



Рис. Воздействие рекламы на потребителя

На базе полученных результатов с помощью проведенного исследования можно сделать такие выводы:

1) каждый студент-четверокурсник является потенциальным потребителем, сталкивается с проблемой влияния рекламы на его сознание. Чаще всего это влияние негативное;

2) большинство (90 %) респондентов утверждают, что негативное воздействие на сознание человека имеет реклама и все возможные ее средства, но отрицают факт влияния рекламы на них. Большинство студентов факультета менеджмента и маркетинга не признали факта, что реклама влияет на них непосредственно, хотя сам факт влияния подтвердили 90 % студентов;

3) главное, что привлекает внимание студентов в рекламе – это цвет, подача, слоган, актуальность, сам продукт и его важность;

4) большинство (90 %) респондентов указывают, что реклама не оказывает влияния на отношения с окружающими. 67 % опрошенных отметили, что реклама способна манипулировать сознанием, создавать иллюзию резкой смены настроения. Сознательно отрицают факт воздействия рекламы на их потребительское поведение 83 % студентов.

В заключение следует отметить, что в деятельности всех современных коммуникаций сохраняются методы психологического воздействия на сознание потребителей. Под влиянием новых социальных условий воздействие приобретает новые формы и расставляет акценты на других сторонах общественной жизни, оставляя приоритет тотального контроля над сознанием потребителей при выборе товаров и услуг. Воздействие рекламной информации проявляется в процессах переработки рекламных сообщений – эмоциях, мыслях, возможных решениях, обуславливающих конкретные поведенческие акты покупателя при выборе товаров и услуг.

Научн. рук. Стативка О. Н.

Литература: 1. Мокшанцев Р. И. Психология рекламы : учебн. пособ. / Р. И. Мокшанцев. – М. : Изд. ИНФРА-М, 2006. – 235 с. 2. Лебедев-Любимов А. Н. Психология рекламы / А. Н. Лебедев-Любимов. – 2-е изд. – СПб. : Питер, 2006. 3. Попова Ж. Г. Психологические аспекты восприятия рекламы потребителем / Ж. Г. Попова // Маркетинг в России и за рубежом. – 2002. – № 5. 4. Шуванов В. И. Психология рекламы / В. И. Шуванов. – 3-е изд. – Ростов н/Д. : Феникс, 2006. 5. Лебедев А. Н. Экспериментальная психология в российской рекламе / А. Н. Лебедев, А. К. Боковиков. – М. : Академия, 1995. – 144 с.

Ірха С. Ю.

УДК [005.332.4:656.71](477)

Студент 4 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ АЕРОПОРТІВ УКРАЇНИ

Анотація. Досліджено теоретичні аспекти конкурентоспроможності у сучасних ринкових умовах господарювання. Проаналізовано діяльність аеропорту "Харків" та оцінено рівень його конкурентоспроможності серед основних конкурентів. Запропоновано створення нової програми та проведення планування діяльності з урахуванням заходів, які дозволять підприємству збільшити свої прибутки.

© Ірха С. Ю., 2013

Аннотация. Исследованы теоретические аспекты конкурентоспособности в современных рыночных условиях хозяйствования. Проанализирована деятельность аэропорта "Харьков" и оценен уровень его конкурентоспособности среди основных конкурентов. Предложены создание новой программы и проведение планирования деятельности с учетом мер, которые позволят предприятию значительно приумножить свою прибыль.

Annotation. Theoretical aspects of competitiveness under current market conditions are studied. The activity of the airport "Kharkiv" was analysed and the level of its competitiveness among the major competitors was assessed. Creating new programs and planning the activities to include measures allowing the company to significantly increase its profits were offered.

Ключові слова: конкуренція, аеропорт "Харків", аутсорсинг, конкурентоспроможність.

Конкуренція стрімко поширюється на всі види діяльності від малих та не надто прибуткових до великомасштабних підприємств-мільйонників. Завдяки конкуренції відбувається постійний розвиток у всіх галузях. На ринку з'являється безліч нових пропозицій, що свідчить про безперервний розвиток діяльності різних організацій.

Багато вчених у своїх наукових роботах розглядали поняття конкурентоспроможності та її значення в діяльності підприємства. Вони зробили значний внесок у розвиток теоретичних основ конкурентоспроможності та посприяли уявленню про оцінку її рівня, вибір та обґрунтування заходів щодо підвищення конкурентоспроможності.

Метою даної статті є дослідження конкурентоспроможності аеропортів України, а саме аеропорту "Харків", розгляд нинішньої конкурентної позиції даного аеропорту на ринку та пропозиції заходів щодо підвищення його конкурентоспроможності.

Отже, аеропортом є комплекс споруд, призначених для прийняття, відправлення повітряних суден та обслуговування повітряних перевезень, що має для цього аеродром, інші наземні споруди та необхідне обладнання. Якщо аеропорт міжнародний, то це визначений державою на її території аеропорт для прийняття і відправлення повітряних суден, що виконують міжнародні повітряні перевезення, у якому здійснюються митні, імміграційні, санітарні, карантинні (стосовно тварин і рослин) та інші процедури, передбачені законодавством [1].

Харківський аеропорт є великомасштабним підприємством та має неабиякий потенціал щодо свого розвитку і конкурентоспроможності, але щоб стабільно зростати, необхідно використовувати нові види діяльності, що приведе до збільшення пасажиропотоку, а отже, і підвищення рівня доходу. Відомо, що доходи аеропорту "Харків" більшу частину складають від авіаційної діяльності, у той час коли великомасштабні аеропорти світу значну частку своїх доходів отримують від неавіаційної діяльності.

Харківський аеропорт за останні роки стрімко розвинувся, доказом цього є статистика пасажиропотоку [2], яка наведена в таблиці.

Таблиця

Пасажиропотік аеропорту "Харків"

Роки	Кількість обслужених пасажирів (тис.)	Зміни
2002	50,8	–
2003	64,0	+ 26 %
2004	104,5	+ 63,3 %
2005	140,5	+34,4 %
2006	201,9	+ 43,7 %
2007	258,4	+ 28,0 %
2008	309,9	+ 20,0 %
2009	196,4	–36,3 %
2010	243,2	+ 23,8 %
2011	308,7	+26,9 %
2012	501,5	+62,5 %

Отже, аналізуючи таблицю, можна помітити, що якщо показники цієї статистики будуть стрімко зростати (як у період між 2011 та 2012 роками), то діяльність буде доцільною, але не настільки, як у Київського аеропорту "Бориспіль", який обслуговував 8 млн 478 тис. пасажирів [3], та аеропорту котрий входить до десятки кращих – аеропорту Парижу "Шарль-де-Голль" і його показники на 2011 рік становлять 60 млн 970,5 тис. осіб [4]. Рівень пасажиропотоку в цих аеропортах більш за все залежить від їхнього місця розташування та рівня доходу населення, а з цим аеропорт "Харків" конкурувати не в змозі, але для покращення фінансових показників є безліч інших шляхів, якщо враховувати той факт, що аеропорт знаходиться в місті-мільйоннику.

У зв'язку з чемпіонатом Європи з футболу-2012 в аеропорті "Харків" відбулися зміни, які спрямовані на підвищення конкурентоспроможності, а саме:

- 1) будівництво нового терміналу та реконструкція існуючого;
- 2) будівництво нової злітно-посадочної смуги;
- 3) капітальний ремонт перону;
- 4) благоустрій привокзальної площі;
- 5) будівництво паркувальних місць;
- 6) будівництво тимчасового реверсного терміналу;
- 7) закупівля спецтранспорту;
- 8) будівництво місць стоянок літаків.

Отже, всі ці зміни позитивно вплинули на конкурентоспроможність діяльності аеропорту, послуги стають дедалі кращими та поступово збільшується пасажиропотік. Але для того щоб швидко окупити всі витрати на модернізацію та стабільно розширювати спектр своїх можливостей, аеропорту "Харків" доцільно передати деякі функції своєї діяльності послугам аутсорсингу, наприклад, доручити функції маркетингової комунікації та зв'язки з громадськістю. Адже завдяки модернізації аеропорту збільшилися його можливості щодо прийняття повітряних суден без обмежень різного класу та можливість обслуговувати 1,5 мільйони осіб на рік, адже на даний час ці можливості не використовуються повністю.

Завдяки послугам аутсорсингу є можливість розвинути популярність аеропорту та залучити нові підприємства до співпраці, надавши частину приміщення в оренду, а отже, з'являться такі напрями покращення конкурентоспроможності аеропорту, як: упровадження вендингових апаратів, магазини з товарами першої необхідності, товари для дітей, подарунковий відділ, відділ солодких сувенірів, канцелярський відділ, фармацевтичні товари, сезонні речі, паркова зона, послуги таксі, обмін валюти, поповнення рахунку, туристичне агентство, національна кухня, екскурсії по місту, кіноцентр, конференц-зал.

Отже, аутсорсинг – це передача організацією на підставі договору певних бізнес-процесів або виробничих функцій на обслуговування іншої компанії, що спеціалізується у відповідній галузі [5].

Розширивши асортимент товарів та послуг на території аеропорту "Харків", з'явиться можливість збільшити неавіаційні доходи підприємства, що призведуть до його конкурентоспроможності та популяризації.

Таким чином, можна зробити висновок про те, що аеропорт "Харків", має великий потенціал, аеропорт повинен постійно розвиватися та впроваджувати сучасні види послуг. Для того щоб поширити спектр своїх можливостей, аеропорт має використовувати послуги аутсорсингу, що значно підвищить рівень його конкурентоспроможності, збільшить прибутки та задовольнить потреби споживачів. Адже рівень конкурентоспроможності є важливим для підприємства, від нього залежить подальша діяльність підприємства, його позиція на ринку та прихильність споживачів, тому щоб постійно підтримувати лідируючу позицію на ринку, підприємству необхідно постійно вдосконалюватися.

Наук. керівн. Матвієнко-Біляєва Г. Л.

Література: 1. Повітряний кодекс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/T113393.html. 2. Пасажиропотік аеропорта [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://ru.wikipedia.org/wiki/Харьков_\(аэропорт\)](http://ru.wikipedia.org/wiki/Харьков_(аэропорт)). 3. Аэропорт "Борисполь" в 2012 г. увеличил пассажиропоток на 5 % [Электронный ресурс]. – Режим доступу: <http://delo.ua/business/aeroport-borispol-uvlichil-passazhiropotok-v-2012-godu-na-5-194578/>. 4. Париж – Шарль-де-Голль [Електронний ресурс] / Матеріал з Вікіпедії – вільної енциклопедії – Режим доступу: http://ru.wikipedia.org/wiki/Париж_–_Шарль-де-Голль. 5. Хейвуд Дж. Брайан. Аутсорсинг: в поисках конкурентных преимуществ / Дж. Брайан Хейвуд. – М. : Вильямс, 2004. – С. 176.

Ширина Т. Г.

УДК 005.942(477)

Магістр 1 года обучения
факультета экономики и права ХНЭУ

ПРОБЛЕМЫ УКРАИНСКОГО РЫНКА КОНСУЛЬТАЦИОННЫХ УСЛУГ

Аннотация. Рассмотрены понятие консалтинга, история его становления в Украине. Проведен анализ состояния рынка консультационных услуг в Украине. Выявлены основные проблемы этого рынка и сформированы пути их решения.

Анотация. Розглянуто поняття консалтингу, історію його становлення в Україні. Проведено аналіз стану ринку консультаційних послуг в Україні. Виявлено основні проблеми цього ринку та сформовано шляхи їх вирішення.

© Ширина Т. Г., 2013