

послугу. Зусилля служб маркетингу повинні бути направлені на вивчення ринку залізничних пасажирських перевезень, створення реклами і розподіл послуг, максимально можливо відповідати запитам і вимогам потенційних пасажирів. Рекламу необхідно організувати так, щоб кожний потенційний пасажир залізничного транспорту знав про послуги які надаються при перевезенні і де їх можна придбати. Жодна не рентабельна послуга на ринок залізничних пасажирських перевезень не повинна впроваджуватись. Маркетинговий принцип управління залізничними пасажирськими перевезеннями дозволяє визначити мету і засоби її рішення, розробити програму досягнення мети, терміни її реалізації і контролю.

**УДК 65.018.001.57**

### МОДЕЛЮВАННЯ ПРОЦЕСУ МОТИВАЦІЇ ЯКОСТІ В ОРГАНІЗАЦІЇ

*Криворучко О.М., д.е.н., професор (ХНАДУ)*

Реалізація процесу мотивації якості на підприємстві пов'язана з виникненням різних варіантів, що обумовлені впливом безлічі різних факторів. Так, наприклад, результат процесу «формування цілей мотивації якості» - ієрархія цілей, рівень, критерії досягнення і вагомість - залежить від стану системи об'єктів мотивації (цілей організації, мотивів споживачів і окремих працівників) і факторів умов їх функціонування. Зміст процесу «планування мотивації якості» також залежить від дії багатьох факторів. По-перше, від системи поставлених цілей (їхньої важливості, досяжності, терміновості і т.п.); по-друге, від існуючої структури мотивів формування, забезпечення і підвищення якості у різних об'єктів мотивації, від можливості і необхідності її зміни у визначеному напрямку (посиленні одних і послабленні інших мотивів); по-третє, від досягнутого рівня параметрів якості продукції (послуг), розробленої в попередньому періоді та ін. Усе це визначає необхідність опису процесу реалізації мотивації якості, що полягає у визначенні і формалізації його станів - множини значень характеристик у даний момент часу чи за деякий проміжок часу.

Засобом обґрунтованого визначення майбутніх характеристик процесу, взаємозв'язку й обумовленості його елементів, прогнозуванні можливих результатів є моделювання.

Моделювання процесу мотивації якості в організації, в основному, виконується на основі сценарного підходу за допомогою різних схем та методик. У самому загальному вигляді метод сценаріїв припускає підготовку та узгодження

уявлень про проблему аналізованого об'єкта, які викладені у письмовому вигляді. Сценарій дозволяє створити попереднє уявлення про проблему в ситуаціях, які не можна відразу відобразити формальною моделлю.

Для дослідження і визначення параметрів процесів служить стандарт моделювання сценаріїв IDEF3, який за допомогою використання двох типів діаграм (PFDD, IDEF0), що дозволяють описати сценарій з різних ракурсів, описує послідовність змін об'єкту в рамках розглянутого процесу. Недоліками моделювання сценаріїв за допомогою даного стандарту є відсутність відображення взаємозв'язку розглянутих об'єктів із зовнішнім середовищем; труднощами, що пов'язані з відображенням великої кількості вхідних і вихідних потоків.

В сучасних умовах господарювання, найбільш доцільним, для опису реалізації процесу мотивації якості в організації є дворівневий сценарний підхід. Він заснований на принципах поведінкового моделювання, що дозволяє одержати поведінкову модель, яка описує інформаційні процеси; об'єкти мотивації в часі, що відрізняються змінюваністю і відобразити майбутній стан процесу. Сутність такого підходу полягає в побудові й аналізі сценаріїв на двох рівнях. Сценарій першого рівня пропонується засновувати для загального уявлення про реалізацію процесу мотивації якості, а сценарій другого рівня – для опису різних варіантів його функціонування.

**УДК 658.72**

### МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОЗАБЮДЖЕТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВНУТРІШНІХ ВІЙСЬК МВС УКРАЇНИ

*Науменко М. О., к.е.н., доцент (Академія внутрішніх військ МВС України)*

Постановою Кабінету Міністрів України №360 від 15 квітня 2009 року затверджено перелік видів господарської діяльності, здійснення якої дозволяється військовим частинам Збройних Сил. Даний Перелік складається зі значної кількості видів загальногосподарської діяльності, які здійснюються визначеною кількістю різноманітних підприємств та організацій так званого „зовнішнього середовища”, що вимагає від керівництва Внутрішніх військ України застосування нової системи керування, що володіє інноваційною, конкурентною і підприємницькою реакціями на зміну в зовнішньому середовищі, дозволяє керувати цими змінами на основі наукових методів їхнього передбачення, регулювання, пристосування до цілей підприємства.