

- Complex Syst., Vol. 6, 333–362 [in English].*
8. Holland, H. (1975). *Adaptation in Natural and Artificial Systems*. Michigan : Univ. [in English].
  9. Sherman, A.J. (1998). *Mergers and acquisitions from A to Z: strategic and practical guidance for small- and middle-market buyers and sellers*. AMACOM [in English].

**Oleksiy Gutsalyuk**, PhD in Economics (Candidate of Economics Sciences)  
*Classic private university, Zaporozhye, Ukraine*

### **Using the Method of Genetic Algorithm to Determine the Partner by Creating the Enterprise Integration Association**

The most widespread integration processes currently purchased in the merger-takeover of joint stock companies. The aim of the study is the theoretical substantiation and development of recommendations regarding the selection of candidates for corporate integration associations on the basis of the method of genetic algorithm.

The main idea of the method of genetic algorithm, shows schematically the process of the genetic algorithm that selected a list of the main chromosomes, characterizing the company and corporate integration Association from the point of view of attractiveness for integration, discusses the importance of genes for genetic analysis generated a list of optimal genes chromosomes that there should be a joint-stock company. The result of GA is the definition of HELL that has the best set of genes in the chromosomes to ensure further development of the KIO and the maximization of the objective function. The result will also be better defined set of genes from all (from the JSC and JSC – potential participants of the KIA) KIA chromosomes.

Using the method of genetic algorithms for the selection of joint stock companies-candidates for the corporate formation of integration associations is quite effective, allows the use of objective measures for the selection of candidates for education KIA, a large number of candidates and indicators of their activity and, to a certain extent to reduce the risks to an incorrect choice of the integration path of development when wrongly chosen direction of development of the company.

**joint-stock company, corporate integration, partner, genetic method, genetic algorithm**

*Одержано (Received) 29.10.2015*

*Прорецензовано (Reviewed) 23.11.2015*

*Прийнято до друку (Approved) 30.11.2015*

**УДК 631.3: 339.137**

**Р.І. Жовновач**, доц., канд. екон. наук

*Кіровоградський національний технічний університет, м. Кіровоград, Україна*

## **Сервісне обслуговування як умова забезпечення конкурентоспроможністю підприємств сільськогосподарського машинобудування**

В статті розглянуто питання розвитку сервісного обслуговування сільськогосподарської техніки як умови забезпечення конкурентоспроможністю підприємств сільськогосподарського машинобудування. Визначено сутність сервісного обслуговування продукції та перелічені основні види сервісних послуг, які може надати виробник сільськогосподарської техніки. Запропоновано заходи щодо подальшого розвитку сервісного обслуговування сільськогосподарської техніки, які спрямовані на створення додаткових конкурентних переваг вітчизняних підприємств сільськогосподарського машинобудування у довгостроковій перспективі.

**сервіс, сервісне обслуговування, фірмовий сервіс, конкурентоспроможність підприємств, сільськогосподарське машинобудування, сільськогосподарська техніка, дилерські мережі**

**Р.И. Жовновач**, доц., канд. екон. наук

*Кировоградский национальный технический университет, г. Кировоград, Украина*

### **Сервисное обслуживание как условие обеспечения конкурентоспособности предприятий сельскохозяйственного машиностроения**

© Р.І. Жовновач, 2015

В статье рассмотрены вопросы развития сервисного обслуживания сельскохозяйственной техники как условие обеспечения конкурентоспособности предприятий сельскохозяйственного машиностроения. Определена сущность сервисного обслуживания продукции и перечислены основные виды сервисных услуг, которые может предоставить производитель сельскохозяйственной техники. Предложены мероприятия по дальнейшему развитию сервисного обслуживания сельскохозяйственной техники, направленные на создание дополнительных конкурентных преимуществ отечественных предприятий сельскохозяйственного машиностроения в долгосрочной перспективе.

**сервис, сервисное обслуживание, фирменный сервис, конкурентоспособность предприятий, сельскохозяйственное машиностроение, сельскохозяйственная техника, дилерские сети**

**Постановка проблеми.** Проблема забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств сільськогосподарського машинобудування в умовах поглиблення інтеграційних процесів та трансформація національної економіки на фоні складної економічної ситуації в країні вимагає від виробників сільськогосподарської техніки готовності адаптуватися до динамічних умов ринкового середовища та переорієнтування своєї діяльності відповідно до реалій сьогодення. Об'єктивною необхідністю успішного розвитку та утримання конкурентних позицій вітчизняних підприємств сільськогосподарського машинобудування на сучасному етапі є задоволення потреби споживачів щодо надання послуг сервісного обслуговування техніки в процесі доведення її до кінцевого споживача та протягом всього періоду експлуатації.

В наслідок нестабільності економічної ситуації в країні та посилення впливу зовнішнього середовища на конкурентоспроможність підприємств сільськогосподарського машинобудування, а також відчутного зменшення фінансових можливостей й купівельної спроможності споживачів сільськогосподарської техніки відбувається зменшення інтенсивності придбання нової техніки та підвищення попиту на окремі сервісні послуги, які може запропонувати виробник. Відтак дослідження розвитку фірмового сервісного обслуговування та визначення його впливу на рівень конкурентоспроможності підприємств сільськогосподарського машинобудування набуває особливої актуальності.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Теоретико-методологічні аспекти економічної сутності сервісу та особливості впливу сфери послуг на забезпечення конкурентоспроможності підприємств висвітлено в дослідженнях західних науковців, зокрема, Е. Гуммессона [16], Ф. Котлера [7], Ж.-Ж. Ламбена [8], М. Портера [11] та інших. Актуальні питання підвищення конкурентоспроможності підприємств сільськогосподарського машинобудування та розвитку фірмового сервісного обслуговування є предметом досліджень таких українських науковців, як В. Адамчук та М. Грицишин [1], С. Бібленко [2], В. Іванишин [5], О. Козаченко [6], Т. Лук'янець [10], В. Скоцик [15] та інших. Проте недостатньо дослідженими залишаються роль виробників сільськогосподарської техніки у наданні сервісних послуг споживачам, визначення основних проблем та перспективних напрямів розвитку фірмового сервісного обслуговування сільськогосподарської техніки.

**Постановка завдання.** Метою даної статті є дослідження передумов формування та розвитку сервісного обслуговування сільськогосподарської техніки, а також встановлення його впливу на забезпечення задоволення потреб споживачів та підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств сільськогосподарського машинобудування.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Вирішення проблеми забезпечення та підтримання належного рівня конкурентоспроможності підприємств сільськогосподарського машинобудування можливе лише за умови максимального

врахування виконання вимог споживачів щодо кількості, якості продукції, що випускається, та супутніх послуг, які здатен надати виробник.

Поняття «сервіс» походить від англійського «*service*», яке означає служба, обслуговування. Ф. Котлер визначає сервіс (послугу) як будь-яку діяльність (або благо), яку одна сторона може запропонувати іншій без заволодіння останньою [7, с. 544]. Н.І. Ведмідь трактує поняття «сервіс» як діяльність, пов'язану із виробництвом послуги з метою продажу (товару чи послуги) і спрямовану на задоволення потреб споживачів [3, с. 51]. В економічній літературі також зустрічається поняття «фірмовий сервіс», яке відображає відповідальність виробника за організацію обслуговування випущеного ним виробу протягом усього терміну його експлуатації. Так, за визначенням Є.Ю. Сахно, М.С. Дорош, А.В. Ребенок, фірмовий сервіс представлено як систему взаємовідносин між виробником і споживачем промислової продукції, що характеризується особистою участю виробника в забезпеченні ефективного використання виробу протягом всього життєвого циклу, в підтримці машин, устаткування, пристроїв в постійній готовності до використання. [14, с. 37].

Більшість авторів розглядають сервіс як складову товару, віддаючи йому допоміжну роль для реалізації основної продукції. Таким чином, трактуючи сервіс із позицій реалізації товарів чи послуг, його можна представити як послугу чи обслуговування, а точніше як сервісне обслуговування. Т.І. Лук'янець визначає сервісне обслуговування товару як сукупність функцій та видів діяльності підприємства, які забезпечують зв'язок «підприємство – споживач» та є необхідною складовою маркетингової комунікаційної політики підприємства [10, с. 420]. На її думку сервісне обслуговування товару як дійовий інструмент маркетингу дає змогу підприємству вирішувати стратегічні довгострокові завдання, проникнути на нові сегменти та ринки з товарами, вже відомими ринку, та з новими, що тільки вийшли на ринок, виокремити себе серед конкурентів завдяки сервісному обслуговуванню й встановити довготривалі зв'язки з покупцями своїх товарів. [10, с. 425].

Таким чином, фірмове сервісне обслуговування продукції – це сукупності видів діяльності, що передбачає активну взаємодію виробника та споживача в процесі виробництва та доведення до кінцевого споживача товарів, забезпечуючи при цьому ефективне функціонування процесу на всіх його стадіях та створюючи додаткові конкурентні переваги виробників продукції у довгостроковій перспективі.

Визначаючи місце та роль виробників сільськогосподарської техніки у наданні сервісних послуг С.Б. Бібленко наголошує на тому, що заводи-виробники та створені ними або за їх безпосередньої участю сервісні структури мають взяти на себе функції і відповідальність за реалізацію матеріально-технічних засобів та їх стан у гарантійний період і протягом усього строку експлуатації, а також відновлення та повторний продаж частково зношених машин [2, с. 234]. О.В. Козаченко зауважує, що необхідність розвитку фірмового обслуговування обумовлена впровадженням в сучасних машинах складного електричного та гідравлічного обладнання, що потребує сучасних форм і методів технічного обслуговування і ремонту за участю підприємств-виробників [6, с. 4].

Таким чином, організація сервісного обслуговування є важливою умовою забезпечення конкурентоспроможності не тільки продукції сільськогосподарського машинобудування, але й її виробника, завдяки чому формується індивідуальність відносин з кожним цінним для підприємства клієнтом, створюються умови для забезпечення максимального задоволення потреб споживача, що в перспективі забезпечує унікальне становище підприємства на ринку та відмінність від конкурентів.

Відзначимо, що рівень попиту на сервісні послуги встановлюється індивідуально для кожного зі споживачів у залежності від їх розвитку, ступеня

самозабезпеченості сервісними операціями, а також платоспроможності. Організація сервісного обслуговування полягає в можливості налагодження прямого зв'язку між споживачами та виробниками сільськогосподарської техніки. Виходячи з досвіду зарубіжних країн з розвинутою економікою, встановлено, що виробники техніки спираються на так зване правило 3S: продаж (Sales) – сервіс (Service) – запасні частини (Spareparts).

Для задоволення потреб споживачів сільськогосподарської техніки щодо надання сервісних послуг підприємствам-виробникам необхідно враховувати інформаційний, організаційний і технічний аспекти сервісу продукції.

Інформаційний сервіс пов'язаний із процесом теоретичного або практичного ознайомлення споживачів із експлуатаційними параметрами продукції.

Організаційний сервіс продукції передбачає забезпечення якості процесів передачі права власності на продукцію від виробника до споживача та організацію надання послуг протягом процесу експлуатації [9, с. 25-26].

Технічний сервіс - забезпечення АПК технічними засобами і підтримання їх у технічно справному стані протягом усього періоду експлуатації, вивчення попиту, реклама, технічна і торгово-економічна інформація, доставка, передпродажна підготовка, гарантійне обслуговування нових та відремонтованих технічних засобів, забезпечення запасними частинами, навчання експлуатаційно-ремонтного персоналу [4, ст. 1].

Для отримання конкурентних переваг на ринку виробникам сільськогосподарської техніки доцільно здійснювати фірмове сервісне обслуговування, яке гарантує забезпечення найбільш повного спектру послуг та включає низку заходів передпродажного, гарантійного та післягарантійного сервісу. На рис. 1 наведено низку заходів, які пропонуються для здійснення повного фірмового сервісу продукції сільськогосподарського машинобудування. Підприємство, що забезпечить більш повний фірмовий сервіс, отримає конкурентні переваги на ринку та додаткове джерело доходу. Чим ширшим є спектр фірмових сервісних послуг, тим більша ймовірність отримання додаткових грошових коштів, а в окремих випадках – дохід від здійснення фірмового обслуговування може перевищувати дохід від реалізації сільськогосподарської техніки.

Передпродажний сервіс - сервіс, пов'язаний із підготовкою товарів до продажу, залученням клієнтів і просуванням товару на ринок, дослідження потреб та вимог споживачів, попиту на техніку, характеристик існуючої на ринку техніки, її вартості, залучення до участі у наукових дослідженнях, дослідно-конструкторських розробках нових типів технічних засобів АПК та їх випробуванні, а також ознайомлення споживачів з новими технічними засобами та можливістю їх придбання, такими як, наприклад, є постійно діючі виставково-торговельні центри на базі виробників сільськогосподарської техніки ПАТ «Червона Зірка», ПАТ «Одесасільмаш» та ін.

Сервіс під час продажу передбачає сукупність робіт, пов'язаних із підготовкою товарів до продажу, наданням послуг, що полегшують процедуру купівлі-продажу сільськогосподарської техніки, її доставкою споживачу та підготовкою до експлуатації.

Гарантійний сервіс - сукупність робіт, необхідних для експлуатації сільськогосподарської техніки в період дії гарантійних зобов'язань виробника/продавця (техобслуговування, поточний і капітальний ремонт техніки та її складових частин тощо). Перш за все - це гарантійне обслуговування сільськогосподарської техніки, традиційний вид обслуговування для сучасних підприємств - виробників з широким комплексом фірмових сервісних послуг. Гарантійні умови стали таким самим важливим критерієм вибору споживачами сільськогосподарської техніки, якими раніше були вартість та якість техніки та умови її доставки.

Післягарантійний сервіс передбачає здійснення обслуговування техніки з моменту закінчення терміну дії, передбаченого гарантійними зобов'язаннями виробника (ремонт та модернізація техніки під час експлуатації, забезпечення господарств запасними частинами, ремонтними матеріалами і ремонтним обладнанням, надання різноманітної технічної допомоги, розбирання списаної техніки з виділенням деталей, придатних для подальшого використання або відновлення, утилізація техніки тощо).

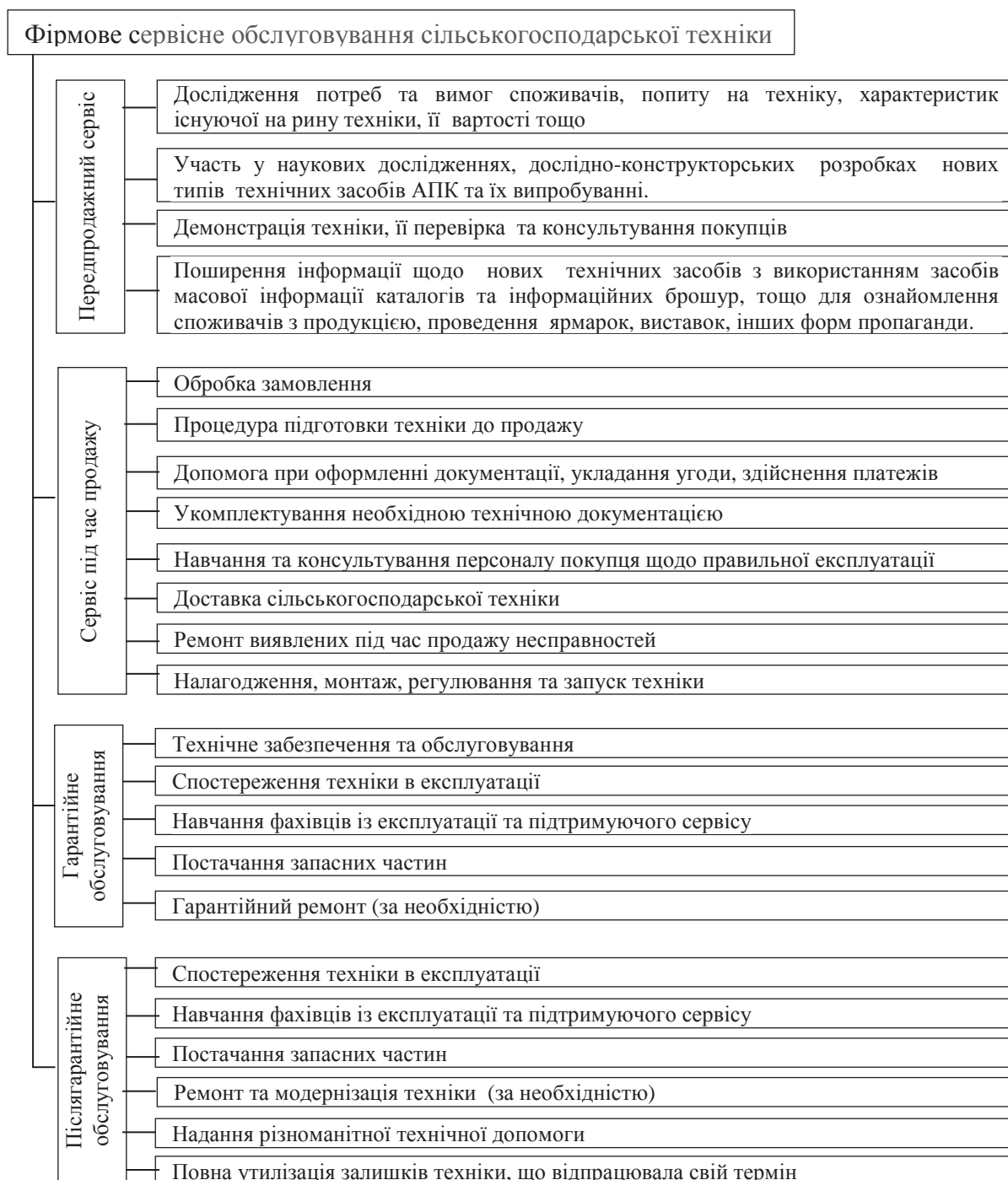


Рисунок 1 – Фірмове сервісне обслуговування сільськогосподарської техніки

Джерело: розроблено автором.

Відповідно до результатів дослідження розвитку фірмового сервісного обслуговування в країнах з розвинутою економікою встановлено, що найбільш ефективною формою його організації є створення виробниками сільськогосподарської техніки мережі дилерських підприємств, які беруть на себе зобов'язання налагодження зв'язків із споживачами щодо забезпечення останніх необхідною інформацією стосовно наявної сільськогосподарської техніки, її вартості, технічних характеристик та можливостей придбання, здійснюють реалізацію машин, передпродажне, гарантійне та післягарантійне обслуговування, а також несуть повну відповідальність за компенсацію збитків від простоїв сільськогосподарської техніки з вини виробника або технічних причин.

Відзначимо, що розвиток фірмового сервісного обслуговування в Україні має певні особливості, які обумовлені тим, що за часів планової командно-адміністративної моделі економіки умови для функціонування фірмових сервісних структур не були сприятливим через державну монополію підприємства «Держкомсільгосптехніка» (до 1978 р «Союзсільгосптехніка»), а в Україні - «Укрсільгосптехніка» у здійсненні ремонтно-технічного обслуговування. Вони не забезпечували якісного та надійного сервісного обслуговування сільськогосподарської техніки. Так, наприклад, міжремонтний ресурс тракторів складав не більше 50% до ремонтваного, простій тракторів у ремонті сягав 30% календарного часу [13, с. 11]. До того ж, ці підприємства не були зацікавлені у створенні та розвитку фірмового технічного сервісу через побоювання втрати своїх доходів [5].

Перехід до ринкового механізму господарювання, реформування відносин власності та створення достатньої кількості самостійних підприємств, які формували б конкурентне середовище, також сприяли зміні у сфері ремонту та технічного обслуговування техніки для АПК. Звичайно створення власних дилерських мереж, здатних займатися не лише продажем і передпродажним обслуговуванням техніки, але й здійснювати фірмове сервісне обслуговування протягом усього терміну її експлуатації, потребує значних фінансових вкладів, яких більшість вітчизняних виробників не мають. За наявних обставин лише невелика частина виробників сільськогосподарської техніки таких як, наприклад, ТОВ ВП «Агро-союз», ПАТ «ХТЗ», ПАТ «Червона зірка», ТОВ «Агроресурс», ПАТ «Вінницький завод тракторних гідроагрегатів», ПАТ «Хмільниксільмаш», ТОВ НВП «Херсонський машинобудівний завод» спромоглися створити дилерську мережу та налагодити фірмове сервісне обслуговування. До складу таких дилерських мереж включені оснащені ремонтно-технічні та постачальницькі підприємства, які також зобов'язані надавати консультативні послуги.

Відтак можна визнати, що фірмове сервісне обслуговування в Україні розвивається досить повільно, однак має реальні перспективи та можливості створення широкої дилерської мережі АПК з використанням потенціалу існуючих підприємств сільськогосподарського машинобудування, їх фірмових центрів, спеціалізованих регіональних агросервісних формувань, регіональних виставково-торгівельних центрів у взаємодії з державою та такими інфраструктурними компонентами, як банки, страхові та лізингові компанії.

Відповідно до Концепції розвитку вітчизняного сільськогосподарського машинобудування до 2020 року передбачається подальше удосконалення фірмового сервісу, покращення роботи спеціалізованих ремонтних підприємств за рахунок механізмів пільгового кредитування, розширення співробітництва із зарубіжними фірмами-виробниками сільськогосподарської техніки та створення на базі кооперованих машинобудівних підприємств сучасної мережі станцій технічного обслуговування. Прийнятним на близьку перспективу для України є другий варіант

відродження і розвиток сільськогосподарського машинобудування, коли частка вітчизняної техніки на внутрішньому ринку в структурі продаж становитиме не менше 70%, галузь забезпечуватиме значні надходження до бюджету та соціальних фондів, а аграрний сектор не залежатиме від імпорту техніки і запасних частин [12].

Для успішного функціонування підприємств сільськогосподарського машинобудування, забезпечення та підтримання належного рівня їх конкурентоспроможності, а також сталого розвитку фірмового сервісного обслуговування необхідно:

- удосконалити законодавство України щодо вирішення проблеми підвищення конкурентоспроможності підприємств сільськогосподарського машинобудування з метою максимальної локалізації виробництва сільгосптехніки на вітчизняних підприємствах, системного розвитку вітчизняних потужностей машинобудування для агропромислового комплексу і забезпечення сільськогосподарських й переробних підприємств високоефективною конкурентоспроможною вітчизняною технікою та обладнанням, а також налагодження ефективного фірмового сервісного обслуговування;

- спрямувати політику держави на підтримання вітчизняних підприємств сільськогосподарського машинобудування та відновлення і зміцнення платоспроможності сільськогосподарських товаровиробників за рахунок використання цінових механізмів, митно-тарифного та податкового регулювання, зменшення навантаження на фонд заробітної плати для виробників сільськогосподарської техніки, удосконалення експортно-імпоротної, амортизаційної і пільгової фінансово-кредитної політик;

- стимулювати розвиток вітчизняного ринку сільськогосподарської техніки за рахунок удосконалення фінансового лізингу, процедур введення техніки в експлуатацію, просування продукції машинобудування на внутрішньому і зовнішньому ринках за рахунок маркетингової політики;

- здійснити реконструкцію та техніко-технологічне переоснащення підприємств машинобудування для агропромислового комплексу відповідно до передових технологій з метою доведення споживчих якостей технічних засобів, що виробляються в Україні, та сервісних послуг від виробників до світового рівня та забезпечення попиту сільськогосподарських товаровиробників на технічні засоби вітчизняного виробництва здатних виконувати технологічні процеси і операції за новими ресурсо- та енергозберігаючими, а також екологоохоронними технологіями;

- впорядкувати закупівлю сільськогосподарської техніки за кордоном з метою поєднання цілеспрямованого імпорту зарубіжних технічних засобів з нарощуванням власного виробництва високоякісних машин на рівні кращих світових зразків за передовими технологіями для створення конкурентного середовища на ринку сільськогосподарської техніки;

- захистити вітчизняний ринок сільськогосподарської техніки від недобросовісної конкуренції, в тому числі за рахунок обмеження потрапляння на ринок вживаної іноземної техніки, введення державного реєстру, налагодження систем технічного сервісу та підготовки кадрів;

- оптимізувати розміщення дилерсько-сервісних мереж підприємств-виробників сільськогосподарської техніки у всіх регіонах України для виконання функцій передпродажного та післяпродажного обслуговування власної продукції;

- удосконалити інформаційне обслуговування споживачів шляхом посилення пропаганди технологічної, технічної, екологічної та економічної ефективності вітчизняної сільськогосподарської техніки, проведення демонстраційних показів

технологічних комплексів машин і обладнання безпосередньо в сільськогосподарських підприємствах, а також сприяти створенню постійно діючих виставок-ярмарків з метою укладання договорів на придбання матеріальних і технічних засобів безпосередньо з виробниками сільськогосподарської техніки або з їх посередницькими структурами;

– вдосконалити процес підготовки інженерних кадрів для технічного сервісу машин АПК України.

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Таким чином, вирішення проблеми забезпечення та підтримання достатнього рівня конкурентоспроможності підприємств сільськогосподарського машинобудування шляхом задоволення потреби споживачів щодо здійснення сервісного обслуговування техніки в процесі її придбання та протягом всього періоду експлуатації можливе за умови створення сприятливих економічних умов розвитку вітчизняного сільськогосподарського машинобудування та здійснення ефективного фірмового сервісу. Виконання цих умов передбачає підтримку держави і залучення сучасних досягнень НТП та інвестицій для реконструкції та техніко-технологічного переоснащення підприємств сільськогосподарського машинобудування, створення і функціонування фірмового сервісу на наукових засадах, підготовка відповідних кадрів, зміцнення платоспроможності сільськогосподарських товаровиробників за рахунок використання цінових податкових, фінансово-кредитних механізмів регулювання.

Подальші наукові дослідження у даному напрямі доцільно пов'язати з вивченням механізму формування та реалізації фірмового сервісного обслуговування сільськогосподарської техніки, налагодження взаємовідносин між виробниками технічних засобів та їх споживачами для надання всього спектру сервісних послуг. Крім того, вимагає поглибленого вирішення проблеми подальшого удосконалення фірмового сервісу підприємств машинобудування агропромислового комплексу.

## Список літератури

1. Адамчук В.В. Формування і розвиток ринку сільськогосподарської техніки в Україні [Текст] / В.В. Адамчук, М.І. Грицишин // Вісник аграрної науки. – 2013. – № 7. – С. 5–9.
2. Бібленко С.Б. Державне регулювання розвитку сервісного обслуговування технічних засобів сільськогосподарського виробництва [Текст] / С.Б. Бібленко // Теорія та практика державного управління. – 2010. – Вип. 4. – С. 233–238.
3. Ведмідь, Н.І. Термінологічні підходи до визначення категорії "сервіс" та його роль в економіці країн [Текст] / Н.І. Ведмідь // Економічний часопис - XXI. – 2012. – № 3/4. – С. 49–52.
4. Закон України «Про систему інженерно-технічного забезпечення агропромислового комплексу України» від 5 жовтня 2006 року № 229-V. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>
5. Іванишин В.В. Техніко-економічні передумови організації і розвитку фірмового технічного сервісу [Електронний ресурс] / В.В. Іванишин // Ефективна економіка. – 2012. – № 5. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1511>
6. Козаченко О.В. Перспективи розвитку технічного обслуговування і ремонту машин [Текст] / О.В. Козаченко // Вісник ХНТУСГ. Проблеми технічної експлуатації машин. Системотехніка і технології лісового комплексу. – Харків: ХНТУСГ, 2010. – Вип. 94. – С. 3–8.
7. Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство и туризм [Текст] / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенс – М.: Юнити, 1998. – 787 с.
8. Ламбен Жан-Жак. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива [Текст] / Жан-Жак Ламбен ; пер. с фр. – СПб. : Наука, 1996. – 589 с.
9. Лісовська Л.С. Оцінювання та регулювання конкурентоспроможності продукції промислового призначення [Текст] : дис. к.е.н.: 08.02.03/ Л.С. Лісовська. – Львів, 2002. – 180 с.
10. Лук'янець Т.І. Маркетингова політика комунікацій [Текст] : навч. Посіб / Т.І. Лук'янець. – 2-ге вид., доп. і перероб. – К. : КНЕУ, 2003. – 524 с.
11. Портер М. Международная конкуренция [Текст] / М. Портер; [Пер. с англ. под ред. В.Д. Щетинина]. – М.: Междунар. Отношения, 1993. – 896 с.



12. Проект розпорядження Кабінету Міністрів України "Про схвалення Концепції Державної цільової економічної програми розвитку вітчизняного машинобудування для агропромислового комплексу до 2020 року" від 17 січня 2013р. [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://minagro.gov.ua>
13. Проектування технологічних процесів сервісних підприємств [Текст] : підручник / [А.А. Дудніков, П.В. Писаренко, О.І. Біловод, І.А. Дудніков, О.П. Ківшик] - Вінниця, 2011. - 400 с.
14. Сахно Є.Ю. Менеджмент сервісу: теорія та практика [Текст]. Навч. посіб. / Є.Ю. Сахно, М.С. Дорош, А.В. Ребенюк. – К.: ЦУЛ, 2010. - 328 с.
15. Скоцик В.Є. Організаційно-економічні засади формування сервісного обслуговування сільськогосподарської техніки в Україні [Текст] / В.Є. Скоцик // Економіка та управління АПК. - 2014. – № 1. – С. 128–134.
16. Gummesson E. Total relations marketing: marketing strategy moving from the 4 Ps – product, price, promotion, place – of traditional marketing to the 30 Ps – the thirty relationships – of a new marketing paradigm [Текст] / E. Gummesson – Oxford: Butterworth-Heinemann, 2002. – 350 p.

## References

1. Adamchuk V., Grytsyshyn M. (2013). Formuvannya i rozvytok rynku silskohospodarskoi tekhniki v Ukraini [Formation and development of the market of agricultural machinery in Ukraine]. *Visnyk ahrarynoi nauky - News of agrarian sciences*, 7, 5-9[in Ukrainian].
2. Biblenko, S.B (2010). Derzhavne rehuliuвання rozvytku servisnoho obsluhovuvannya tekhnichnykh zasobiv silskohospodarskoho vyrobnytstva [State regulation of service maintenance of agricultural production]. *Teoriya ta praktyka derzhavnogo upravlinnja - Theory and Practice of Public Administration*, 4, 233-238 [in Ukrainian].
3. Vedmid, N.I. (2012). Terminolohichni pidkhody do vyznachennia katehorii "servis" ta yoho rol v ekonomitsi krain [Terminological approaches to determination of «service» category and its role in the economy of countries]. *Ekonomichnyi chasopys-XX - Economic Annals-XXI*, 3/4, 49-52 [in Ukrainian].
4. Zakon Ukrainy vid 5 zhovtnia 2006 roku № 229-V. "Pro systemu inzhenerno-tekhnichnoho zabezpechennia ahropromyslovoho kompleksu Ukrainy" [The Law of Ukraine of October 5, 2006 № 229-V "On the system engineering support of agriculture of Ukraine"] (2006, 5 October). *rada.gov.ua*. Retrieved from <http://www.rada.gov.ua> [in Ukrainian].
5. Ivanyshyn, V.V. (2012). Tekhniko-ekonomichni peredumovy orhanizatsii i rozvytku firmovoho tekhnichnoho servisu [Techno-economic background of the organization and development of corporate technical service]. *Efektivna ekonomika - Effective economy*, 5. Retrieved from <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1511> [in Ukrainian].
6. Kozachenko, O.V. (2010). Perspektyvy rozvytku tekhnichnoho obsluhovuvannya i remontu mashyn [Perspectives of a development engineering services and repair of machines]. *Visnyk KhNTUSH. Problemy tekhnichnoi ekspluatatsii mashyn. Systemotekhnika i tekhnolohii lisovoho kompleks - The bulletin of the KSNUA. Technical issues operating vehicles. Systems engineering and technology complex forest*, 94, 3-8 [in Ukrainian].
7. Kotler, P. Bowen, J and Makens, J. (1987). *Marketing. Gostepriimstvo. Turizm [Marketing. Hospitality and Tourism]*. Moscow: JuNTI [in Russia ].
8. Lamben, Zhan-Zhak (1996). *Strategicheskyy marketing. Evropeyskaya perspektiva [Strategic marketing. European perspective]*. Saint Petersburg: Nauka [in Russia].
9. Lisovska, L.S. (2002). "Otsiniuvannya ta rehuliuвання konkurentospromozhnosti produktsii" [Evaluation and regulation of competitive products]. *Extended abstract of candidate's thesis*. Lviv [in Ukrainian].
10. Luk'ianets', T.I. (2003). *Marketing communications policy*. (2d ed.). Kyiv: KNEU [in Ukrainian].
11. Porter, M. (1993). *Mezhdunarodnaja konkurencija [International competition]* (V.D.Schetynyn, Trans). Moscow: Mezhdunar. Otnosheniya [in Russia].
12. Proekt rozporiadzhennia Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 17 sichnia 2013 roku "Pro skhvalennia Kontseptsii Derzhavnoi tsilovoi ekonomichnoi prohramy rozvytku vitchyznianoho mashynobuduvannya dlia ahropromyslovoho kompleksu do 2020 roku" [Draft order of the Cabinet of Ministers of Ukraine of January 17, 2013 "On approval of the Concept of the State Target of Economic Program development of the national agricultural machine building by 2020"] (2013, 17 January). Retrieved from [minagro.gov.ua](http://minagro.gov.ua) [in Ukrainian].
13. Dudnikov, A.A., Pysarenko, P.V., Bilovod, O.I., Dudnikov, I.A., & Kivshyk, O.P. (2011). *Proektuvannya tekhnolohichnykh protsesiv servisnykh pidpriemstv [Design service businesses processes]*. Vinnytsia: Naukova dumka [in Ukrainian].
14. Sakhno, Ye.Yu., Dorosh, M.S., & Rebenok, A.V. (2010). *Menedzhment servisu: teoriia ta praktyka [Service management: theory and practice]*. Kyiv: TsUL Publ [in Ukrainian].

15. Skotsyk, V. (2014). Orhanizatsiino-ekonomichni zasady formuvannia servisnoho obsluhovuvannia silskohospodarskoi tekhniki v Ukraini [Organizational economic basis of agriculture machines service maintaining formation in Ukraine]. *Ekonomika ta upravlinnia APK - Economy and management of IAC, 1*, 128-133 [in Ukrainian].
16. Gummesson E.(2002). Total relations marketing: marketing strategy moving from the 4 Ps – product, price, promotion, place – of traditional marketing to the 30 Ps – the thirty relationships – of a new marketing paradigm . Oxford: Butterworth-Heinemann [in English].

**Ruslana Zhovnovach**, Associate Professor, PhD in Economics (Candidate of Economic Sciences)  
*Kirovohrad National Technical University, Kirovohrad, Ukraine*

### **Service Maintenance as the Condition for the Competitiveness of Enterprises of Agricultural Machine Building**

The article discloses the issue of the development of the system of service maintenance of agricultural machines as the condition for providing competitiveness of enterprises of agricultural machine building.

The essence of the service maintenance of the production was defined. The interrelationship between the level of competitiveness of agricultural machine building enterprises and the level of services which can be provided by a producer for the consumers of agricultural machines was situated and the mechanism of their formation and realization have been defined. The activity of a producer concerning satisfaction of consumer needs through service maintenance of agricultural machines during the whole period of their exploitation was described.

The necessity was grounded and the measures relating to further development of service maintenance of agricultural machines directed to the creation of additional long-term competitive benefits of the national agricultural machine building enterprises were suggested.

**service, service maintenance, corporate service, enterprise competitiveness, agricultural machine building, agricultural machine**

*Одержано (Received) 20.11.2015*

*Прорецензовано (Reviewed) 26.11.2015*

*Прийнято до друку (Approved) 30.11.2015*

**УДК 657.6**

**О.М. Остапенко**, канд. пед. наук

*Кіровоградська льотна академія Національного авіаційного університету, м. Кіровоград, Україна*

### **Проблеми впровадження та функціонування внутрішнього аудиту на авіаційних підприємствах в Україні**

У статті узагальнено існуючу методику організації внутрішнього аудиту на підприємстві та запропоновано її вдосконалення відповідно до галузевих особливостей авіаційного транспорту. Доведено, що аудит впливає на фінансово-господарську діяльність авіаційних підприємств шляхом перевірки інформації, яка використовується при складанні звітності, попереджує виникнення помилок в обліку, сприяє раціональному використанню ресурсів, покращує фінансову дисциплінарність матеріально-відповідальних осіб, попереджує та усуває зловживання, покращує фінансовий стан підприємства, прогнозує їхню подальшу діяльність.

**внутрішній аудит, власники, ризики бізнесу, прийняття рішень, внутрішній контроль**

**О.Н. Остапенко**, канд. пед. наук

*Кіровоградская летная академия Национального авиационного университета, г. Кіровоград, Украина*

### **Проблемы внедрения и функционирования внутреннего аудита на авиационных предприятиях в Украине**