

УДК 656.02

АНАНКО І.М., аспірант,
Харківський національний автомобільно-дорожній університет

СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ «УДОСКОНАЛЕННЯ АВТОТРАНСПОРТНИХ ПОСЛУГ»

Анотація. На основі системного підходу та теоретичних узагальнень пропонується таке визначення поняття «удосконалення автотранспортної послуги» – це цілеспрямований вплив на процес її розробки та надання з метою створення нової чи додаткової споживчої цінності. Розроблено узагальнений алгоритм удосконалення автотранспортних послуг, який може служити базою для формування подальших методичних рекомендацій реалізації цього процесу в практичній діяльності.

Ключові слова: автотранспортна послуга, удосконалення, споживча цінність, пропозиції підприємства, вимоги споживачів, алгоритм удосконалення.

ANANKO I., Postgraduate,
Kharkiv National Automobile and Highway University

ESSENCE OF THE TERM «MOTOR TRANSPORT SERVICES IMPROVEMENT»

Abstract. The following definition of the concept 'motor transport service improvement' has been suggested based on the system approach and the theoretical generalizations: expedient influence on the process of its designing and granting with the purpose of creating new or additional consumption value. The summarized algorithm of motor transport services improvement, which can serve as a base for forming the further methodical recommendations for practical implementation of this process, has been designed.

Key words: motor transport service, improvement, consumption value, enterprise propositions, consumer requirements, improvement algorithm.

Постановка проблеми. В умовах активного розвитку ринку транспортних послуг та загострення конкурентної боротьби для успішного функціонування автотранспортних підприємств та забезпечення високої ефективності їх роботи постає проблема істотного підвищення рівня обслуговування населення. З розвитком ринкових

відносин та накопиченням практичного досвіду вчені та практики прийшли до висновку, що життєво важливою умовою розв'язання цієї проблеми є здатність підприємств швидко адаптуватися до ринку, реагуючи на мінливі вимоги споживачів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Розв'язанням цієї проблеми протягом останніх років активно займаються як зарубіжні, так і вітчизняні вчені, що підтверджується наявністю у літературі публікацій щодо управління конкурентоспроможністю та інноваційною діяльністю, розробки стратегій розвитку та взаємодії підприємств зі споживачами, впровадження системи менеджменту якості тощо.

Одним із напрямків розв'язання цієї проблеми є удосконалення автотранспортних послуг, окремі аспекти якого розглядаються в роботах Є.П. Володіна, В.Е. Гордіна, О.М. Жарової, Н.А. Зудімена, С.Л. Колачова, О.М. Криворучко, Р. Мердика, В.М. Ніколашина, Р. Рассела, Б. Рендера, Ж.А. Романовича, І.В. Спіріна, М.Д. Сущинської, К.Хаксевера, В.Г. Шинкаренка та ін. В більшості випадків, авторами пропонуються лише певні заходи поліпшення їх складових для досягнення цілей підприємства. Так, В.М. Ніколашин та Н.А. Зудімен [1, с. 7-13] приділяють увагу питанням створення логістичних центрів для оптимізації транспортного сервісу; Ж.А. Романович [2, с. 56-61] надає інструменти для ефективного функціонування транспортно-експедиційних послуг; опису можливих способів удосконалення процесу перевезення присвячено роботи з питань організації автомобільних перевезень [3, 4]; О.М. Криворучко [5, с. 51-77] визначає напрямки удосконалення автотранспортних послуг, базуючись на результатах оцінки показників якості; В.Г. Шинкаренко та О.М. Жарова розв'язують дане питання через розробку та впровадження певних інновацій в будь-яку сферу діяльності автотранспортного підприємства [6, с. 5-14]; деякі науковці пропонують перелік заходів поліпшення, виходячи з позицій споживачів [7, с. 221-230] або зі специфічних особливостей автотранспортних послуг [8, с. 37] тощо.

Отже, удосконалення автотранспортних послуг розглядається як важливий крок у створенні нової чи додаткової цінності та досягненні задоволеності споживачів, як джерело здобуття конкурент-

них переваг і основний інструмент розвитку підприємства, що обумовлює особливу його позицію на ринку. Багатогранність, специфічні особливості та відмінність послуг за внутрішнім змістом пояснюють наявність у літературі безліч заходів їх удосконалення.

Разом з цим, практики автотранспортних підприємств активно працюють над удосконаленням послуг, власними силами ведуть дослідження в даній області, що надає їй не лише вагому наукову, а й практичну цінність. Проте досягнення істотних результатів в даному напрямку діяльності серед широкого кола підприємств є проблематичним. Це пов'язано не лише з відсутністю певного досвіду роботи, а й з недостатністю методичних розробок щодо удосконалення автотранспортних послуг, які можливо було б успішно застосувати в практичній діяльності. В свою чергу, створення методичного інструментарію викликає необхідність формування теоретичного підґрунтя для розв'язання певної проблеми.

Виходячи з аналізу літературних джерел, поняття «удосконалення послуг» розуміємо як один із типів нових послуг, що передбачає невеликі зміни при їх виконанні [9, с. 361], а тому дослідження вчених обмежуються лише наданням переліку можливих заходів удосконалення, а також пропозицією алгоритму та наданням методичних рекомендацій щодо розробки нових послуг [7, 9]. Окремих робіт, присвячених удосконаленню послуг, в літературі не представлено. Тому задача визначення поняття «удосконалення автотранспортних послуг» та побудови типового алгоритму реалізації цього процесу, що дозволить здійснювати подальші теоретичні та методичні розробки, направлені на розв'язання практичних завдань підприємств, є актуальною та потребує першочергового розв'язання.

Формулювання цілей статті – визначити і розкрити зміст поняття «удосконалення автотранспортних послуг» на основі системного підходу та теоретичних узагальнень; розробити алгоритм удосконалення автотранспортних послуг, базуючись на розумінні сутності даного процесу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Встановити сутність поняття «удосконалення автотранспортних послуг» – це надати йому визначення. Поняття – це думка, в якій відображені загальні та істотні ознаки одноелементного класу чи класів однорідних предметів та явищ.

Визначення (дефініція) поняття – це логічна операція, що розкриває зміст поняття. Надати визначення поняттю – це значить дізнатись, що воно означає, виявити ознаки, що входять до його змісту. Будь-яке поняття має дві найважливіші характеристики: зміст та обсяг. Зміст поняття є сукупністю істотних властивостей, ознак та відносин предметів, що об'єднуються поняттям. Обсяг поняття – це множина тих предметів, на які розповсюджується дане поняття. Для того, щоб розкрити суть досліджуваного явища, необхідно виявити його істотні ознаки та зафіксувати отримані знання в формі визначення. Істотні ознаки предметів, кожен з яких необхідний, а всі разом достатні для того, щоб відрізнити дані предмети від усіх інших. Вони стійкі, без них предмет не може існувати в своїй якісній визначеності [10, с. 141].

Удосконалення в узагальненому значенні означає вплив на процес, об'єкт, систему для переведення їх з одного стану в інший, більш кращий, порівняно з попереднім, відповідно до встановлених цілей. З цього випливає, що істотною ознакою поняття «удосконалення» є дія, процес реалізації, що має певну ціль. Направленість такої діяльності чи процесу, реалізація функцій удосконалення – це його обсяг. Тобто, обсяг даного поняття визначають напрямки удосконалення автотранспортних послуг. При цьому об'єктом удосконалення, який встановлює параметри такої діяльності чи процесу, а також функціональні особливості та характеристики, є автотранспортна послуга.

Необхідним елементом визначення будь-якого поняття є його цільова направленість. У зв'язку з цим виникає завдання обґрунтування мети удосконалення автотранспортних послуг. Мета впливає із самого визначення поняття «удосконалення» – переведення об'єкта у якісно інший, більш кращий, порівняно з попереднім, стан. Необхідно лише визначити базу порівняння станів, критерії визначення більш кращого стану послуги. Оцінити стан автотранспортної послуги можуть з одного боку виробники, які безпосередньо беруть участь у розробці, впровадженні та наданні автотранспортної послуги споживачам, а з іншого – споживачі, які користуються нею. Критеріями визначення більш кращого стану автотранспортної послуги з позицій виробників можуть бути трудомісткість робіт, витрати часу та ресурсів, рівень

доходів і прибутків. Споживачі ж користуються послугами підприємства з метою задоволення власних потреб, тому критерієм стану автотранспортної послуги з боку споживачів виступає ступінь задоволення їх потреб, запитів та очікувань. Звідси, для ув'язування критеріїв споживачів і виробників оцінка має базуватися на порівнянні параметрів автотранспортної послуги, запропонованої виробниками, з вимогами споживачів. Якщо за результатами такої оцінки виявиться, що параметри автотранспортної послуги значною мірою відповідають вимогам споживачів, що викликає їх більш повну задоволеність, то така послуга є кращою порівняно з попередньою. Тобто, обов'язковим результатом процесу удосконалення є створення нової або додаткової споживчої цінності, завдяки якій автотранспортна послуга більш повно задовольнила б потреби споживачів.

Таким чином, метою удосконалення автотранспортної послуги в практичній діяльності підприємства є надання їй нової або додаткової споживчої цінності, яка дозволила б підвищити ступінь задоволеності існуючих споживачів та привернути нових.

Для найбільш повного відображення сутності та змісту автотранспортної послуги, її складових з метою визначення можливих об'єктів удосконалення доцільно використати багаторівневу модель автотранспортних послуг, розроблену В.Г. Шинкаренком в роботі [11]. Автор виділяє три рівні надання автотранспортних послуг, як і будь-якого товару: послуга за задумом, послуга у реальному виконанні, послуга з підкріпленням.

Перший рівень послуги визначає її сутність – перевезення вантажів чи пасажирів. Другий і третій рівні надання автотранспортних послуг формуються шляхом збільшення їх споживчої цінності за рахунок додаткових процесів.

Автотранспортна послуга в реальному виконанні характеризується якістю, а також додатковими нетранспортними послугами, які при наданні основної є обов'язковими (для вантажних перевезень – це роботи, що здійснюються з вантажем; для пасажирських – розробка розкладів руху, нормування швидкостей, визначення потреби в рухомому складі, а також побутові послуги).

Послуга з підкріпленням – роботи, пов'язані зі збором, обробкою та передачею інформації між учасниками транспортного про-

цесу (інформаційні, комерційні та експедиційні послуги). Крім того, деякі науковці до підкріплення послуги відносять застосування засобів маркетингових комунікацій (стимулювання збуту, особистий продаж, реклама, PR і формування бренду та іміджу підприємства).

Виходячи з цього, об'єктами удосконалення послуги можуть виступати як окремі процеси, явища, роботи так і їх елементи. Багаторівнева модель автотранспортної послуги визначає обсяг даного поняття.

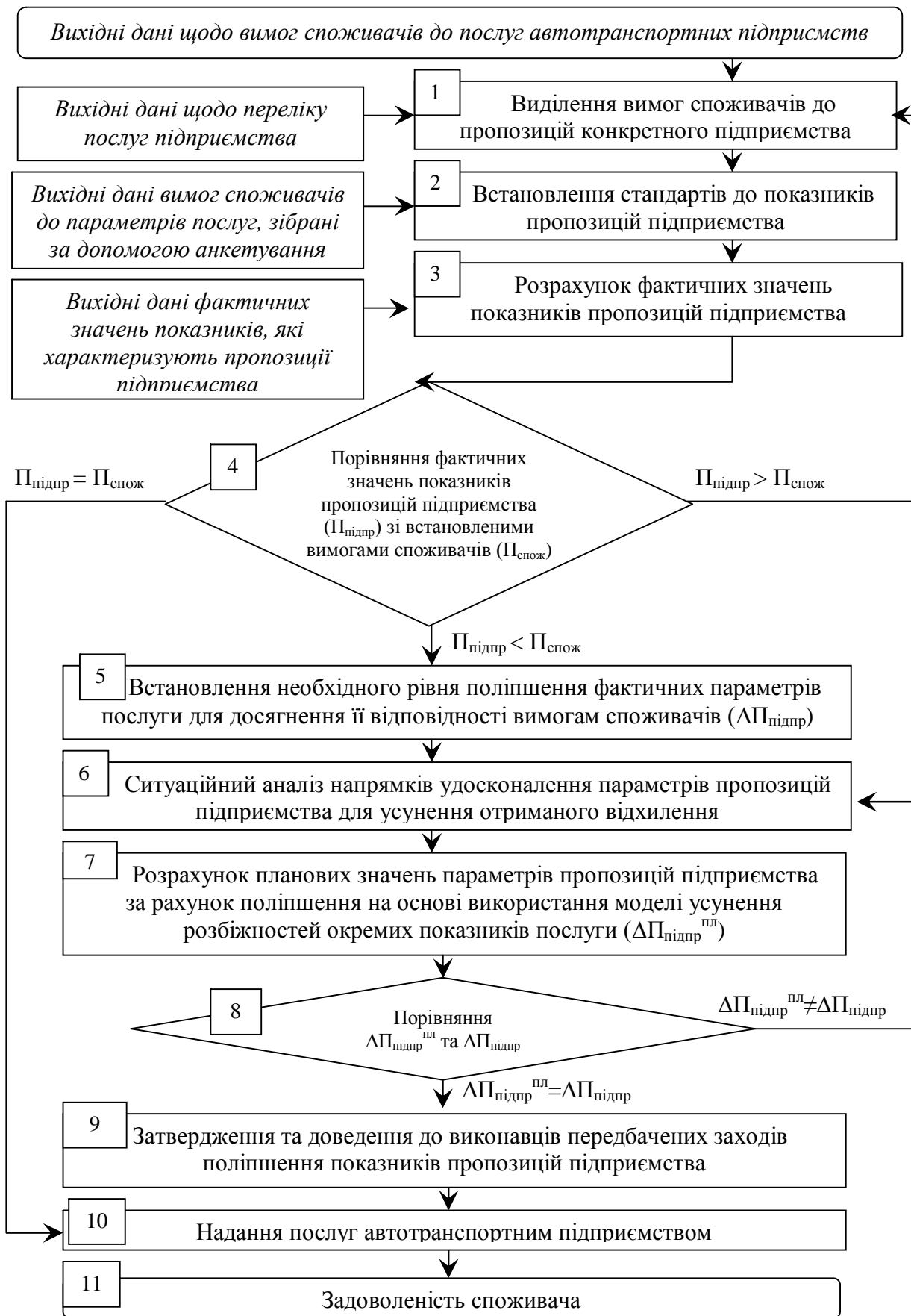
Таким чином, можна сформулювати таке визначення поняття «удосконалення автотранспортної послуги». Удосконалення автотранспортної послуги – це вплив на процес її розробки та надання з метою створення нової або додаткової споживчої цінності.

Реалізацію процесу удосконалення автотранспортних послуг пропонується здійснювати за розробленим алгоритмом, побудованим на базі встановлення тісного взаємозв'язку між пропозиціями автотранспортного підприємства та вимогами споживачів (рис.). Представлений алгоритм передбачає здійснення оцінки з метою встановлення відхилень пропозицій підприємства від вимог споживачів та регулювання для усунення виявлених недоліків послуги.

Висновки. Отримало подальший розвиток поняття «удосконалення автотранспортних послуг» як цілеспрямований вплив на процес її розробки та надання для створення нової чи додаткової споживчої цінності. Істотна відмінність запропонованого визначення від існуючих полягає в розгляді удосконалення як окремого процесу, що перетворює існуючу послугу в таку, що має нову чи додаткову цінність. Розроблено узагальнений алгоритм удосконалення автотранспортних послуг, який може служити базою для формування подальших методичних рекомендацій реалізації цього процесу в практичній діяльності підприємств.

Література

1. Николашин В.М. Сервис на транспорте : учеб. пособие / В.М. Николашин, Н.А. Зудимен, А.С. Сеницина и др.; под ред. В.М. Николашина. – 2-е изд. – М. : Издат. центр «Академия», 2006. – 272 с.



Алгоритм удосконалення автотранспортних послуг

2. Романович Ж.А. Сервисная деятельность : учеб. / Ж.А. Романович, С.Л. Колачев; под общ. ред. проф. Ж.А. Романовича. – 2-е изд. – М. : Изд-во торг. корпорация «Дашков и К°», 2006. – 268 с.
3. Володин Е.П. Организация и планирование перевозок автомобильным транспортом : учеб. / Е.П. Володин, Н.И. Громов. – М. : Транспорт, 1982. – 224 с.
4. Спириин И.В. Организация и управление пассажирскими автомобильными перевозками : учеб. / И.В. Спириин. – М. : Изд. центр «Академия», 2003. – 400 с.
5. Криворучко О.М. Менеджмент якості на підприємствах автомобільного транспорту: теорія, методологія, практика : моногр. / О.М. Криворучко. – Харків: ХНАДУ, 2006. – 404 с.
6. Шинкаренко В.Г. Экономическая оценка нововведений на автомобильном транспорте : учеб. пособие / В.Г. Шинкаренко, О.М. Жарова. – Харьков: ХНАДУ, 2004. – 156 с.
7. Управление и организация в сфере услуг / К. Хаксевер, Б. Рендер, Р. Рассел, Р. Мердик; пер. с англ. под ред. В.В. Кулибановой. – 2-е изд. – СПб: Питер, 2002. – 752 с.
8. Решетняк О. Сучасні методи управління підприємством сфери послуг / О.Решетняк. – Харків: Фактор, 2008. – 544 с.
9. Пашук О.В. Маркетинг послуг: стратегічний підхід : навч. посіб. / О.В. Пашук. – К. : ВД «Професіонал», 2005. – 560 с.
10. Пушкарь А.И. Основы научных исследований и организация научно-исследовательской деятельности : учеб. пособие / А.И. Пушкарь, Л.В. Потрашкова. – Харьков : ИД «ИНЖЕК», 2006. – 208 с.
11. Шинкаренко В.Г. Многоуровневая модель автотранспортных услуг / В.Г. Шинкаренко // Економіка транспортного комплексу : зб. наук. пр. – Харків : ХНАДУ. – 2008. – Вип. 14. – С. 57–65.

Рецензент: В.Г. Шинкаренко, докт. екон. наук, проф., ХНАДУ.

Стаття надійшла до редакції 25.09.10 р.

УДК 65.0 (075.8)

КОГУТ Ю.О., аспірант,

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

МОДЕЛЮВАННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ АТП

***Анотація.** Доведено необхідність розмежування понять «процес» та «бізнес-процес» в межах процесно-орієнтованого управління. Уточнено поняття «бізнес-процес», відмінностями якого порівняно з існуючими є: розділення споживачів бізнес-процесу на внутрішніх і зовнішніх; доповнення якісної характеристики бізнес-процесу «послідов-*