

Література:

1. Украина – самый отстающий автопроизводитель мира [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://auto.mail.ru/article.html?id=42016>
2. УкрАвто [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ukravto.ua>
3. КрАЗ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.autokraz.com.ua/save/dow/catalog.pdf>
4. City Transport Group [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.laz.ua/ru/>
5. Корпорация Богдан [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://bogdan.ua/ru/corporation.html>
6. Богдан Моторс. Автомобильная компания [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://bogdan.ua/production/buses.html>
7. Корпорация Богдан [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://bogdan.ua/ru/products/special.html>
8. Корпорация Еталон. Бориспільський автозавод [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://bit.ly/1krmpjU>
9. АИС. Группа компаний [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ais.ua/about.html>
10. Еврокар [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.eurocar.com.ua/ru/o-kompanii/proizvodstvo>
11. ПАТ «Концерн-Електрон» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.electron.ua/activities/>
12. ООО «Кан-Транс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tsd.lg.ua/index.php/kt-home>
13. Часовоярские автобусы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ruta-bus.com/>
14. Стрий-Авто, ТДВ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://bit.ly/14IkKzm>
15. Группа компаний «ИнтерБус» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.interbus.com.ua/buses.html?rubids%5B1%5D%5B0%5D=3>
16. ВАТ «Укравтобуспром» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ukrautobusprom.com.ua/products.htm>
17. Публічне акціонерне товариство «Черкаський автобус» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://bus.ck.ua/istor.html>
18. Автотехнологія [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mtkbus.com.ua/uk/company>
19. Практика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.practika.ua/>
20. Киевский мотоциклетный завод [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kmz.com.ua/>

Стаття надійшла: 16.12.2013 р.
Рецензент: д.е.н., проф. Бабич Д.В.

УДК 338.518:629.33
JEL L15

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВАХ АВТОМОБІЛЕБУДУВАННЯ

Сорока К.О., канд. екон. наук
Бабенко Є.А.

Дніпропетровська державна фінансова академія

Анотація. Головним елементом на міжнародному ринку є кінцевий споживач, що диктує свої умови за якими найбільш конкурентоздатною буде та продукція, що має високу якість та низьку ціну. Метою даної статті є дослідження системи управління якістю продукції на підприємствах автомобілебудування в Україні та розробка рекомендацій для підвищення якості продукції.

Предмет дослідження - це управління якістю продукції на автомобілебудівних підприємствах України. Теоретичною та методологічною основою стали класичні положення економічної теорії, менеджменту та маркетингу, праці вітчизняних і зарубіжних вчених-економістів з питань управління якістю продукції на підприємствах. Для досягнення встановленої мети у роботі проведено аналіз та узагальнення теоретичних джерел та наукової літератури, використано методи статистичного та економічного аналізу.

На основі результатів проведеного дослідження системи управління якістю продукції на підприємствах автомобілебудування в Україні було визначено показники якості для автомобільної продукції, запропоновано рекомендації для підвищення якості автомобільної продукції. В ході дослідження стало відомо, що в більшості випадків якість автомобіля оцінюється за показниками: технічності, технологічності, ергономічності, естетичності, економічності та за показниками надійності. Для оцінки якості автомобільної про-

дукції та її ринкового позиціонування запропоновано такі показники, як паливна економічність, екологічність, ефективне обслуговування.

Для завоювання автомобілебудівним підприємством твердих позицій як на внутрішньому, так і на зовнішніх ринках потрібно мати таку систему менеджменту якості, яка орієнтується на глобальний ринок із забезпеченням критеріїв конкурентоспроможності. Подальший розвиток систем управління якістю буде пов'язаний із переходом від менеджменту якості до якості загального менеджменту підприємства.

Ключові слова: *якість, управління якістю продукції, система управління якістю, конкурентоспроможність, автомобілебудування.*

Постановка проблеми. На сьогодні визначальною характеристикою, яка формує суспільні потреби, стає якість продукції. Це пов'язано з тим, що якість продукції в умовах конкуренції є головним стимулом її придбання, а також одним з факторів конкурентоспроможності. Із цього випливає, що якість являється чи не єдиним чинником для виділення певної продукції із загальної маси інших продуктів. За висловом Генрі Форда, що той продукт буде успішним на ринку, який включає в себе два фактори: високу якість та низьку ціну.

Інтеграція України до глобального ринкового простору зумовлює необхідність пошуку нових підходів до організації виробництва в Україні конкурентоспроможної продукції, яка за рівнем якості не поступається кращим закордонним аналогам. Одним із таких є створення цілісної системи формування якості продукції автомобілебудування, що ґрунтується на сучасних принципах управління якістю і передбачає відповідні взаємовідносини виробників із споживачами продукції щодо визначення й задоволення їхніх потреб щодо конкретних виробів [1]. Задача покращення якості автомобільної продукції, як актуальна проблема сьогодення, набуває комплексного характеру і вимагає для цього системного підходу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Над питаннями управління якістю продукції на підприємствах автомобілебудування та підвищення якості в цьому напрямі працювали такі вчені, як Е.І. Баликіна, Г.О. Бурдельна, О.А. Бурнукіна, О.В. Вотченкова, М.С. Дорош, А.О. Квасова, Т.М. Корнієнко, М.А. Котляр, Р.А. Кудін, К.О. Латишев, А.В. Лобода, Д.П. Лойко, О.Р. Мазуренок, Н.І. Осипенко, Н.І. Попова, А.В. Ребенок, Є.Ю. Сахно, Ю.В. Селіванова, Г.А. Семенов, О.П. Удовіченко та інші.

Невирішені складові загальної проблеми. Питання підвищення та управління якістю продукції, в українських реаліях, постає дуже гостро. Безпрецедентний знос основних засобів, далекі від вдосконалення технології, скорочені обсяги виробництва, посилення масового напливу на внутрішній ринок імпортової продукції, а також необхідність переорієнтації вітчизняних підприємств на світові ринки виявили вкрай низьку конкурентоспроможність продукції українських підприємств автомобілебудування [2]. В таких умовах необхідно виконати не лише повну модернізацію основних засобів на підприємствах автомобілебудування, а і вдосконалити чи розробити нову систему управління якістю. Адже та система якості, що була притаманна при адміністративному управлінні, на даний час вже не є конкурентоспроможною.

Формулювання цілей статті. Метою статті є дослідження системи управління якістю на підприємствах автомобілебудування в Україні, а також розробка рекомендацій для підвищення якості продукції. Методологічною й методичною основою наукової роботи стали класичні положення економічної теорії, менеджменту та маркетингу, праці вітчизняних і зарубіжних вчених-економістів з питань управління якістю продукції на підприємствах.

Виклад основного матеріалу дослідження. Якість для виробника зводиться до забезпечення конкурентоспроможності, тобто фактично до попиту на продукцію, що випускається, та її оцінки споживачем. Споживач стає головним замовником якості автомобілів, а також послуг по ремонту й обслуговуванню в процесі експлуатації, тобто певним чином диктує напрямки робіт в галузі проектування, виготовлення, технічного сервісу. На всьому життєвому циклі автомобіля від його виготовлення до утилізації для споживача стає важливим не тільки якість товару, але і його ціна. З позиції споживача якість повинна бути високою, а ціна одиниці якості відносно низькою, або прийнятною [3].

Семенов Г.А. запропонував таке визначення якості – це економічна категорія, яка відображає сукупність властивостей продукції (технічних, технологічних, економічних, екологічних тощо), що зумовлюють рівень її здатності задовольняти потреби споживачів відповідно до свого призначення [4]. Управління якістю продукції Г.А. Семенов розглядає не тільки як процес контролю якісних параметрів і причин їх відхилень, а як

управлінську діяльність, яка охоплює життєвий цикл продукції і системно забезпечує стратегічні й оперативні процеси підвищення якості продукції й функціонування самої системи управління якістю.

Сахно Є.Ю [5] відзначив, що якість автомобіля - це сукупність властивостей, що визначають його здатність виконувати свої функції відповідно до ергономічних, естетичних, економічних та інших вимог.

Існують два методи управління якістю: управлінський та технологічний. Управлінський метод – це процес виконання загальної функції управління, який визначає політику у сфері якості і відповідальності, а також здійснює їх за допомогою таких засобів, як планування якості, оперативне управління якістю, забезпечення якості в рамках системи якості.

Технологічний метод заснований на дотриманні і контролі стандартів, нормативів, правил і технологічних регламентів виробничого підприємства [6].

Універсальний процес управління якістю продукції, що також використовується на підприємствах автомобілебудування, складається з наступних операцій: розробка програми управління, планування й підвищення якості продукції; збір і аналіз інформації про будь-який об'єкт, що впливає на якість; вироблення управлінських рішень з управління якістю і підготовка дій, які впливають на об'єкт; видача управлінських рішень; аналіз інформації про зміни якості об'єкта, які викликані управлінськими діями [7].

Існує кілька класифікацій показників якості продукції: за характерними властивостями продукції; за способом представлення; за кількістю характерних властивостей; за застосуванням для оцінки; за стадією визначення значень показників.

До характерних властивостей відносять: показники призначення (швидкість, вантажопідйомність); показники ощадливого використання сировини, матеріалів, палива, енергії (втрати); показники надійності (безвідмовність, довговічність та ін.); ергономічні показники (антропометричні, гігієнічні, фізіологічні та ін.); естетичні (інформаційний вираз, раціональність форми, цілісність композиції та ін.); показники технологічності (трудомісткість, енергозабезпеченість); показники транспортабельності; показники стандартизації і уніфікації; патентно-правові; екологічні; показники безпеки [7, с. 26-27].

Сахно Є.Ю. зазначив, що для оцінки якості автомобіля використовуються переважно показники у таких групах: технічні, технологічні, ергономічні, естетичні, економічні та показники надійності [5].

Жорсткість вимог до якості автомобілів посилює вимоги до якості технологічних процесів, що, у свою чергу, вимагає впровадження нових машин, гнучких виробничих модулів, автоматичних комплексів і інших засобів механізації, автоматизації і зв'язку [3].

Основними показниками ефективності технологічних процесів і якості виробів при їхньому виготовленні є коефіцієнт використання металу, клас міцності і точності розмірів готового виробу, чистота його поверхні. Основними вимогами до устаткування, що забезпечують якість продукції є: технічно і економічно обґрунтована продуктивність, надійність, енерго- і матеріалоємність, естетика, ергономіка, екологія, безпека.

Для оцінки якості автомобільної продукції та її ринкового позиціонування пропонуються такі показники, як паливна економічність, екологічність, ефективне обслуговування.

Паливна економічність є ключем для покращення екологічної ефективності транспортного засобу. Європейські виробники займають лідерство у паливній економічності, створюючи репутацію ефективних комерційних транспортних засобів, котрі також безпечні та мають найвищий рівень якості.

Автомобілі не є найбільшим джерелом викидів CO₂, проте вони є суттєвим фактором останнього. Для зменшення викидів CO₂ проводяться активні обговорення стосовно екологічних стандартів Євро-5 та Євро-6 для легкових автомобілів та комерційних транспортних засобів.

Автомобільні виробники у даний час досліджують технології, що дозволяють транспортним засобам підтримувати зв'язок один з одним та оточуючою інфраструктурою, де технологія, освіченість водія, забезпечення виконання правил дорожнього руху та удосконалена інфраструктура стають однаково важливими сферами для гарантування безпеки комерційних транспортних засобів.

Сьогодні автомобільні споживачі різних продуктових сегментів більше володіють інформацією та більш вимогливі. У той же самий час, різноманітність доступних варіантів зробило їх більш схильними до переключення на напрями, які не повністю вирішені. Як результат, постачальники сервісних послуг сьогодні гостро сфокусовані на удоско-

наленні не тільки технічного аспекту обслуговування, але також на більш гнучких сторонах споживчого управління. Безперервні удосконалення проводяться за рахунок покращення якості сервісу, збільшення кількості разів обігу автомобілів та задоволення покупця. Це підкреслює необхідність послідовного оновлення технічних та програмних навичок сервісних працівників [8].

До автомобільного комплексу України належать чотири найпотужніші автомобілебудівні корпорації (ЗАЗ, Корпорація «Богдан», ЗАТ «Єврокар» та ТОВ «КрАСЗ»), 94 підприємства, які випускають комплектуючі, 150 заводів колишньої оборонної промисловості та 160 підприємств інших галузей, що також мають відношення до автомобільної промисловості [9].

ПАТ «Запорізький автомобілебудівний завод» (ПАТ «ЗАЗ») - єдине в Україні підприємство, що має повний цикл виробництва легкових автомобілів, який включає штампування, зварювання, фарбування, обладнання кузова і складання автомобіля. На підприємстві створено і постійно удосконалюється якісно нове сучасне високотехнологічне виробництво. Пріоритетами ПАТ «ЗАЗ» є постійне прагнення удосконалювати власну продукцію, робота над впровадженням нових ідей і розширення модельного ряду автомобілів.

Політика якості підприємства спрямована на задоволення вимог і очікувань споживачів, вдосконалення системи менеджменту якості. Виробництво відповідає вимогам міжнародного стандарту ISO 9001:2000 і вимогам, висунутим партнерами ПАТ «ЗАЗ»: забезпечує випуск високоякісної продукції і постійне її вдосконалення; збільшує ступінь задоволеності споживачів; визначає функції, повноваження і відповідальність всього персоналу, покращує взаємодію і взаєморозуміння персоналу; підвищує результативність ухвалених рішень; постійно удосконалює процеси проектування, виробництва, контролю і управління; підвищує результативність функціонування підприємства в цілому за рахунок пріоритету методів запобігання над методами усунення недоліків; збільшує конкурентоспроможність підприємства.

Україна за результатами перших трьох місяців 2013 року знизилася обсяги виробництва легкових автомобілів на 63% до 6434 одиниць, продемонструвавши, таким чином, 37-й результат у світовому рейтингу.

Україна має намагатися усіма можливими шляхами покращити конкурентоспроможність автомобілебудівної промисловості, зокрема через досягнення стандартів Євро-2 і Євро-3 у сегменті комерційних автомобілів. Проблеми знаходяться не в неможливості тримати ціни на високому рівні, а полягають у здатності гарантувати високу якість кожного продукту [8].

Велика собівартість і низька якість продукції галузі загалом, порівняно із зарубіжними зразками, не сприяють її експорту. Однією із найскладніших проблем галузі автомобілебудування залишається випуск комплектуючих. На традиційних моделях частка вітчизняних комплектуючих становить 80%, але вони дещо дорожчі за імпортні, їх іноді вигідніше купувати в Польщі [9].

На думку фахівців провідних підприємств, у тому числі закордонних, що мають великий досвід управління підприємствами автомобілебудування, для одержання конкурентних переваг необхідні сучасне устаткування та технології, безперервне підвищення кваліфікації виконавців і культури у відношеннях із споживачами і суміжниками, застосування в управлінні якістю положень національних і міжнародних стандартів і правил, безперервне удосконалювання всієї діяльності підприємства і внутрішньої ефективності. Для досягнення високих економічних результатів керівникам і виконавцям необхідно в досконалому опанувати весь арсенал засобів, апробованих передовими закордонними підприємствами автомобілебудування в процесі багаторічної боротьби за споживача.

Узагальнення й аналіз накопиченого досвіду дозволяє формулювати загальні принципи досягнення успіху в умовах насиченого ринку, у тому числі: концентрація уваги на споживачах; партнерство з постачальниками; робота з колективом організації і його активність; постійне удосконалення і нововведення; лідерство і відповідність цілям; відповідальність і орієнтація на кінцевий результат. Ці принципи об'єднані в підході, що у світі одержав назву TQM (Total Quality Management), або Загальне управління якістю. Принципи TQM передбачають постійне удосконалення всіх аспектів при активній участі всіх зацікавлених сторін (споживачів, постачальників, персонал і суспільство в цілому) із метою збалансованого задоволення потреб усіх цих сторін.

Розширення глобальної конкуренції призводить до того, що споживач починає висувати усе більш жорсткі вимоги до якості автомобіля. Для того щоб не втратити конкурентоспроможність і підтримувати високі економічні показники, підприємствам-постачальникам варто впроваджувати більш ефективні і дійові системи управління якістю.

Основні задачі й обов'язки підприємства при їх вирішенні і досягненні належного рівня якості: поліпшувати якість методів своєї роботи з метою постійної відповідності встановленим і очікуваним вимогам споживачів і інших акціонерів; досягати належного рівня якості, підтримувати його і прагнути постійно поліпшувати якість своєї продукції відповідно до вимог до неї; домагатися прагнення керівного складу й інших працівників до того, щоб відповідність вимогам до якості досягалася і підтримувалася, а якість поліпшувалася; домагатись впевненості споживачів і інших акціонерів у тому, що відповідність вимогам до якості продукції, що поставляється, досягається.

Напрями ефективності підвищення якості продукції: економічний – зростання прибутку підприємства; збільшення обсягів продажу та реалізації продукції; підвищення частки ринку; підвищення конкурентоспроможності підприємства; соціальний – підвищення задоволення потреб споживачів; підвищення активності працівників в управлінні якістю; покращення репутації на ринку; підвищення якості життя; безпеки – попередження негативного впливу на здоров'я людини; підвищення довіри населення до виробника продукції; покращення збалансування споживання продукції [10].

Система забезпечення якості на підприємстві автомобілебудування повинна бути індивідуальною, оскільки залежить від наявності і кваліфікації виконавців, масштабів виробництва, рівня розвитку виробничо-технічної бази і її потенційних можливостей, сучасної організаційної складової, що забезпечує розробку переліку якісних показників виробу і визначення їх кількісних значень, а також вивчення і реалізацію методів контролю якості і розробку заходів щодо усунення недоліків, виявлених на етапі вихідного контролю [3].

Висновок. Стан справ у галузі управління якістю для підприємств автомобілебудування України не можна визначити як задовільний. Розвиток експортних відносин показує, що продукція вітчизняних підприємств є неконкурентоспроможною на світовому ринку. Політика підприємств автомобілебудування повинна бути спрямована на досягнення високої якості.

При визначенні якості автомобілів використовуються такі показники у групах, як: технічні, технологічні, ергономічні, естетичні, економічні та показники надійності.

Для забезпечення якості на підприємствах автомобілебудування необхідна наявність не лише матеріальної бази та кваліфікованого персоналу, а й системного підходу до питань управління якістю. Підприємство повинно створити дійову систему управління, яка спрямовує його зусилля на якісне виконання всіх здійснюваних процесів, що, у свою чергу, забезпечить досягнення якісного результату [4]. Сучасна система управління якістю на підприємствах автомобілебудування, незалежно від форми власності і масштабу виробничої діяльності, повинна оптимально поєднувати дії, методи і засоби, які забезпечують, з одного боку, виробництво продукції, що задовольняє поточні запити і потреби ринку, а з іншого – розробку нової продукції, здатної задовольняти майбутні потреби і майбутні запити автомобільного ринку [11].

Отже, для завоювання підприємством автомобілебудування твердих позицій як на внутрішньому, так і на зовнішніх ринках, йому потрібно мати таку систему менеджменту якості, яка орієнтується на глобальний ринок із забезпеченням критеріїв конкурентоспроможності. Подальший розвиток систем управління якістю буде пов'язаний із переходом від менеджменту якості до якості загального менеджменту підприємства.

Література:

- 1. Осипенко Н.І.** Процесний та системний підходи до створення продукції машинобудування для харчових виробників на засадах сучасних принципів управління якістю / Н.І. Осипенко // Вісник ДонНУЕТ. – 2012. - № 1 (53). - С. 38-46.
- 2. Попова Н.И.** Проблемы совершенствования управления качеством и конкурентоспособностью машиностроительной продукции в контексте усиления информационных, контрольных и аналитических функций учета / Н.И. Попова, Ю.В. Селиванова, Е.И. Балькина // Економіка і організація управління. – 2012. - № 2 (12). – С. 17-25.

3. **Лобода А.В.** Забезпечення якості як засіб підвищення ефективності роботи підприємств автосервісу / А.В. Лобода, Р.А. Кудін - [Електронний ресурс] / Бібліотека імені Вернадського. – Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua/>

4. **Семенов Г.А.** Управління якістю продукції на підприємстві / Г.А. Семенов, А.О. Квасова // Держава та регіони. – 2012. - № 3(66). – С. 208-213.

5. **Сахно Є.Ю.** Менеджмент сервісу: теорія та практика Навчальний посібник / Сахно Є.Ю., Дорош М.С., Ребенок А.В. - К.: Центр учбової літератури, 2010. - 328 с.

6. **Бурнукіна О.А.** Методи управління якістю продукції підприємств / О.А. Бурнукіна // Проблеми матеріальної культури – Економічні науки - [Електронний ресурс] / Бібліотека імені Вернадського. – Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua/>

7. **Лойко Д.П.** Управління якістю [Текст]: навч. посіб. – 2-е вид. / Д.П. Лойко, О.В. Вотченкова, О.П. Удовіченко, М.А. Котляр. - Львів: «Магнолія 2006», 2010. – 336 с.

8. **Латишев К.О.** Проблеми підвищення міжнародної конкурентоспроможності автомобільної промисловості України / К.О. Латишев // Інноваційна економіка. – 2012. - № 6 (32). - С. 109-113.

9. **Мазуренок О.Р.** Особливості формування законодавчо-нормативної бази розвитку сектору машинобудування (На прикладі автопрому) / О.Р. Мазуренок // Вісник СумДУ. Серія «Економіка». – 2012. - № 2. - С. 105-115.

10. **Корнієнко Т.М.** Оцінка ефективності напрямів підвищення якості продукції / Т.М. Корнієнко // Економіка. Фінанси. Право. – 2013. - № 1. – С. 18-20.

11. **Бурдельна Г.О.** Перспективи розвитку системи управління якістю продукції машинобудівного підприємства / Г.О. Бурдельна // Вісник економічної науки України. – 2009. - № 2. – С. 20-23.

Стаття надійшла: 12.12.2013 р.

Рецензент: д.е.н., проф. Дмитрієв І.А.

УДК 631.15:658.27

JEL M 210

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СТРАТЕГІЧНИХ ПІДХОДІВ ДО УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПАСАЖИРСЬКИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ НА ПІДПРИЄМСТВАХ АВТОМОБІЛЬНОГО ТРАНСПОРТУ

Дмитрієв В.І., аспірант

Бабич А.П. канд. військ. наук, доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Анотація. Метою даної статті є теоретичне обґрунтування трактування поняття «якість пасажирських перевезень», як соціально - економічної категорії, яка враховує та пов'язує інтереси конкретного суб'єкта господарювання, людини і суспільства в цілому і визначає специфіку цього виду послуг та надати розвиток методичним підходам до управління якістю шляхом активізації стратегічних аспектів управління. Однією з особливостей є значна складність визначення комплексу властивостей пасажирських перевезень, їх стану і динаміки розвитку, що найбільш повно задовольняє потреби споживачів цих послуг і формує конкурентні переваги щодо прихильності споживача саме до продукції конкретного підприємства – перевізника. Тому при вирішенні проблеми конкурентної якості пасажирських перевезень враховується така особливість, як значна динаміка вимог до змісту сервісу перевезень та рівня складових цього сервісу.

Специфіка пасажирських перевезень, а саме властивостей (характеристик) послуг, які формують їх якість, а також соціально – економічні аспекти якості таких послуг дозволили запропонувати нову трактовку поняття якості послуг пасажирських перевезень, що має прикладний характер і визначає особливості послуг.

В статті обґрунтовується поняття «якість автомобільних пасажирських перевезень», яке враховує специфічні риси таких послуг і визначає необхідність активізації стратегічних підходів до управління якістю таких послуг. Практичне значення отриманих результатів полягає у тому, що їх реалізація дозволить підприємствам пасажирського транспорту визначити якість автомобільних перевезень як об'єкта управління, сформулювати рішення щодо контролю та забезпечення якості перевезення пасажирів; підвищити рівень організації робіт з поліпшення якості обслуговування пасажирів.

Ключові слова: пасажирські перевезення, послуга, ринок послуг, якість, стратегічне управління

Постановка проблеми. В умовах високого рівня конкуренції на ринку транспортних послуг, зокрема автомобільних пасажирських перевезень, визначальним факто-