

с.

5. Пригожин А. И. Управленческие нововведения: неопознанные ресурсы / А. И. Пригожин // Управление персоналом. — 2000. — № 1. — С.9-11.
6. Проблемы развития современного общества: культура, инновации, высокие технологии и экология: научн. изд. / [В.Н. Гринева, П.Д. Дудко, А.Г. Крюк и др.] — Х.: Изд-во ХГЭУ, 2003. — 299 с.
7. Прохорова В. В. Теоретико-методологические основы инновационного развития и общие предпосылки управленческих инноваций в современной экономике / В. В. Прохорова // Сучасні проблеми соціально-економічного розвитку регіонів : моногр. — Дніпропетровськ : ІМА-прес, 2010. — С. 222—231.
8. Медынский В.Г. Реинжиниринг инновационного предпринимательства: [учеб. пособие для вузов] / В.Г. Медынский, С.В. Ильдеменов— М.: Юнити, 1999. — 414 с.
9. Санто Б. Инновации как средство экономического развития / Б.Санто — М.: Прогресс, 1990. — 291с.
10. Соколов Д.В. Управленческие инновации: механизмы реализации: [учеб. пособие] / Д.В.Соколов, Е.И. Юркан. — СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2008. — 106 с.
11. Управленческие нововведения в США. Проблемы внедрения / [под ред. Ю. А. Ушанова]. — М.: Наука, 1989. — 189 с.
12. Чухрай Н.І. Організаційно-управлінські інновації в економіці, що спирається на знання. Інновації: проблеми науки і практики: [моногр.] / Н.І. Чухрай. — Х.: ВД «ІНЖЕК», 2006. — 133 с.

УДК 656.13.073

ОЦІНКА ХАРАКТЕРИСТИК ПОСЛУГИ ПІДПРИЄМСТВ ЦИВІЛЬНОЇ АВІАЦІЇ

Осадча О.А.

У статті представлено результати оцінки характеристик послуги, що надається підприємствами цивільної авіації.

Ключові слова: цінність послуги, вартість послуги, ризики, фінансова стабілізація, конкурентоспроможність.

Потреба в оцінці характеристик послуги, що надається підприємствами цивільної авіації зумовлена зниженням конкурентних позицій національних авіапідприємств на ринку авіаперевезень, оскільки, в нинішніх умовах господарювання підприємств галузі, саме послуга набуває якісно нових рис.

Метою статті є оцінка характеристик послуги та виявлення взаємообумовленості цінності та вартості послуги з урахуванням ризиків дозволить у майбутньому забезпечити зростанням обсягів перевезень що позитивно відобразиться на якості обслуговування, фінансовій стійкості підприємств, і разом з тим на конкурентоздатності авіапідприємств.

Питанням економічної сутності цінності присвячені праці Р.Алена, М. Портера, Д. Рікардо, Дж.Р. Хікса, А. Томпсона, Дж. Стрікланда, В. Гальперіна, М. Туган-Барановського, Д. Хлебникова. Визначенню ланцюга цінності авіатранспортної послуги присвячені наукові праці Калди К.О., варто зауважити на тому, що питання цінності на авіаційному транспорті є слабо дослідженими.

Значний внесок у розвиток теоретичних та практичних основ дослідження конкурентоспроможності підприємств внесли Ансофф І., Зав'ялов П. С. Ламбен Ж. Ж., Портер М., Стрікланд Дж., Томпсон А. А., Загоруйко В.М., Кулаєв Ю. Ф., Кулик В. А., Мерхеж Р. Е., Мова В. В., Щелкунов В. І., Яценко Л. А.

Питаннями класифікації ризиків займалися такі українські та іноземні науковці: А.П. Альгін, І.Т. Балабанов, І.А. Брижань, П.І. Верченко, В.В. Вітлінський, І.В. Гончаров, П.Г. Грабовий, В.М. Гранатуров, В.Б. Живетін, С.З. Жизнін, І.В. Зайцева, А.Б. Камінський, Р.М. Моргенштерн, С.І. Наконечний, О.Л. Устенко, Е.А. Уткін, В.В. Черкасов, Г.В. Чернова, Л.Г. Шаршукова, О.Б. Шевчук, Д.А. Штефанич, О.І. Ястремський та інші.

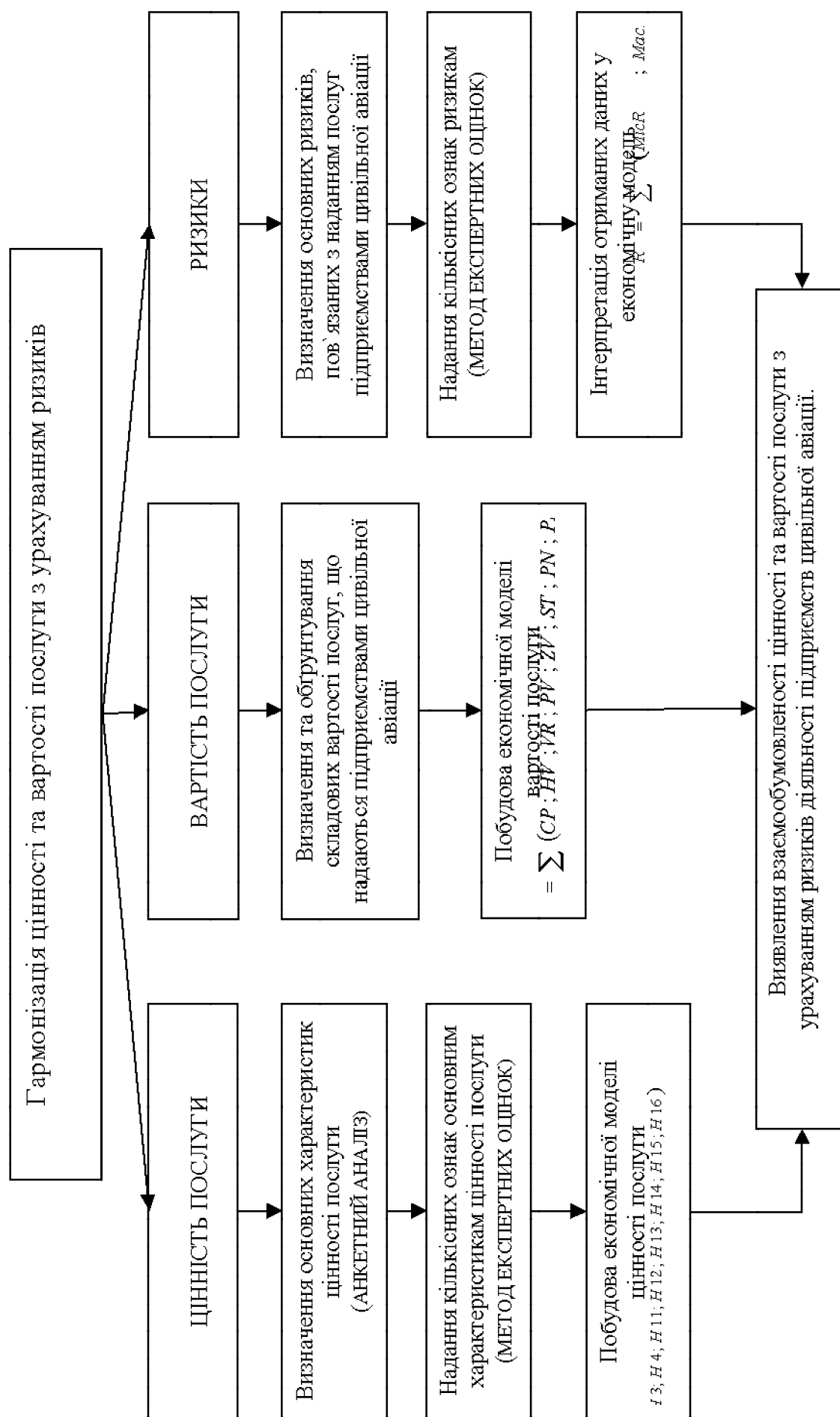


Рис.1.Виявлення взаємообумовленості цінності та вартості послуги з урахуванням ризиків діяльності підприємств цивільної авіації

Сучасні умови господарювання підприємств цивільної авіації, що характеризуються, з одного боку, стрімким динамізмом конкурентного середовища, а з іншого, зростанням цін на паливо, політичною нестабільністю в країні та регіонах світу, послабленням державної підтримки підприємств галузі, до того ж суттєво змінюється і центр ваги ринку послуг, що надаються підприємствами досліджуваної галузі, сутність якого полягає у визначенні основного інтересу споживача, з одного боку, і досягнення найбільш цінного результату з найменшими витратами, – з іншого, саме тому, доцільним є проведення анкетного аналізу щодо визначення основних характеристик цінності послуг, що надаються підприємствами цивільної авіації.

Схематичне зображення виявлення взаємообумовленості цінності та вартості послуги з урахуванням ризиків діяльності підприємств цивільної авіації представлено на рис. 1.

Анкетування проводилось протягом 2008-2010 років, шляхом опитування пасажирів на борту літаків, при здійсненні рейсів досліджуваними підприємствами та при оформленні вантажів. Так, у 2008 році досліджуваними підприємствами перевезено пасажирів 2973 тис.чол., рейсів 5130, авіа напрямків 146, з них: внутрішніх 27, міжнародних 119. Протягом 2009 року перевезено 4885 тис.-чол., рейсів 7640, авіа напрямків 162, з них: внутрішніх 35, міжнародних 127. У 2010 році перевезено 6355 тис.чол., рейсів 9420, авіа напрямків 169, з них: внутрішніх 38, міжнародних 131.

Протягом 2008-2010 років підприємствами цивільної авіації було перевезено пасажирів: 14213 тис.чол., рейсів 2190, з яких, у анкетуванні прийняло участь 11073 особи, при цьому 1011 тис.чол., користуються послугами підприємств цивільної авіації не більше п'яти разів на рік, 5084 тис.чол. більше п'яти, але не більше десяти разів на рік, 2341 тис.чол. від десяти до двадцяти разів на рік, і лише 1732 тис.чол. більше двадцяти разів, що дозволяє зробити висновок про доцільність врахування результатів опитування, в аспекті визначення основних характеристик цінності послуги, категорії пасажирів, які користуються послугами від 5 до 10 разів на рік, питома вага у загальній кількості опитаних яких складає 45, 91%, з яких у 2008 році перевезено 1634 тис.чол., у 2009 році 1721 тис.чол., і у 2010 році 1729 тис.чол.

Анкетний аналіз проводився шляхом надання опитуваними кількісної оцінки за характеристикам, що обумовлюють цінність послуги, що надається авіакомпанією за п'ятибальною шкалою, отримані результати анкетування узагальнено, деякі з них представлено на рис. 2, 3, табл. 1, 2.

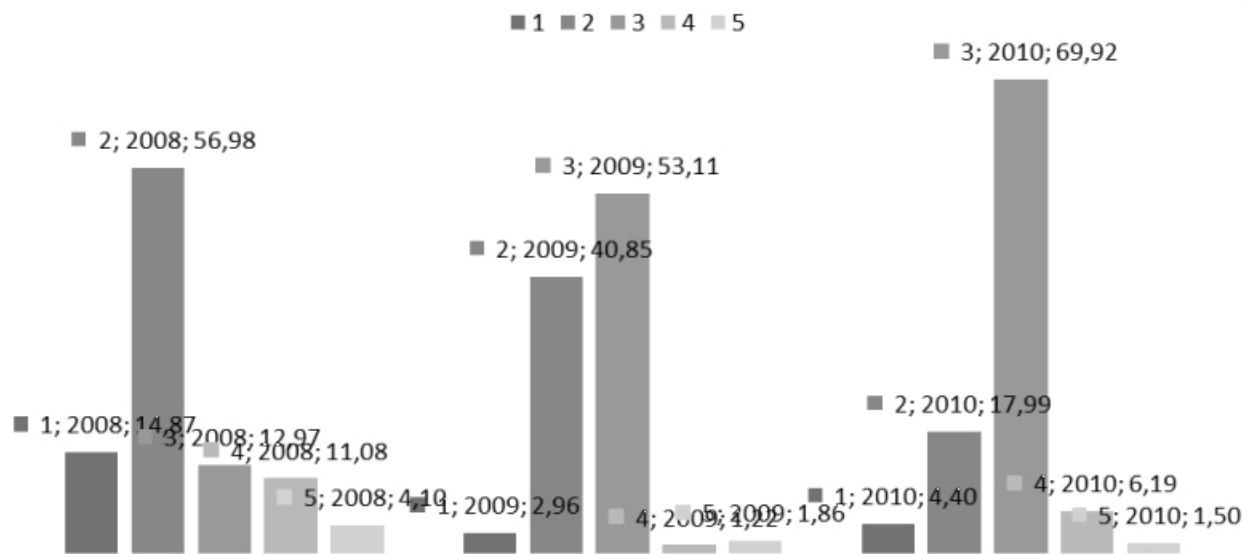


Рис.2. Результати анкетування за характеристикою цінності послуги, що надається підприємствами цивільної авіації «мережа маршрутів», у %.

Відповідно до узагальнених даних бальна оцінка характеристики цінності послуги підприємств цивільної авіації «мережа маршрутів» протягом 2008-2010 років коливалась і, у 2008 році із перевезених 1634 тис.чол. пасажирів 14,87% оцінили мережу маршрутів у один бал, 56,98 у два бали, 12,97% у три бали, 11,08 % у чотири бали, і лише 4,1% у п'ять балів, що свідчить про необхідність розширення мережі маршрутів досліджуваними підприємствами цивільної авіації, реалізація чого

дозволить у майбутньому підвищити обсяги пасажирських та вантажних перевезень та забезпечити зростання конкурентних позицій на ринку авіаперевезень.

Таблиця 1

Характеристика цінності послуги «Сервіс, що надається під час польоту», %

Бал	2008	2009	2010
1	6,73	12,38	13,94
2	19,65	18,59	18,80
3	34,52	30,27	26,49
4	17,44	17,37	18,62
5	21,66	21,38	22,15
	100	100	100

Доволі високі бали даної характеристики протягом 2008-2010 років питома вага трьох балів становила 34,52%, 30,27%, 26,49%, у подальшому зниження характеристики, питома вага чотирьох балів склала 17,44%, 17,37%, 18,62 % та подальше збільшення питої ваги п'яти балів до 21,66%, 21,38% та 22,15% з одного боку, свідчить про задоволеність пасажирів сервісом, що надається під час польоту, а, з іншого, про несуттєвість даної характеристики у структурі цінності послуги в аспекті даного дослідження.

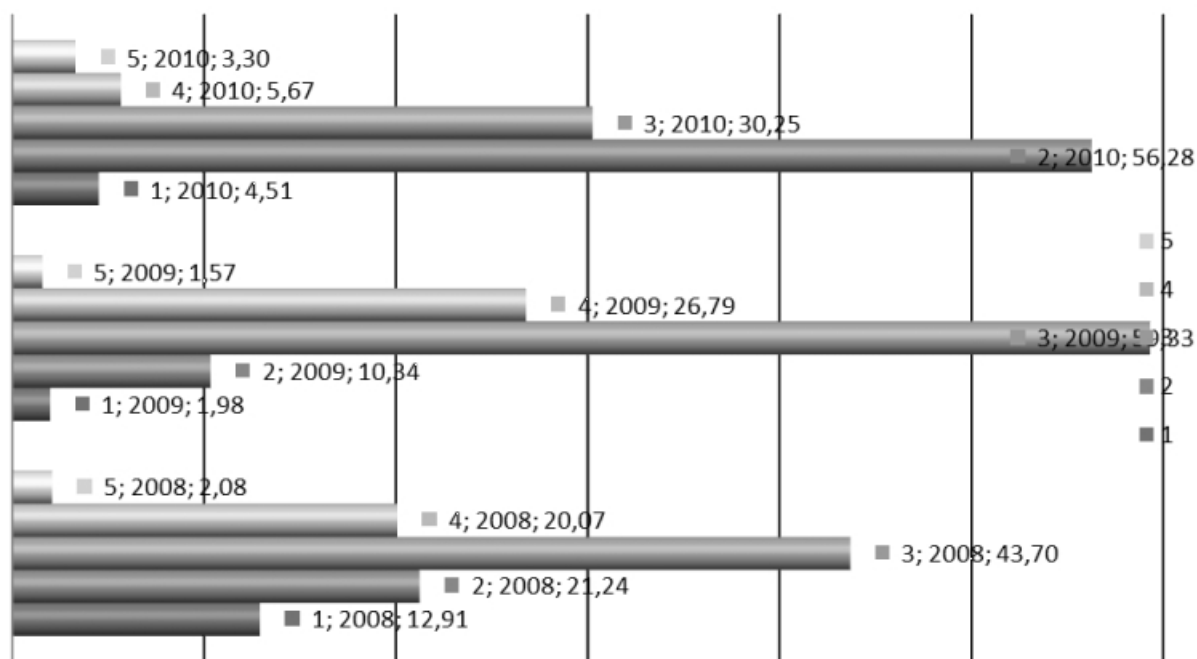


Рис.3. Результати анкетування за характеристикою цінності послуги, що надається підприємствами цивільної авіації «розклад рейсів», %.

Питома вага одного балу у 2008 році за характеристикою «розклад рейсів» становила 12,91%, двох балів 21,24%, трьох балів 43,7%, чотирьох балів 20,07%, п'яти балів лише 2,08%. Протягом наступних 2009-2010 років суттєвого зростання питої ваги чотирьох та п'яти балів не відбулося, у 2009 році 59,33 % становила питома вага трьох балів, а у 2010 році 56,28 % двох балів, що свідчить про високу зацікавленість споживачів щодо даної характеристики послуги, і як висновок, про потребу у розробці більш зручного розкладу рейсів з урахуванням часової різниці кінцевого пункту призначення.

Найвища питома вага бальної оцінки три у результатах анкетного аналізу характеристики цінності послуги, значення якої у % протягом аналізованого періоду становило 49,39%; 51,48% та 57,03% свідчить про низьку доступність, надійність, маневреність доставки вантажу досліджуваними підприємствами цивільної авіації, в свою чергу, підвищення якості даної характеристики доз-

волисть забезпечити конкурентоспроможність як на внутрішньому, так і на міжнародному ринках авіаперевезень підприємств галузі.\

Таблиця 2

Характеристика цінності послуги «Швидкість доставки вантажу»,%

Бал	2008	2009	2010
1	14,50	13,54	13,82
2	21,11	16,27	13,53
3	49,39	51,48	57,03
4	10,28	10,98	5,84
5	4,71	7,73	9,77
	100	100	100

Для проведення подальшої оцінки характеристик послуги підприємств цивільної авіації з метою виявлення взаємообумовленості цінності та вартості послуги з урахуванням ризиків в контексті забезпечення конкурентоспроможності підприємств цивільної авіації потребує інтерпретації балів у відсотки та відповідності критеріям оцінки (табл.3.).

Таблиця 3

Таблиця інтерпретації балів у відсотки та відповідності критеріям оцінки

Відповідність критеріїв бальної оцінки, %	Максимальний	$90 < H \leq 100$	1
	Високий	$60 < H \leq 90$	2
	Середній	$40 < H \leq 60$	3
	Низький	$10 < H \leq 40$	4
	Мінімальний	$0 < H \leq 10$	5

Відповідно до таблиці інтерпретації балів у відсотки та відповідності критеріям оцінки результати анкетування варто розглядати наступним чином: п'ять балів відповідає $0 < H \leq 10$ відсоткам, що обумовлює мінімальний критерій у цінності послуги, що надається підприємствами цивільної авіації; чотири бали ($10 < H \leq 40$) низький; три бали ($40 < H \leq 60$); два бали ($60 < H \leq 90$) відповідає високому критерію цінності послуги, і один бал ($90 < H \leq 100$) максимальному значенні цінності послуги.

Таким чином, результати проведенного анкетування дозволяють представити цінність послуги, що надається підприємствами цивільної авіації як функцію:

$$CP = \int (MM; RR; VB; PAC; VP; Sb; Kb; Pr; LBr; RIC; HDV; ChRp; MrV; RrVPv; Up; TvpV; RP) \quad (1)$$

де, CP- цінність послуги, що надається підприємствами цивільної авіації, MM-мережа маршрутів, RR- розклад рейсів, VB- вартість білета, PAC- пунктуальність авіакомпанії, VP- відношення персоналу, Sb- сервіс, що надається під час польоту, Kb- комфорт під час перельоту, Pr- програма для часто літаючих, LBr- легкість бронювання, RIC- репутація, імідж компанії, HDV- швидкість доставки вантажу, ChRp- частота та регулярність польотів, MrV- мінімальний розмір вантажу, RrVPv- рівень ризиків втрати та пошкодження вантажу, Up- обов'язковість участі посередників, TvpV- дотримання термінів відправлення та прибуття вантажу, RP-рівень співпраці посередників з колегами у країнах призначення товарів.

Характеристики цінності послуги не мають кількісного виміру, що і обумовлює необхідність надання їм кількісних ознак, використовуючи метод експертних оцінок, перевагою даного методу є простота у формуванні, врахування професійних навичок та досвіду експертів, результати якого дозволять побудувати економічну модель цінності послуги, що надається досліджуваними підприє-

мствами цивільної авіації (табл.4).

Таблиця 4

Оцінка експертами значимості характеристик цінності послуг, що надаються підприємствами цивільної авіації

Вага	Характеристики цінності послуги	Експерти									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
H1	Мережа маршрутів	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4
H2	Розклад рейсів	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5
H3	Вартість білета	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5
H4	Пунктуальність авіакомпанії	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4
H5	Відношення персоналу	1	2	1	3	2	2	2	3	2	1
H6	Сервіс, що надається під час польоту	4	3	4	3	2	2	3	3	3	3
H7	Комфорт під час перельоту	3	2	1	2	2	3	2	1	2	3
H8	Програма для частолітаючих	1	1	2	3	3	2	3	4	2	3
H9	Легкість бронювання	3	2	2	1	1	4	3	4	4	3
H10	Репутація, імідж компанії	2	1	1	1	1	1	3	2	1	1
H11	Швидкість доставки вантажу	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5
H12	Частота та регулярність польотів	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5
H13	Мінімальний розмір вантажу	5	5	4	3	5	5	5	5	4	5
H14	Рівень ризиків втрати та пошкодження вантажу	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4
H15	Обовязковість участі посередників	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4
H16	Дотримання термінів відправлення та прибуття вантажу	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5
H17	Рівень співпраці посередників з колегами у країнах призначення товарів	2	3	3	4	1	4	1	1	1	4

Застосування методу експертних оцінок передбачає розрахунок відсотку виставлених оцінок експертами, який проводиться за наступною формулою:

$$Z_{xi} = \frac{\sum_{k=1}^n a_k}{\sum_{k=1}^n \max a_k} = \frac{\sum_{k=1}^n a_k}{50} \quad (2)$$

де, Z_{xi} - відсоток виставлених експертами оцінок показнику x_i , a_k - оцінка k - тим експертом i - того показника; k – загальна кількість експертів; $\max a_k$ - максимально можливе значення показника a_k в даній шкалі.

Отримано наступні значення $H_1 = 0,94$, $H_2 = 0,96$, $H_3 = 0,94$, $H_4 = 0,90$, $H_5 = 0,38$, $H_6 = 0,6$, $H_7 = 0,42$, $H_8 = 0,48$, $H_9 = 0,54$, $H_{10} = 0,28$, $H_{11} = 0,92$, $H_{12} = 0,90$, $H_{13} = 0,92$, $H_{14} = 0,90$, $H_{15} = 0,90$, $H_{16} = 0,96$, $H_{17} = 0,48$, сума всіх оцінок складає 12,42.

Вагу кожної характеристики цінності послуги, що надається підприємствами цивільної авіації визначаємо як відношення значення кожного з факторів до суми всіх оцінок (2...):

$$g_i = \frac{B_{gi}}{\sum_{i=1}^m B_{gi}} \quad (3)$$

де, m – загальна кількість чинників, що оцінюються експертами.

Таким чином, отримуємо наступні значення визначених характеристик: $H_1 = 0,076$, $H_2 = 0,077$, $H_3 = 0,076$, $H_4 = 0,072$, $H_5 = 0,031$, $H_6 = 0,048$, $H_7 = 0,034$, $H_8 = 0,039$, $H_9 = 0,043$, $H_{10} = 0,023$, $H_{11} = 0,074$, $H_{12} = 0,072$, $H_{13} = 0,074$, $H_{14} = 0,072$, $H_{15} = 0,072$, $H_{16} = 0,077$, $H_{17} = 0,039$.

Відповідно до отриманих значень побудуємо економічну модель цінності послуги, яка надається підприємствами цивільної авіації та має наступний вигляд:

$$CP = \sum (H1; H2; H3; H4; H11; H12; H13; H14; H15; H16) \quad (4)$$

де, CP- цінність послуги, що надається підприємствами цивільної авіації, H1- мережа маршрутів; H2- розклад рейсів; H3- вартість білета; H4- пунктуальність авіакомпанії; H11- швидкість доставки вантажу; H12- частота та регулярність польотів; H13- мінімальний розмір вантажу; H14- рівень ризиків втрати та пошкодження вантажу; H15- обов'язковість участі посередників; H16- дотримання термінів відправлення та прибуття вантажу.

Зростання цінової, внутрішньої та міжнародної конкуренції, розвиток альянсів, подорожчання обслуговування літаків та рейсів, неефективна маркетингова політика, неефективне використання повітряних суден, відсутність сучасних автоматизованих систем управлінського обліку, наявність низькодохідних довгострокових інвестиційних проектів та нерентабельна мережа маршрутів є основними факторами, що впливають на складові вартості послуг, що надаються підприємствами цивільної авіації, саме тому, є доцільним побудова економічної моделі вартості послуги, що надається підприємствами авіаційної галузі з урахуванням специфіки діяльності та впливу факторів.

Варто зазначити, що однією зі основних складових вартості послуги з перевезення пасажирів та вантажів авіапідприємствами є ціна палива, оскільки саме від темпів зміни цін авіа паливо, а саме, збільшення частини паливної складової в загальних витратах, істотно залежить фінансова стійкість авіакомпанії.

В той же час, варто зауважити і на решті складових вартості послуги, зокрема, постійних та змінних витратах, страхуванні, податковому навантаженні та прибутку, складність визначення яких обумовлена високим динамізмом зміни зовнішнього середовища, зокрема, висока залежність галузі від економічної та політичної ситуації в країні, доходів фізичних осіб, рівню інфляції, рівню облікової ставки Національного банку України.

На наш погляд, вартість послуги, що надається підприємствами цивільної авіації має наступний вигляд:

$$VP = \sum (CP; HV; VR; PV; ZV; ST; PN; PR) \quad (5)$$

де, PV- вартість послуги, що надається підприємствами цивільної авіації, CP- ціна палива, HV- характеристики вантажу, VR- вартість вантажно-розвантажувальних робіт, PV- постійні витрати, ZV- змінні витрати, ST- страхування, PN – податкове навантаження, PR – прибуток.

Проведена оцінка характеристик послуги підприємств цивільної авіації дозволила не тільки визначити основні складові вартості послуги, до яких віднесено: ціна палива, характеристики вантажу, вартість вантажно-розвантажувальних робіт, постійні витрати, змінні витрати, страхування, податкове навантаження та прибуток, а й виявити наявність зв'язків які взаємообумовлюють вартість послуги та її цінність та обумовлює потребу у визначенні ризиків та їхнього урахування в процесі надання послуг підприємствами цивільної авіації.

Небезпека втрат та вірогідність нездійснення події в повному об'ємі, пов'язаних із специфікою ведення господарських операцій у процесі діяльності підприємств авіаційної галузі називається ризиком, який характеризується ймовірністю появи негативних чинників, саме тому, виникає потреба у наданні кількісних ознак ризикам з подальшою їхньою інтерпретацією у економічну модель.

На наш погляд, ризики, пов'язані з господарською діяльністю підприємств цивільної авіації, а отже, і впливають на цінність та вартість послуг, що надаються підприємствами досліджуваної галузі доцільно класифікувати як макроризики, до яких доцільно віднести ризик зміни зовнішнього середовища, недосконалість валютного законодавства, ризик втрати споживачів, ризик посилення конкуренції, ризик втрати постачальників пального, ризик закупівлі палива за завищеними цінами та неналежної якості, і, мікроризики: ризик збільшення зобов'язань, знос основних фондів та ризик збільшення собівартості послуги.

Наслідками визначених ризиків підприємств цивільної авіації є втрата ринків збуту, дестабілізація зовнішньоекономічних відносин з іноземними партнерами, послаблення конкурентних позицій підприємства на зовнішніх ринках, втрата ліквідності підприємства, оскільки має місце залежності

ліквідності від величини поточних активів та зобов'язань, а обсяг зобов'язань визначає рівень витрат підприємства на їх обслуговування.

Відповідно до проведеної класифікації ризиків економічна модель має наступний вигляд:

$$R = \sum (MicR; MacR) \quad (6)$$

де, R- ризики підприємств цивільної авіації, MicR- мікроризики, MacR- макроризики.

Так, загальне значення ризиків для підприємств цивільної авіації становить 0,99, при цьому, значення мікроризиків для підприємств цивільної авіації становить 0,33, макроризиків – 0,66 відповідно, результати розрахунків досліджених ризиків дозволяють враховувати ризики як за запропонованою класифікацією, так і кожен з ризиків окремо.

ВИСНОВОК

Проведена оцінка характеристик послуги підприємств цивільної авіації шляхом гармонізації цінності та вартості послуги з урахуванням ризиків дозволила виявити наявність наступні взаємобумовленості цінності та вартості послуги, зокрема, складові вартості послуги, що надається підприємствами цивільної авіації, до яких віднесено: ціна палива, характеристики вантажу, вартість вантажно-розвантажувальних робіт, постійні витрати, змінні витрати, страхування, податкове навантаження та прибуток. Представлено класифікацію ризиків, що виникають не тільки у процесі надання послуг підприємствами цивільної авіації, а й у процесі фінансово-господарської діяльності, надано їм кількісних ознак, що дозволить проводити розрахунки можливих втрат у натуральному виразі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гірна О.Б. Формування корисностей у ланцюгу поставок на основі ринкової пропозиції [Текст] / О.Б. Гірна, О.Я. Кобилух, Н.І.Хтей// Вісник Національного університету «Львівська політехніка». «Логістика». — 2006. — № 552. — С. 17 — 23.
2. Калда К.О. Логістичний підхід до формування ланцюгів створення цінності та вартості авіатранспортної продукції [Текст] / К.О. Калда // Вісник Хмельницького Національного Університету. Економічні науки. — 2009. — № 1. — С. 206-211.
3. Король В.А. Про цінність і вартість в системі фінансового менеджменту.: [Електронний ресурс]. / В.А. Король // - Режим доступу <http://ua-stock.com/assets/files/value.pdf>.
4. Кулаев Ю.Ф. Экономика гражданской авиации Украины: [моногр.] [Текст] / Ю.Ф.Кулаев. — К.: Издательство “Феникс”, 2004 — 667 с.
5. Мних О. Трансформація власності у розвитку відносин «підприємство-клієнт»: многр. [Текст] / О.Мних, А.Чубла. — Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2007. — 250 с.
6. Чан Ким Н. Стратегия голубого океана. [Текст] / Чан Ким Н., Рене Моборн: пер. с англ. - Третье издание.- М.:НПРО, 2008. — 272 с.
7. Чухрай Н. Формування ланцюгів поставок: питання теорії та практики [Текст]. / Н. Чухрай, О. Гірна — Львів: Інтеллект-Захід, 2007. — 232 с.