

## ОСНОВИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ТРАНСПОРТНИХ ПОСЛУГ

Андрієнко М. М.

---

*У статті встановлено сутність та зміст, а також обґрунтовано функції „блоку гармонізації інтересів вантажовласників та транспортного центру” та „блоку адаптування до змін потреб і вимог клієнтури”, визначено алгоритм розрахунку коефіцієнту адаптування центру до змін потреб та вимог клієнтів та коефіцієнту гармонізації інтересів транспортного центру та клієнтів, визначено їх вплив на дохідність перевізних та сервісних послуг.*

**Постановка проблеми.** У сфері вітчизняної та зарубіжної економіки послуги займають найбільшу частку серед галузей народного господарства. Сфера послуг досить швидко розвивається за рахунок або створення нових або покращання якості уже існуючих. Як відомо, на ринку послуг, який представлено більш вузькими ринками, виділяють сферу транспорту, яка також ділиться на менші складові. Традиційно у практиці доставки вантажів залізницею універсальним способом транспортування визначають контейнер. Споживачі таких перевезень отримують набір послуг залізничного транспорту, проте фактично вони купують переваги, які надають ці послуги. Тому метою транспортного сервісного центру є надання таких послуг, що характеризуються однією чи кількома суттєвими особливостями, які помічають та цінують споживачі.

З плином часу вимоги та потреби вантажовласників поступово змінюються. Відповідно до цього транспортне підприємство повинно вдосконалювати свої послуги, освоювати нові, або підвищувати конкурентоспроможність існуючих за допомогою підвищення якості сервісного обслуговування.

Суттєву відмінність перевізних та сервісних послуг в ринкових умовах становить відмінність від послуг конкурентів завдяки цінності та конкурентоспроможності. Оскільки, сервісний центр надає комплекс послуг, то забезпечити конкурентоспроможність можливо за допомогою забезпечення економічних інтересів як вантажовласників, так і своїх власних за рахунок відповідного рівня якості.

**Аналіз досліджень.** Ефективності реалізації якісних транспортних послуг надається велике значення. Цьому питанню присвячено багато праць вітчизняних та зарубіжних вчених, таких як Абрамов А.П., Балака Є.І., Вовк А.А., Галабурда В.Г., Гончарук О.В., Колеснікова Н.М., Креймер В.Ю., Міротін Л.Б., Соколов В.Ю., Терьошина Н.П., Трихунков М.Ф., Цветов Ю.М., Чернюк Л.Г. та ін. Проте в напрацюваннях недостатньо висвітлено питання механізму взаємодії вантажовласників та транспортних сервісних центрів, а також відсутні складові елементи їх потенційних економічних інтересів.

**Мета статті.** Метою статті є визначення додаткових функцій маркетологів та показників, які за своєю суттю можуть визначати їх вплив на результативність сервісного центру та отримані клієнтами послуги.

**Виклад основного матеріалу.** Обсяги контейнерних перевезень, виконані транспортним сервісним центром, регулюються відповідно до закону попиту та пропозицій у транспортних послугах на даному сегменті ринку (див. рис. 1). Визначимо поняття послуга та сервіс. Послуга, відповідно до визначення Ф. Котлера є об'єктом продажу, вигод або задоволення. За міжнародними стандартами послуги – це комплекс функцій, які пропонуються підприємством споживачу. Тому для транспорту це поняття означає, що це не тільки просте виконання перевезень, але й весь набір супутніх функцій, які надаються споживачам у транспортному центрі, таких як інформаційне обслуговування, задоволення попиту, сервіс наданих послуг, економіко-фінансове обслуговування тощо. Сервіс – це надання комплексу основних та додаткових нетранспортних послуг, пов'язаних з перевезенням контейнеропридатних вантажів, з метою залучення максимальної чисельності споживачів. Сервісне обслуговування клієнтури у великій мірі залежить від якості послуг. Якість – це сукупність властивостей та характеристик послуги, які визначаються можливістю задоволення певних потреб та вимог. Якість послуг – це загальний ефект надання послуг, який визначає рівень задоволення споживачів. Кількість перевезених контейнеропридатних вантажів залежить від ринкової ціни на перевезення та додаткові сервісні послуги. Попит споживачів у послугах сервісного центру є компромісом між їх ефективністю та ціною. Рівень попиту може змінюватися у залежності від багатьох причин. Ціна, яку готові платити вантажовласники, підлягає ринковому регулюванню та залежить від певних причин. Тому завданням працівників маркетингового відділу сервісного центру є зрозуміти ці залежності і використати їх у свою користь, з метою отримання додаткового доходу.

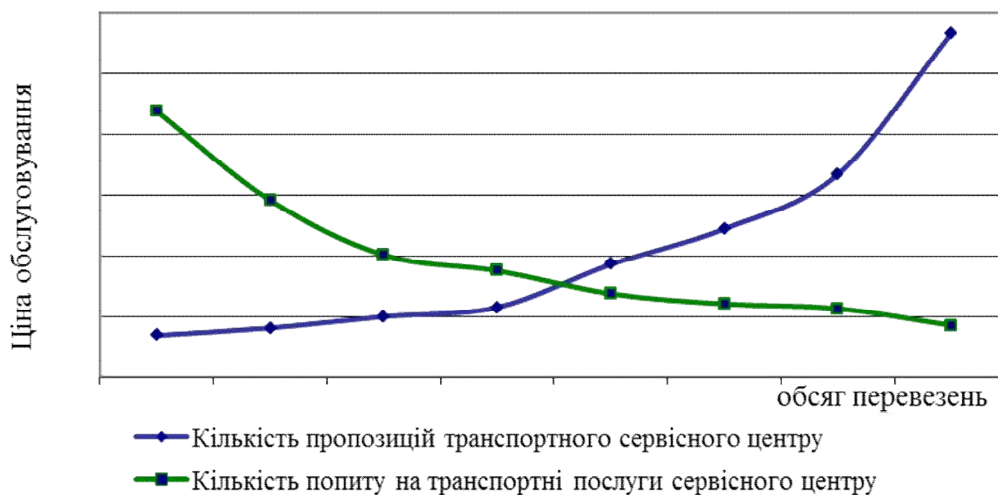


Рис. 1. Кількість попиту та пропозицій транспортних послуг сервісного центру

Механізм сервісного обслуговування контейнерних перевезень характеризується системою організаційних, економічних, правових, управлінських та регулюючих дій, процесів, які формують і впливають на обсяги попиту та пропозицій у послугах сервісного транспортного центру, що призведе до очікуваних результатів клієнтів та залізничного транспорту. З метою

реалізації економічних інтересів обох сторін у складі комплексного сервісного центру слід виділити два блоки: „блок гармонізації інтересів вантажовласників та транспортного центру” та „блок адаптування до змін потреб і вимог клієнтури”. Проаналізувати, яким чином їх діяльність вплине на результати центру та клієнтів, можливо за допомогою економічної оцінки роботи центру та результатів задоволення потреб клієнтів у послугах. Оцінку результативності транспортного центру та клієнтів слід визначати за допомогою коефіцієнта адаптування до змін потреб та вимог вантажовласників та коефіцієнта гармонізації їх економічних інтересів. Враховуючи сказане, необхідним є визначення сутності коефіцієнтів адаптування та гармонізації (загального задоволення). Коефіцієнт адаптування до змін потреб вантажовласників характеризує ефективність реагування маркетингового підрозділу сервісного центру в оперативному порядку на зміни потреб та вимог вантажовласників. Коефіцієнт гармонізації визначає ефективність регулювання інтересів вантажовласників та сервісного центру з метою їх задоволення. Виходячи із графічної моделі оптимізації витрат та доходів кожного із учасників перевізного процесу слід зупинитися на прийнятних значеннях обох коефіцієнтів.

З метою визначення оптимального рівня сервісного обслуговування доцільно порівняти між собою витрати, доходи та рівень сервісного обслуговування за принципом компромісного рішення. Принцип компромісного рішення слід використовувати при здійсненні перевізної та сервісної діяльності на транспорті для досягнення найвигіднішого співвідношення плати за отримані послуги та рівня якості сервісного обслуговування для клієнтів та сервісного транспортного центру. Щоб визначити оптимальний рівень сервісного обслуговування слід зіставити витрати, які пов'язані з підвищенням якості сервісного обслуговування та можливою сумою втрати доходів від скорочення наданих послуг (рис. 2). Тому при плануванні росту якості сервісного обслуговування перевезень слід виходити із граничного рівня сервісу.

Граничний рівень сервісу забезпечить рівність між отриманими результатами сервісного центру та клієнтами при реалізації перевезень контейнеропридатних вантажів.

Коефіцієнт адаптації до зміни потреб вантажовласників становитиме:

$$K_{ад} = \frac{\Sigma D}{\Sigma B}, \quad (1)$$

де  $\Sigma D$  - доходи центру від основної та сервісної діяльності, грн.;

$\Sigma B$  - витрати центру від надання перевізних та сервісних послуг, грн.

Причому,  $K_{ад} = \frac{D + \Delta D}{B + \Delta B}$ , має бути рівним, або більшим за одиницю.

де  $\Delta D$  - дохід сервісного центру від ефективного реагування на зміни потреб клієнтів, грн.;

$\Delta B$  - витрати сервісного центру від адекватного реагування на зміни потреб клієнтів, грн.

Граничний рівень сервісу забезпечить рівність між отриманими результатами сервісного центру та клієнтами при реалізації перевезень контейнеропридатних вантажів.

Результати сервісного центру будуть залежати від швидкості реагування маркетингового відділу на зміну потреб споживачів. При визначенні результатів від ефективного реагування у структурі доходів та витрат транспортного сервісного центру слід передбачити доходну і витратну статті. Доходи мають перевищувати витрати, або дорівнювати їм, що сприятиме забезпеченню робочого місця працівника маркетингового відділу.

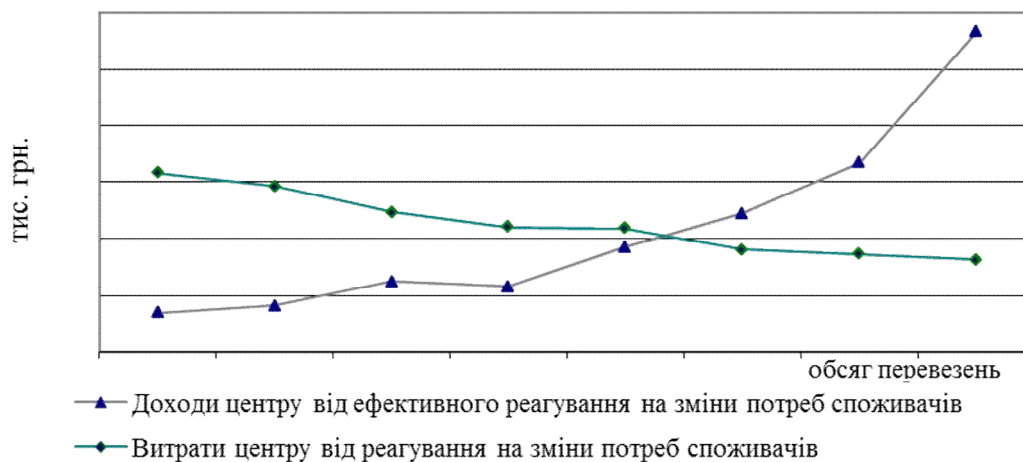


Рис. 2. Результати діяльності сервісного центру

Коефіцієнт гармонізації інтересів сервісного центру та клієнтів визначатиметься наступним чином:

$$\kappa_{\text{гар}} = \frac{\sum E_{\text{ц}}}{\sum E_{\text{кл}}} \cong 1, \quad (2)$$

де  $\sum E_{\text{ц}}$  - питома вага отриманих економічних результатів від основної та сервісної діяльності центром, %;

$\sum E_{\text{кл}}$  - питома вага отриманих економічних результатів від перевізних послуг та сервісного обслуговування контейнерних перевезень, %.

$$\text{Причому: } \kappa_{\text{гар}} = \frac{E_{\text{ц}} + \Delta E_{\text{с.о.}}}{E_{\text{кл}} + \Delta E_{\text{с.о.}}} \cong 1 \text{ (100 \%)}, \quad (3)$$

де  $\Delta E_{\text{с.о.}}$  - результати від здійснення сервісного обслуговування контейнерних перевезень центром;

$\Delta E_{\text{с.о.}}$  - результати від отриманого ефекту внаслідок отриманих операцій з сервісного обслуговування клієнтами центру.

Таким чином, економічна оцінка роботи сервісного центру за добу визначатиметься за формулою:

$$E_{\text{ц}}^{\text{доб}} = \frac{\sum K_{\text{рік}} \cdot \bar{D}}{365} \cdot r_p \cdot k_{\text{як}} \cdot k_{\text{ад}}, \rightarrow \max, \quad (4)$$

де  $\sum K_{\text{рік}}$  - обсяг роботи за рік, контейнерів;

$\bar{D}$  - середній дохід на 1 контейнер;

$r_p$  - коефіцієнт можливого ризику;

$k_{\text{як}}$  - коефіцієнт зміни якості сервісного обслуговування;

$k_{\text{ад}}$  - коефіцієнт адаптації центру до змін потреб клієнтів.

Слід зазначити, що середній дохід на один перероблений контейнер сервісним центром складатиме:

$$D_{\text{сер}} = \Delta D \cdot k_{\text{ад}} \cdot k_{\text{гар}}. \quad (5)$$

Таблиця 1

Фактори впливу на економічний результат діяльності центру

Фактор	Умове позначення	Значення фактору		Зміна фактору (+, -)	Зміна доходів	Питома вага зміни доходів, %
		базове	планове			
Якість сервісного обслуговування	<b>а</b>	0,835	0,956	+ 0,121	0,128	23,2
Коефіцієнт адаптації	<b>В</b>	1,0	1,35	+0,35	0,37	67,2
Коефіцієнт гармонізації інтересів	<b>С</b>	0,95	1	+ 0,05	0,053	9,6
Разом		0,8	1,3	+ 0,5	0,551	100

Аналогічно можна визначити результати задоволення потреб клієнтів у послугах центру:

$$E_{\text{кл}}^{\text{доб}} = \frac{C_t \cdot P_k - (T_{\text{т}}^{\text{авт(зал,зал-авт)}} + Z_{\text{авт(зал,зал-авт)}})}{t_{\text{дост}}^{\text{авт(зал,зал-авт)}}} \cdot r_p \cdot k_{\text{інф}} \cdot k_{\text{ад}}, \rightarrow \max, \quad (6)$$

де  $C_m$  - ціна 1 т вантажу, що перевозиться контейнером, грн.;

$P_k$  - завантаження одного контейнера, т;

$T_{\text{т}}^{\text{авт(зал,зал-авт)}}$  - плата за транспортування, грн.;

$Z_{\text{авт(зал,зал-авт)}}$  - збитки вантажовласників, грн.;

$t_{\text{дост}}^{\text{авт(зал,зал-авт)}}$  - термін доставки вантажу, діб.;

$k_{\text{інф}}$  - коефіцієнт інфляції.

Якщо задовольняється рівність  $E_{\text{ц}}^{\text{доб}} \cong E_{\text{кл}}^{\text{доб}}$ , то можна говорити про загальне задоволення економічних інтересів сервісного центру і вантажовласників при здійсненні контейнерних перевезень на залізничному транспорті.

Необхідним є визначення впливу індексу якості сервісного обслуговування, коефіцієнтів адаптації, гармонізації та культури сервісного обслуговування на заплановані результати економічних інтересів клієнтури та сервісного центру. Оцінка результатів роботи сервісного центру залежить прямо пропорційно від значення індексу якості та коефіцієнтів адаптації та гармонізації.

Вплив кожного показника визначимо за допомогою способу кінцевих зважених результатів. Вплив кожного фактору розраховується наступним чином. Спочатку обчислюються всі варіанти результативного показника під впливом першого фактору, другого і т.д.

$$\begin{aligned}\Delta y_a^1 &= (a_1 - a_0) \cdot v_0 \cdot c_0; \\ \Delta y_a^2 &= (a_1 - a_0) \cdot v_1 \cdot c_0; \\ \Delta y_a^3 &= (a_1 - a_0) \cdot v_0 \cdot c_1; \\ \Delta y_a^4 &= (a_1 - a_0) \cdot v_1 \cdot c_1; \\ \Delta y &= \frac{\Delta y_a^1 + \Delta y_a^2 + \Delta y_a^3 + \Delta y_a^4}{4}.\end{aligned}\quad (7)$$

Подібні розрахунки проводяться за кожним фактором.

Таким чином, на зміну доходів від реалізації перевезень контейнеропридатних вантажів та їх сервісного обслуговування вплинули:

- рівень якості сервісного обслуговування – 23,2 %;
- адаптація сервісного центру до зміни потреб та вимог клієнтури – 67,2 %;
- рівень гармонізації інтересів клієнтів та центру – 9,6 %.

**Висновок.** Функціонування блоків адаптації до вимог клієнтів та гармонізації інтересів центру та вантажовласників сприятиме реалізації їх економічних інтересів. І в тому випадку, якщо інтереси перевізника та споживачів транспортних послуг будуть максимально виконуватися, відповідно перевізні та сервісні послуги транспорту є конкурентоспроможними, а отже будуть користуватися попитом на ринку перевезень.

### Література

1. Андрієнко М.М. Економічний механізм сервісного обслуговування контейнерних перевезень / М.М. Андрієнко // “Економіка і управління”: зб. наук. праць – Вип. № 11.- К.: ДЕТУТ, 2008. – С. 120 – 130.
2. Андрієнко М.М. Економічна оцінка способів доставки контейнеропридатних вантажів/ М.М. Андрієнко // Проблеми економіки і управління на залізничному транспорті III НПК: мат. конф.. – К.: Вид-во ДЕТУТ, 2008. – С. 94 – 95.

3. Богомолова Н.І. Розвиток контейнерних перевезень в Україні / Н.І. Богомолова, М.М. Андрієнко // "Економіка і управління": зб. наук. праць. – Вип. № 5.- К.: КУЕТТ, 2004. – С. 108 – 115.
4. Концепція програми формування мережі логістичних центрів в системі міжнародних транспортних коридорів України / Ю.М. Цветов, О.П. Кутах, М.В. Макаренко та ін. – К.: КУЕТТ, 2003. – 109 с.
5. Ноздрева Р.Б. Маркетинг./ Р.Б. Ноздрева, Г.Д. Крылова, М.И. Соколова, В.Ю. Гречков– М.: Економіст, 2003. – 568 с.
6. Павоне Дж. Оценка качества транспортных услуг/ Дж. Павоне // Железные дороги мира. – 1998. - № 1. – С. 23 – 30.
7. Пасічник В.І. Теоретичні основи економіки експлуатаційної діяльності залізниць: Монографія. – К.: Наук. світ, 2003. – 222 с.
8. Сич Є.М., Богомолова Н.І., Андрієнко М.М., Кислий В.М. Економічні аспекти контейнерно-контрейлерного обслуговування клієнтури залізничного транспорту: Монографія – К.: "Видавництво "Логос", 2007. – 392 с.
9. Экономические показатели бизнеса. / Е.К. Смирницкий. М.: Экзамен, 2002. – 512 с.

#### *Abstract*

The mechanism of service of containertraffics is characterized by the system of organizational, economic, legal, administrative and regulative actions, processes, that form and influence on the volumes of demand and supplies in services of a service transport center that will result in the expected results of clients and railway transport. With the aim of realization of economic interests of both parties in composition a complex service center it follows to distinguish two blocks: "block of harmonization of interests of owners of goods and transport center" and "block of adaptation to the changes of necessities and requirements of clientele". To analyse, how their activity will influence on the results of center and clients, maybe by means of economic evaluation of work of center and results of satisfaction of necessities of clients in services. The estimation of effectiveness of a transport center and clients it follows to determine by means of coefficient of adaptation to the changes of necessities and requirements of owners of goods and coefficient of harmonization of them economic interests. Taking into account said, a necessity is determination of essence of coefficients of adaptation and harmonization (general pleasure). The coefficient of adaptation to the changes of necessities of owners of goods characterizes efficiency of reacting of marketing subdivision of service center in the operative order on the changes of necessities and requirements of owners of goods. The coefficient of harmonization determines efficiency of adjusting of interests of owners of goods and service to the cent with the aim of their pleasure. Going out the graphic model of optimization of charges and profits each of participants of vehicular process it follows to be stopped for the acceptable values of both coefficients.

The results of service center will depend on speed of reacting of marketing department on the change of necessities of consumers. At determination of results from the effective reacting in the structure of earnings and charges of a transport service center it follows to envisage the profitable and expense articles. Profits must exceed charges, or equal them, that will assist providing of workplace of worker.