприємства, так і з позиції всіх зацікавлених осіб.

Таким чином, оцінку якості пасажирських перевезень автором пропонується проводити з урахуванням думок ключових стейкхолдерів. Стейкхолдерів можна класифікувати на внутрішніх і зовнішніх. До внутрішніх

стейкхолдерів належать персонал (робітники та менеджери) та акціонери. До зовнішніх – усі інші. Також стейкхолдерів можна умовно розділити на основних та непрямих зацікавлених. До основних належать власники, персонал, місцеві суспільства, клієнти, постачальники та бізнес-партнери. До непрямих – всі інші, тобто ЗМІ, професійні об'єднання, активісти, конкуренти, органи державного управління, некомерційні та суспільні організації. При оцінці якості пасажирських перевезень можна виділити 4 групи зацікавлених осіб: працівники, керівники, інвестори, споживачі. Для кожної з цих груп зацікавлених осіб оцінка якості проводиться окремо і виділяються різні показники якості перевезень.

Під час оцінювання якості пасажирських перевезень на підприємствах автомобільного транспорту пропонується базуватися на наступних положеннях:

- окремо оцінювати якість пасажирських перевезень за процесами надання транспортних послуг та забезпечувальними процесами;
- визначати показники оцінки якості пасажирських перевезень за «входами», безпосередньо «процесами» та їх «виходами»;
- оцінювати якість пасажирських перевезень різними стейкхолдерами – за фактичними даними підприємства і за даними опитування споживачів про рівень якості видимих для них процесів;
- враховувати значимість показників оцінювання якості пасажирських перевезень з урахуванням думок ключових стейкхолдерів ;
- порівнювати результати оцінювання якості пасажирських перевезень, отримані з позиції різних стейкхолдерів;
- для розрахунку підсумкових показників використовувати різні рівні їх узагальнення (часткові, групові, узагальнюючі).

Таким чином, запропоновані положення та рекомендації щодо оцінювання якості пасажирських перевезень, оснований на оцінці по даним підприємства і думкою споживачів, який передбачає урахуванням думок ключових стейкхолдерів: працівники, керівники, інвестори, споживачі.

### **Література:**

1. Момот А. И. Экономический механизм управления качеством. Донецк: Норд-Пресс, 2005. 353 с.
2. Бочарова Н. А. Визначення ефективності функціонування підприємства з позиції різних зацікавлених груп. *Економіка транспортного комплексу: збірник наукових праць*. Харків: ХНАДУ. 2011. Вип. 18. С. 133–143.
3. Дмитрієва (Стогул) О. І., Криворучко О. М. Управління якістю обслуговування пасажирів на автобусних станціях: монографія. Харків: ХНАДУ, 2012. 195 с.
4. Криворучко О. М. Оцінка якості взаємовідносин підприємства і споживачів продукції (послуг). *Економіка транспортного комплексу: збірник наукових праць*. Харків: ХНАДУ. 2009. Вип. 14. С. 84–92.