



УДК 338.46:005.332.4

Сагайдак М.П.*кандидат економічних наук, доцент,
завідувач кафедри маркетингу
Криворізького економічного інституту
Криворізького національного університету***Зав'ялова М.В.***кандидат економічних наук,
доцент кафедри маркетингу
Криворізького економічного інституту
Криворізького національного університету***Скрынко Н.В.***кандидат економічних наук,
доцент кафедри маркетингу
Криворізького економічного інституту
Криворізького національного університету*

СТРУКТУРИЗАЦІЯ ПРОЦЕСУ ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПОСЛУГ

Стаття присвячена з'ясуванню сутності конкурентоспроможності промислових послуг та структуризації процесу її оцінювання. В статті обґрунтовано доцільність застосування кількісних та якісних методів при оцінюванні конкурентоспроможності послуг. З урахуванням специфіки промислових послуг та факторів, що безпосередньо впливають на їх якість і ефективність, запропоновано алгоритм розрахунку комплексного показника конкурентоспроможності промислових послуг, та визначено пріоритетні напрямки оцінювання якості процесу обслуговування промислових споживачів.

Ключові слова: послуга, обслуговування, конкурентоспроможність, споживач, якість, критерії оцінки, кількісні та якісні методи, інжиніринговий аналіз, ефективність.

Sagaidak M.P., Zavyalova M.V., Skrynko N.V. СТРУКТУРИЗАЦІЯ ПРОЦЕСА ОЦЕНІВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОМИШЛЕНИХ УСЛУГ

Стаття посвячена определению сущности конкурентоспособности промышленных услуг и структуризации процесса ее оценивания. В статье обоснована целесообразность применения количественных и качественных методов при оценивании конкурентоспособности услуг. С учетом специфики промышленных услуг и факторов, которые непосредственно влияют на их качество и эффективность, предложен алгоритм расчета комплексного показателя конкурентоспособности промышленных услуг, и определены приоритетные направления оценивания качества процесса обслуживания промышленных потребителей.

Ключевые слова: услуга, обслуживание, конкурентоспособность, потребитель, качество, критерии оценки, количественные и качественные методы, инженеринговый анализ, эффективность.

Sagaidak M.P., Zavyalova M.V., Skrynko N.V. STRUCTURING OF THE EVALUATION PROCESS OF INDUSTRIAL SERVICES COMPETITIVENESS

The article is devoted to clarifying the essence of competitiveness of industrial services and structuring of the evaluation process. In the article, the expediency of quantitative and qualitative methods in evaluating the competitiveness of services is substantiated. Taking into consideration the specificity of industrial services and factors that directly affect their quality and efficiency, the algorithm of calculating the complex index of competitiveness of industrial services is suggested and priority directions of evaluating the quality of the service for industrial customers are defined.

Keywords: service, attendance, competitiveness, consumer, quality, evaluation criteria, qualitative and quantitative methods, engineering analysis, efficiency.

Постановка проблеми. В умовах нового типу ринкового середовища, так званого віртуального ринкового простору, відбувається випереджувальний розвиток сфери послуг, що також супроводжується підвищенням рівня конкуренції. Віртуальний ринковий простір, що функціонує в умовах інтерактивних інформаційних мереж і є середовищем для реалізації концепції віртуального маркетингу, характеризується оперативним і швидким нагромадженням інформації, створенням великої кількості баз даних, прискоренням операцій з купівлі-продажу, розрахункових операцій тощо [13, с. 32]. Збільшується технологічність та інформаційна насиченість послуг, що надаються організаціями та підприємствами. Це, з одного боку, ускладнює процес обслуговування та водночас надає можливість збільшення ефективності управління підприємствами сфери послуг і зростання їх якості [4, с. 112]. Відтак діяльність підприємств в новому середовищі базується на застосуванні

інноваційних підходів та технологій обслуговування, максимально наближує виробника послуг до їх споживача, дозволяє індивідуалізувати пропозицію, забезпечує створення додаткових зручностей, знижує матеріальні витрати на надання послуг та час на їх виконання. Зазначені тенденції потребують поглибленого дослідження, особливо відносно промислових послуг, які мають низку особливостей і орієнтовані на виробничий сектор, який сьогодні створює основну частину валового національного продукту України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню конкуренції, конкурентних стратегій, конкурентоспроможності та методичного забезпечення її оцінювання приділили значну увагу у своїх працях закордонні та вітчизняні науковці, такі як І. Ансофф, Б. Берман, А. Гутман, Дж. Данінг, Дж. Р. Еванс, Ф. Котлер, М. Портер, Г. Азоев, О. Амоша, В. Андріанов, В. Блонська, В. Войчак, І. Герчикова, Н. Гор-

баль, С. Єрохін, Ю. Іванов, Л. Костюк, С. Клименко, М. Книш, А. Кредісов, І. Ліфіц, І. Лукінов, Д. Лук'яненко, А. Павленко, Ю. Продиус, В. Реген, П. Смоленюк, Л. Сопільник, А. Челенков, З. Шерпньова, Р. Фатхутдінов та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Переважна більшість теоретичних і методичних положень в працях зазначених науковців зосереджена на оцінюванні конкурентоспроможності уречевленого товару або підприємства в цілому, в той час як питанням оцінювання конкурентоспроможності послуг, зокрема, промислового призначення, не приділено належної уваги. Поглиблений аналіз літературних джерел з досліджуваної проблематики дозволив з'ясувати, що деякі питання стосовно оцінювання конкурентоспроможності туристичних, транспортних та банківських послуг були висвітлені в наукових працях таких вчених, як О. Щур, Н. Коломієць, В. Крочук, О. Зоріна, О. Сиволовська, І. Лютій, проте узгодженого підходу щодо комплексного оцінювання конкурентоспроможності промислових послуг, з урахуванням специфіки процесу обслуговування юридичних осіб, не сформовано.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Структуризація процесу оцінювання конкурентоспроможності промислових послуг з урахуванням різних методичних підходів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Аналізуючи рівень потреб сучасних споживачів, можна відмітити, що вони постійно зростають та видозмінюються, а самі споживачі стають більш вимогливими і все більше потребують індивідуального підходу. Це змушує підприємства бути гнучкими та високотехнологічними, орієнтованими в кадровій політиці на компетентнісний підхід для максимального задоволення запитів, потреб і попиту споживачів. Конкурентоспроможність у цьому аспекті стає не просто ключем до успіху, а метою функціонування підприємства, що здійснює свою діяльність в сфері послуг, фундаментом забезпечення його життєздатності.

Узагальнено, послуга – це корисний ефект, що є результатом процесу праці, спрямованої на задоволення потреб конкретного споживача та суспільства в цілому [14, с. 229].

Конкурентоспроможність послуги – це її властивість виступати на ринку поруч з присутніми там аналогічними послугами конкуруючих суб'єктів ринкових відносин [3]. В такому аспекті під конкурентоспроможністю промислової послуги слід розуміти сукупність споживчих і вартісних характеристик, які забезпечать максимальне задоволення запитів підприємства-споживача та його успіх на галузевому ринку.

Результати оцінювання конкурентоспроможності промислових послуг є передумовою розробки управлінських рішень менеджментом підприємства і підґрунтям проведення системного економічного аналізу, виконання планових розрахунків по всім функціям маркетингу: проектування, організації виробництва, реалізації, оновлення або заміни пропонуваніх послуг. При цьому слід акцентувати увагу на розробці оціночних критеріїв та на використанні традиційних (техніко-технологічних, трудових, фінансових) та стратегічних (інформаційних, інноваційних, інтелектуальних) ресурсів, що будуть задіяні в процесі створення, надання і споживання послуги. Отже, для оцінювання конкурентоспроможності промислових послуг доцільно застосовувати якісні та кількісні методи.

Кількісні методи оцінювання конкурентоспроможності послуг базуються на розрахунку узагаль-

неного показника, який кількісно характеризує будь-яку послугу (кількість послуг, що надаються підприємством; витрачений час на створення послуги; наявність додаткових послуг і сервісу; анкетні опитування тощо). В основу оціночного показника можуть бути покладені кількісні характеристики послуги, зокрема, коефіцієнт бальної оцінки [1, с. 117; 6; 15].

До якісних методів оцінювання конкурентоспроможності послуг слід віднести методи експертних оцінок, фокус-груп, глибинних інтерв'ю, спостереження, *mystery shopping*. Названі методи дозволяють оцінити як саму послугу, так і процес обслуговування [1, с. 118; 6, с. 139; 15].

Розглянуті вище методи здебільшого застосовуються при оцінюванні конкурентоспроможності споживчих послуг, а для промислових послуг їх застосування дещо ускладнюється. Це пов'язано з тим, що промислові послуги мають свої відмінності, а саме: створюють матеріальний результат; під час їх надання здійснюється зміна стану матеріалів та промислової продукції тощо [3]. Тому в процесі оцінювання конкурентоспроможності промислової послуги необхідно обрати найбільш характерні показники і по кожному з них здійснити відповідну бальну оцінку. Виходячи з цього, на нашу думку, більш доцільно використовувати метод інжинірингового аналізу, який є одним із методів евристичного аналізу, сутність якого полягає в мінімізації та запобіганні виникненню надмірних матеріальних витрат [10, с. 283]. Даний метод доцільно використовувати для здійснення найважливіших видів спрощення процедур з точки зору цілей, перспектив і зацікавлених сторін. Він полягає у виборі, ранжуванні та оцінці, за допомогою індексного методу, основних вимог промислових споживачів до конкретної послуги.

Отже, основними критеріями при виборі того чи іншого методу оцінювання конкурентоспроможності промислової послуги є: достовірність, об'єктивність, універсальність, послідовність, надійність, практичність та витратність (часу, фінансових та інших ресурсів тощо). Відтак, при оцінюванні конкурентоспроможності промислової послуги постає проблема розробки, обґрунтування та використання таких методичних підходів, що охоплювали б усі аспекти її формування.

Ефективність промислової послуги, як співвідношення корисного результату до сумарних витрат споживача, залежить від декількох ключових показників, а саме: часу, витраченого на створення послуги, якості як послуги, так і процесу обслуговування, кваліфікації, досвіду та компетентностей персоналу, що її створюватиме. Підвищення ефективності промислової послуги дає можливість забезпечити найбільш повне задоволення потреб споживачів при відповідному рівні обслуговування [14, с. 27].

В економічній літературі акцентується увага на пріоритетності використання інтегральної оцінки конкурентоспроможності товару/послуги, яка розраховується як співвідношення індексів технічних і економічних параметрів. Виходячи з цього, О.І. Зоріна та О.В. Сиволовська [3] відзначають, що конкурентоспроможність послуги, зокрема, транспортної, може бути оцінена в певному приближенні до такого підходу, оскільки база порівняння постійно змінюється (коливання кон'юнктури ринку, інноваційних процесів тощо), відтак, таке порівняння має динамічний характер.

Отже, індекс конкурентоспроможності послуги розраховується за формулою:

$$I_{\kappa} = E_u / E_u^*$$

де E_u – конкурентоспроможність пропонованого варіанту;

E_u^* – показник конкурентоспроможності базового аналога.

Як відмічають науковці, в якості показника конкурентоспроможності E_u може бути обраний груповий технічний, економічний або організаційний показник, що характеризує відповідність між потребами клієнтів та можливостями підприємства, що надаватиме послугу. Розрахунок зазначених показників здійснюється за формулами:

$$E_t = \sum_{i=1}^n q_i \times a_i; \quad E_e = \sum_{i=1}^n q_i \times a_i; \quad E_o = \sum_{i=1}^n q_i \times a_i,$$

де E_t, E_e, E_o – груповий технічний, економічний чи організаційний показники;

q – одиничний показник по i -му параметру;

a – питома вага параметричного показника по відношенню до узагальненого задоволення потреб;

n – кількість параметрів, які підлягають оцінці [3].

На нашу думку, при оцінюванні конкурентоспроможності промислової послуги доцільно також детально проаналізувати ефективність повного циклу надання послуги. Виходячи з цього, пропонуємо розглядати ефективність в трьох ракурсах, відповідно до категорій, що характеризуються технологічною ефективністю, економічною ефективністю та ефективністю праці. Таким чином, виокремлюючи показник ефективності праці, ми підкреслюємо специфічність промислової послуги та залежність її якості від компетенції, компетентності, кваліфікації, досвіду, результативності та продуктивності праці виконавців.

Ефективність праці, зокрема, ремонтного персоналу, пропонуємо розраховувати наступним чином:

$$E_{праці} = \frac{t_{\phi}}{t_n},$$

де t_{ϕ} – час простою фактичний;

t_n – норма простою.

Визначення технічної ефективності промислової послуги здійснюється за формулою:

$$E_{tex} = \frac{P_t}{P_{ti}},$$

де P_t – технічні показники послуги базового підприємства;

P_{ti} – технічні показники послуги підприємства-конкурента або ідеальної послуги.

Розрахунок економічної ефективності надання промислової послуги пропонується розраховувати як співвідношення рентабельності послуги базового підприємства та рентабельності послуги конкурента:

$$E_{ек} = \frac{R_i}{R_k},$$

де R_i – рентабельність послуги базового підприємства у відсотках;

R_k – рентабельність послуги конкурента у відсотках.

Враховуючи те, що поняття «ефективність» має багатогранний характер та визначає основні складові конкурентоспроможності послуги (Kn) як один з найбільш прийнятних варіантів, нами пропонується здійснювати розрахунок останньої наступним чином:

$$Kn = E_{tex} * E_{праці} * E_{ек},$$

$Kn = 1$, підприємство працює на рівні конкурента;

$Kn < 1$, базове підприємство поступається конкурентові;

$Kn > 1$, досліджуване підприємство має вищі конкурентні позиції.

Такий підхід до оцінювання конкурентоспроможності промислової послуги потребує використання стратегічних ресурсів в процесі її створення, відтак, можливе коригування даної формули.

Визначення конкурентоспроможності промислової послуги через оцінювання її ефективності дозволяє визначити не тільки позицію досліджуваного підприємства, а й дослідити чинники, що обумовили означену позицію. Такими ймовірними чинниками можуть бути відхилення від норми певних критеріїв, що характеризують загальну ефективність надання промислової послуги.

До основних критеріїв оцінювання ефективності промислової послуги за техніко-економічними показниками можна віднести: трудомісткість; загальний фонд оплати праці; чисельність ремонтного персоналу; вартість споживаної електроенергії; вартість запчастин; час простою промислового об'єкта на ремонті; загальновиробничі та адміністративні витрати [3; 6; 7; 8; 14].

Для розрахунку зазначених критеріїв ефективності промислової послуги доцільно застосовувати наступні показники: трудомісткість ремонтних робіт з урахуванням норм часу на виконання конкретної операції; загальний фонд оплати праці з визначенням трудомісткості, різного роду доплат і премій за раціоналізаторські пропозиції та скорочення часу надання послуги при збереженні її якості; розрахунок чисельності ремонтного персоналу з обов'язковим урахуванням часу необхідного на проведення ремонту, досвіду та кваліфікації працівників; вартість використаних ресурсів (обладнання, електроенергії тощо); час простою промислового об'єкта на ремонті; вартість запчастин, яка дорівнюватиме сумі витрат на необхідні для ремонту деталі, вузли, комплектуючі та їх логістику постачання; загальновиробничі та адміністративні витрати, які розраховуються як відсоток від загального фонду оплати праці. Величина відсотку встановлюється підприємством самостійно.

Розрахунок зазначених критеріїв здійснюється у відповідності зі специфікою роботи підприємства та особливостями послуги, що надається. На основі наведених критеріїв оцінки пропонується визначити ефективність надання ремонтної послуги за наступним алгоритмом:

1. Визначення виду і складності ремонту.
 2. Визначення трудомісткості виконуваних робіт.
 3. Визначення чисельності ремонтного та обслуговуючого персоналу відповідно до виду ремонту та необхідних ремонтних робіт.
 4. Розрахунок ФОП.
 5. Визначення фактичного часу та норми простою промислового об'єкта на ремонті.
 6. Вартість запчастин (деталі, вузли та комплектуючі) з урахуванням витрат на їх постачання.
 7. Вартість використаних ресурсів (традиційних і стратегічних).
 8. Частка загальновиробничих, адміністративних витрат у ФОП.
 9. Розрахунок собівартості, норми прибутку, кінцевої ціни ремонту та рентабельності послуги.
 10. Гарантійний та післягарантійний термін експлуатації.
 11. Розрахунок ефективності надання ремонтної послуги (ефективність праці, технологічна та економічна ефективність).
- Після визначення показників ефективності розраховується коефіцієнт конкурентоспроможності промислової послуги досліджуваного підприємства та послуги підприємства-конкурента або «ідеальної»

послуги» робиться їх порівняння і висновки щодо конкурентоспроможності послуги.

Також слід зауважити, що на ефективність промислової послуги впливає низка чинників, основними з яких є якість і собівартість послуги та результативність і продуктивність праці персоналу. Відповідно до виявлених чинників впливу, інструментами управління ефективністю послуги виступають стандартизовані показники якості послуг та нормативи витрат.

Для того щоб визначити вплив ефективності послуги на її конкурентоспроможність, необхідно оцінити рівень якості та вартості. Якість – це відповідність наданих послуг очікуванням споживачів та встановленими стандартами норм [11, с. 65]. Зростання якості, в свою чергу, сприяє збільшенню обсягів продажів і, відповідно, прибутку. В той же час зростання якості зазвичай супроводжується зростанням витрат. Тобто має місце ситуація зростання собівартості надання послуг. При цьому додаткові витрати, що супроводжують підвищення якості надання послуг, співіснують із зростанням продажів. Тобто за умови реалізації позитивного варіанту розвитку ситуації інвестування в додаткові витрати викликає зростання якості послуг і відповідне зростання загальної ефективності [6; 7; 11; 14]. Отже, можна говорити про існування взаємозв'язку між такими поняттями, як якість, ціна та ефективність, які в кінцевому результаті є складовими конкурентоспроможності послуги.

Якість промислової послуги має найбільший вплив на життєздатність підприємств, що їх надають. При цьому стандарти, гарантії та вимоги до якості послуг на підприємстві повинні бути чітко визначеними, причому таким чином, щоб споживач був спроможний їх відслідковувати та оцінити. Хоча в більшості випадків процес надання послуги не завжди є можливим для спостереження з боку споживача, однак він все одно вимагає відповідного опису, без якого є неможливим оцінювання якості послуги як такої [5, с. 24–25]. Тобто оцінювання якості послуг передбачає оцінювання обох різновидів характеристик на їх відповідність прийнятим на підприємстві нормативам.

До вищезазначених характеристик можуть бути віднесені: виробничі потужності, що використовуються в процесі надання послуги; чисельність персоналу, його кваліфікація, досвід, організаційні здатності та професійні здібності; тривалість технологічного циклу надання послуги; гарантії надання послуги; безпека дання послуги; післягарантійне обслуговування тощо.

Ключовими показниками системи якості промислових послуг є тісна взаємодія із споживачем, відповідальність керівництва, компетентність персоналу, матеріальні й стратегічні ресурси та структура системи якості. Саме споживач знаходиться в центрі основних складових системи якості промислових послуг, і його задоволення стає можливим саме тоді, коли існує баланс між зазначеними ключовими показниками [11, с. 66]. За таких умов здійснюється двостороннє оцінювання і процесу, і результату виконання послуги як споживачем, так і виробником, з урахуванням результатів проміжних перевірок якості створення/надання промислової послуги. Причому оцінка послуги споживачем повинна враховувати реакцію останнього на отриману послугу, його задоволення або, навпаки, незадоволення та претензії. Інформація про оцінку послуги з боку виробника повинна містити, окрім іншого, результати управління якістю послуги на підприємстві.

Оцінювання вищезазначених процедур дозволить визначити, наскільки виконано задекларовані вимоги щодо дотримання рівня якості послуги, що, в свою чергу, дозволить визначитися із можливими шляхами та резервами підвищення їх якості та ефективності.

Також слід відмітити, що результативність будь-якого процесу значною мірою залежить від якості його інформаційно-комунікаційного забезпечення. Саме тому безпосередньо процес збирання інформації про якість надання послуг повинен бути цілеспрямованим та ретельно спланованим. Оскільки мова йде про якість надання промислових послуг, то зрозуміло, що основною метою аналізу є визначення причин помилок та їх можливе усунення і попередження. Мова йде про систематичні помилки, причина яких не завжди є очевидною, але її виявлення є вкрай необхідним [9, с. 96]. До того ж необхідно визначитися із джерелом виникнення означених помилок. Іноді виникає ситуація, коли помилки, що віднесені на рахунок персоналу, насправді пояснюються недоліками в організації процесу створення послуги, маються на увазі складності операцій, що виникають безпосередньо в процесі надання послуги і які провокують неможливість виконання розроблених і узгоджених заздалегідь технічних інструкцій. Також при цьому до уваги слід приймати інформацію щодо зміни вимог та запитів споживачів послуги в процесі її створення; змін вимог ринку чи техніко-технологічних процесів основних конкурентів; ймовірних відхилень від заданої якості послуг, що можуть виникнути внаслідок недостатнього контролю за процесом створення послуги; можливості збільшення/зниження собівартості надання послуги. Тобто менеджменту підприємства необхідно зосереджуватись на досягненні результативності повного операційного циклу надання послуги.

Висновки з даного дослідження. Отже, конкурентоспроможність промислової послуги – це техніко-технологічна, компетентнісна та інноваційна спроможність суб'єкта господарської діяльності, що створює й пропонує послугу максимально задовольняти визначену потребу споживача краще, ніж конкуренти, мінімізуючи при цьому ризики, витрати часу і ресурсів та забезпечуючи визначені показники якості й відповідні гарантії.

Досягнення відповідного рівня конкурентоспроможності промислових послуг та збільшення обсягів їх реалізації є важливим завданням для підприємства, що функціонує на ринку В2В. Відтак, оцінювання конкурентоспроможності промислових послуг повинно проводитись комплексно, системно і постійно на всіх етапах життєвого циклу послуги. Такий підхід надає можливість своєчасно визначити слабе місце в процесі створення, надання та споживання послуги, прийняти відповідні рішення, підкріплені фактами та розрахунками про відповідні дії щодо підвищення ефективності. В цьому аспекті, окрім використання традиційних кількісних та якісних методів оцінювання ефективності та конкурентоспроможності послуги, доцільно скористатись інжиніринговим методом, який дозволяє більш точно визначити значимість окремих показників, а спрощення процедур – полегшувати розуміння споживачем послуги, процесу її створення, контролю якості та споживання, якнайкраще використовувати інформаційні та комунікаційні технології, ухвалювати відповідні рішення в процесі обслуговування тощо. Це, в свою чергу, може бути

покладено в основу розробки стандартів обслуговування з урахуванням специфіки як самої послуги, так і процесу її створення.

Перспективним напрямком подальших розвідок у фокусі даної проблематики є питання індивідуалізації маркетингу промислових послуг, оцінювання якості обслуговування споживачів з використанням сучасних Інтернет-технологій та маркетингових програмних продуктів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Блонська В.І. Порівняльна характеристика методів оцінки конкурентоспроможності продукції / В.І. Блонська, Н.Т. Депа // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – Вип. 20.15. – С. 115–120.
2. Горбаль Н.І. Система управління конкурентоспроможністю підприємства / Н.І. Горбаль // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – Вип. 20.12. – С. 112–117.
3. Зоріна О.І. Методи оцінки конкурентоспроможності транспортної послуги / О.І. Зоріна, О.В. Сиволовська // Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка» – 2012. – № 5 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.economy.nauka.com.ua/?iid=1133&operation=1>.
4. Исаенко Е.В. Маркетинг в сфере услуг : [учеб. пособ.] / Е.В. Исаенко ; под ред. д. э. н., проф. Н.А. Нагапетьянца. – М. : Вузовский учебник, 2007. – 272 с.
5. Костюк Л.А. Теоретичні та методичні засади оцінки конкурентоспроможності / Л.А. Костюк : зб. наук. праць Таврійського державного агротехнологічного університету. – Мелітополь : Вид-во «Мелітопольська типографія «Люкс», 2012. – № 2(18). – Т. 6. – С. 22–30.
6. Методи оцінки конкурентоспроможності продукції та послуг [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://uchni.com.ua/sport/2155/index.html?page=6>.
7. Лифиц И.М. Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг / И.М. Лифиц. – М. : Юрайт-М, 2001. – 224 с.
8. Организация и планирование технического обслуживания и ремонта технических средств промышленного транспорта // Справочные материалы транспортной компании «Виптранс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://viptrans.info/tlib/planning.html>.
9. Реген В. Управление конкурентоспособностью компании на основе самоорганизации / В. Реген // Экономика и управление. – 2005. – № 1. – С. 95–98.
10. Скиданенко А.Ю. Окремі аспекти оцінки виробничих витрат при застосуванні математичних моделей / А.Ю. Скиданенко // Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. – Полтава : ПДАА. – 2013. – Вип. 1(6). – Т. 2. – С. 283–286.
11. Смоленюк П.С. Підвищення якості продукції – основна умова забезпечення її конкурентоспроможності / П.С. Смоленюк // Інноваційна економіка. – 2012. – № 31. – С. 64–68.
12. Сопільник Л.І. Теоретичні аспекти управління конкурентоспроможністю підприємств / Л.І. Сопільник, А.В. Колодійчук // Науковий вісник НЛТУ. – 2009. – Вип. 19.8 – С. 183–187.
13. Таганов Д.Н. Значение виртуальных цепочек ценности в раскрытии новых рыночных возможностей / Д.Н. Таганов // Маркетинг в России и за рубежом. – 2008. – № 3. – С. 32–48.
14. Фатхутдінов Р.А. Управління конкурентоздатністю організації : [підруч.] / Р.А. Фатхутдінов, Г.В. Осовська ; заг. ред. Г.В. Осовської. – К. : Кондор, 2009. – 468 с.
15. Щур О.М. Особливості оцінки конкурентоспроможності послуг / [О.М. Щур, Н.І. Коломієць, В.М. Крочук] [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://rusnauka.com/36_PWMN_2010/Economics/76554.doc.htm.

УДК 658.5.012.1

Середа Н.М.
*кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту, економіки та права
Кіровоградської льотної академії
Національного авіаційного університету*

ДОСЛІДЖЕННЯ МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА АВІАКОМПАНІЙ

У статті розглянуто можливі шляхи мінімізації ризиків для авіапідприємств при вивченні та дослідженні факторів внутрішнього та зовнішнього середовища. Визначено можливі шляхи адаптації авіапідприємств до конкурентного середовища. Проаналізовано сучасний стан авіаційної галузі та фактори середовища, які впливають на нього.

Ключові слова: авіакомпанія, середовище підприємства, фактори внутрішнього та зовнішнього впливу, авіаперевезення, стратегія.

Sereda N.N. ИССЛЕДОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ СРЕДЫ АВИАКОМПАНИЙ

В статье рассмотрены возможные пути минимизации рисков для авиапредприятий при изучении и исследовании факторов внутренней и внешней среды. Определены возможные пути адаптации авиапредприятий к конкурентной среде. Проанализировано современное состояние авиационной сферы и факторы среды, которые влияют на неё.

Ключевые слова: авиакомпания, среда предприятия, факторы внутреннего и внешнего влияния, авиаперевозки, стратегия.

Sereda N.N. RESEARCH OF MARKETING ENVIRONMENT OF AIRLINES COMPANY

The article considers the possible ways of minimization of risks for aviation enterprises at the research and analysis of interior medium and environmental factors. The possible ways of aviation enterprises adjustment to competitive environment are determined. The current condition of aviation industry and environmental factors that influence on it are analyzed.

Keywords: airline, environment of enterprise, factors of internal and external influence, air transport services, strategy.

Постановка проблеми. Розвиток світового авіа-транспортного ринку відбувається під впливом динамічно змінних кон'юнктуроутворюючих факторів. При цьому актуальними проблемами є глобалізація міжнародних перевезень у межах глобальних

та стратегічних альянсів авіаперевізників, жорстка конкуренція компаній за місце на ринку авіаційних перевезень та за кожного пасажира, постійне збільшення прямих операційних витрат, особливо за рахунок постійного росту цін на світовому паливно-