

УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ НЕПРОФІЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВ

IMPROVEMENT OF THE ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC MECHANISM OF PROVIDING THE EFFICIENCY OF NON-PROFILE ACTIVITIES OF TRANSPORT ENTERPRISES

УДК 656.7012.34.008.8(045.3)

<https://doi.org/10.32843/bses.50-34>

Ільєнко О.В.

д.е.н., професор,
професор кафедри менеджменту
зовнішньоекономічної діяльності
підприємств
Національний авіаційний університет
Клочківський О.В.
аспірант кафедри менеджменту
зовнішньоекономічної діяльності
підприємств
Національний авіаційний університет

Iliencko Oksana

National Aviation University

Klochivskiy Oleksyi

National Aviation University

Стаття присвячена розробленню управлінських рішень формування організаційно-економічного механізму непрофільної діяльності підприємств транспортної галузі, а також забезпеченню зростання ефективності цієї діяльності. Визначено сутність поняття організаційно-економічного механізму забезпечення ефективності непрофільної діяльності підприємств так: сукупність організаційних та економічних важелів, що чинять вплив на економічні й організаційні параметри системи підприємства. Систематизовано економічні складові частини механізму забезпечення ефективності непрофільної діяльності підприємств. Подано основні показники оцінювання ефективності роботи транспортних суб'єктів господарювання. З'ясовано причини виникнення конкуренції на конкретних сегментах ринку транспортних послуг. Доведено, що непрофільна діяльність під час здійснення пасажирських перевезень сприяє підвищенню їх якості обслуговування загалом, а також нового правового забезпечення галузі.

Ключові слова: непрофільна діяльність, транспортні підприємства, організаційно-економічний механізм, забезпечення ефективності, критерії оцінювання.

Стаття посвящена разработке управленческих решений формирования организационно-

экономического механизма непрофильной деятельности предприятий транспортной отрасли, а также обеспечению роста эффективности этой деятельности. Определена сущность понятия организационно-экономического механизма обеспечения эффективности непрофильной деятельности предприятий так: совокупность организационных и экономических рычагов, оказывающих влияние на экономические и организационные параметры системы предприятия. Систематизированы экономические составляющие механизма обеспечения эффективности непрофильной деятельности предприятий. Представлены основные показатели оценивания эффективности работы транспортных субъектов хозяйствования. Выяснены причины возникновения конкуренции на конкретных сегментах рынка транспортных услуг. Доказано, что непрофильная деятельность при осуществлении пассажирских перевозок способствует повышению их качества обслуживания в целом, а также нового правового обеспечения отрасли.

Ключевые слова: непрофильная деятельность, транспортные предприятия, организационно-экономический механизм, обеспечение эффективности, критерии оценивания.

The article is devoted to the development of managerial decisions of formation of organizational and economic mechanism of non-core activity of enterprises of the transport industry, as well as ensuring the increase of efficiency of this activity. The essence of the concept of organizational and economic mechanism for ensuring the efficiency of non-core activity of enterprises, as a set of organizational and economic levers that affect the economic and organizational parameters of the enterprise system. Systematic economic components of the mechanism of ensuring the efficiency of non-core activity of enterprises. The main indicators for assessing the performance of transport entities to which they belong: the efficiency of financial resources from non-core business activities and the calculation of profitability indicators of non-core business activities. The marketing criteria of non-core activity of enterprises has proved that they are links of a holistic system of transport management, which provides the possibility of quality functioning of the passenger complex and provided with economic methods of influence on the quality of non-core activity of enterprises (standardization and certification), analysis and evaluation of the quality of non-core business activities (strategic analysis). It is proved that non-core activity, while performing passenger transportation, improves their quality of service in general, as well as new legal support for the industry. In order to accomplish the task of ensuring the efficiency of the mechanism, it should be noted that the strategy and tactics in the marketing approach to the implementation of passenger transportation are implemented through marketing tools.

Key words: non-core activities, transport enterprises, organizational and economic mechanism, ensuring efficiency, evaluation criteria.

Постановка проблеми. Об'єктивні умови, що склалися нині на транспортному ринку пасажирських перевезень, мають негативний характер. Економічний розвиток галузі перебуває у стані кризи, що веде до спаду виробництва. Крім того, значно впливає на доходи від пасажирських перевезень якість надання непрофільних послуг, тому керівникам транспорту необхідно акцентувати особливу увагу на непрофільній діяльності. Актуальною задачею є вдосконалення дієвого організаційно-економічного механізму забезпечення

ефективності непрофільної діяльності підприємств (далі – НДП).

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Організаційно-економічний механізм забезпечення ефективності непрофільної діяльності підприємства – це сукупність організаційних та економічних важелів (кожному з яких властиві власні форми управлінського впливу), що чинять вплив на економічні й організаційні параметри системи підприємства, що сприяє формуванню його конкурентних переваг на транспортному ринку та

ефективному здійсненню непрофільної діяльності загалом.

Аналіз літературних джерел вітчизняних та іноземних науковців, а також досвід вітчизняного й закордонного транспортного ринку в умовах твердої конкуренції між видами транспорту довів, що ефективність функціонування непрофільної діяльності безпосередньо залежить від чіткості, логічності, взаємопов'язаності аргументів у системі пасажирських перевезень та формує послідовність (методологію) її побудови.

Постановка завдання. З попередніх досліджень нами визначено, що аналізований нами механізм НДП містить дві компоненти, а саме організаційну та економічну. Економічна складова частина є системою взаємопов'язаних, взаємозалежних та чітко впорядкованих економічних дій, що реалізуються за допомогою різноманітних методів, принципів, критеріїв та спрямовані на забезпечення виконання прийнятих програм розвитку непрофільної діяльності та досягнення визначених цілей розвитку. Організаційна складова частина – це система взаємопов'язаних, взаємозалежних та чітко впорядкованих організаційно-розпорядчих дій, що забезпечують реалізацію прийнятих програм, досягнення поставлених цілей щодо цього виду діяльності на ринку пасажирських перевезень. Кожна з цих компонент має особистий вплив на НДП. Отже, метою статті є розроблення управлінських рішень, які забезпечать реалізацію цілісного організаційно-економічного механізму забезпечення ефективності непрофільної діяльності підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Нині в організаційно-економічному механізмі забезпечення ефективності непрофільної діяльності пасажирського комплексу для досягнення вибраних цілей необхідно забезпечити [1]:

- максимальне задоволення потреб (попиту) щодо обсягів перевезень у непрофільних послугах;
- максимальне задоволення зростаючих вимог щодо стандартів якості роботи й взаємодії;
- максимальне поліпшення умов праці й побуту працівників;
- постійний моніторинг критеріїв та показників оцінювання непрофільної діяльності;
- активне проведення маркетингових досліджень ринку транспортних послуг;
- одержання максимуму прибутку за ефективної виробничо-економічної діяльності на основі виконання умов, що перераховані вище.

Економічна складова частина механізму забезпечення ефективності НДП включає критерії оцінювання ефективності, економічні методи та принципи (рис. 1).

Однією з головних передумов забезпечення ефективності НДП транспорту є оцінювання його рівня. Оцінювання ефективності розпочинається

зі встановлення критеріїв ефективності, тобто головної ознаки оцінювання ефективності цього механізму.

Зміст критерію ефективності впливає з необхідності максимізації одержуваних результатів або мінімізації витрат з огляду на цілі транспортного підприємства.

Такими критеріями можуть бути маркетинговий, фінансовий та виробничий, тому актуальним завданням є визначення критеріїв ефективності діяльності підприємства [2].

Маркетингові критерії оцінювання непрофільної діяльності дають змогу визначити потребу у послугах на транспортному ринку та характеризує становище підприємства щодо конкурентів. Найбільш поширеним показником є визначення частки ринку, що займає той чи інших вид послуг.

Кількісно частка ринку визначається як відношення обсягу наданих послуг підприємства до загального обсягу послуг тієї ж категорії на транспортному ринку, виражене у відсотках [5]:

$$C_p = Q_i / E_p, \quad (1)$$

де Q_i – обсяг послуг, який може надати транспортне підприємство; E_p – загальний обсяг послуг.

На транспортному ринку мають проводитися постійні маркетингові дослідження, прогнозування доходів та витрат щодо непрофільної діяльності в певному секторі надання послуг.

На кожному рівні ієрархії формується власне економічне середовище. Використовуються різні критерії, показники, методи організаційно-економічного управління. Для прийняття правильних фінансових рішень слід зважати на критерії, за допомогою яких можна оцінити переваги та недоліки залучення позичкового й власного капіталу, зовнішніх і внутрішніх джерел фінансування для здійснення непрофільного виду діяльності тощо.

До цих критеріїв належать ефективність використання фінансових ресурсів від НДП та розрахунок показників рентабельності НДП.

Розрахунок співвідношення позикових і власних ресурсів НД транспортного підприємства здійснюється таким чином [5]:

$$СПВР_{ндтп} = \frac{ПР}{ВР}, \quad (2)$$

де $ПР$ – позикові ресурси; $ВР$ – власні ресурси.

Розрахунок концентрації власних ресурсів здійснюють за формулою:

$$КВР = \frac{ВР}{ЗОР}, \quad (3)$$

де $ВР$ – власні фінансові ресурси; $ЗОР$ – загальний обсяг фінансових ресурсів.

Рентабельність непрофільної діяльності підприємств – це економічна категорія, що характеризує ефективність реалізації продукції (товарів, робіт та послуг), визначається як відношення

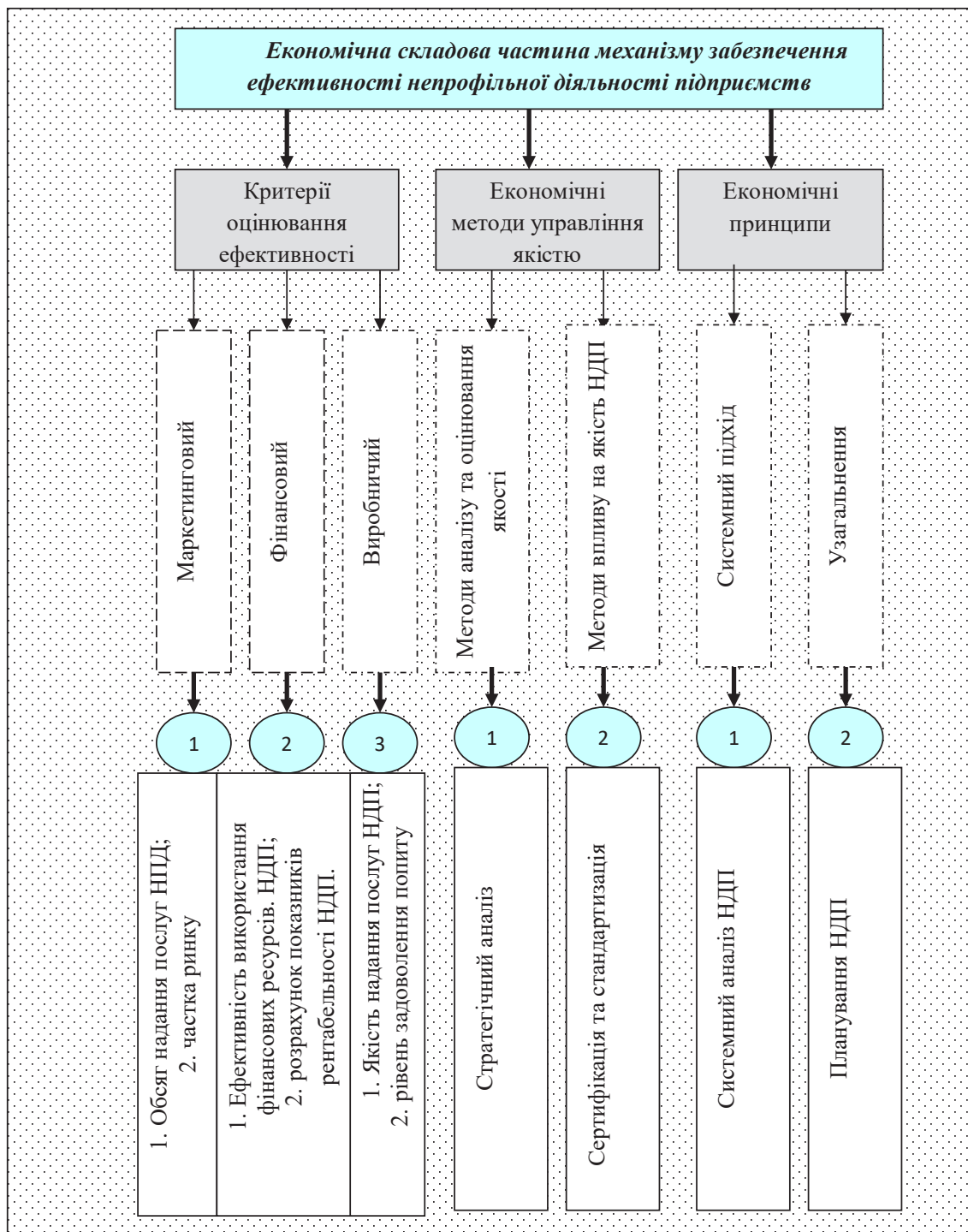


Рис. 1. Економічна складова частина механізму забезпечення ефективності непрофільної діяльності підприємств

Джерело: систематизовано авторами

чистого прибутку від реалізації товарів, робіт, послуг НДП до чистого доходу НДП [5]:

$$R_{\text{НДП}} = \frac{\text{ЧП}_{\text{НДП}}}{\text{ЧД}_{\text{НДП}}}, \quad (4)$$

де $\text{ЧП}_{\text{НДП}}$ – чистий прибуток від реалізації товарів, робіт, послуг НДП; $\text{ЧД}_{\text{НДП}}$ – чистий дохід НДП.

Другим показником оцінювання ефективності роботи транспортного суб'єкта господарювання

є рентабельність надання послуг непрофільної діяльності. Цей показник дає можливість визначити, яка послуга більш прибуткова, тобто вигідніша для її надання. Однак слід враховувати, що собівартість має відповідати витратам виробництва на основі рівноважних цін.

$$R_{\text{посл.}} = \frac{\text{ВП}_{\text{НДП}}}{\text{С}}, \quad (5)$$

де $ВП_{НДП}$ – валовий прибуток (збиток) від надання послуг непрофільної діяльності; C – собівартість надання послуг.

Складові частини організаційно-економічного механізму є ланками цілісної системи прийняття рішень. Виробничий елемент економічної складової частини механізму забезпечення ефективності непрофільної діяльності підприємств відображає якість надання послуг за формулою [5]:

$$K = \sum_{i=1}^n \alpha_i k_i, \quad 0 < \alpha_i < 1, \quad (6)$$

де α_i – коефіцієнт значущості, який враховує ступінь важливості i -го показника якості та його взаємовпливу; k_i – складова частина показника якості, яка визначається шляхом диференціального оцінювання власних показників якості; n – кількість складових частин показника якості, які застосовуються для оцінювання якості обслуговування пасажирів.

Для комплексного оцінювання якості обслуговування пасажирів на вокзалах, аеропортах та автовокзалах доцільно застосовувати такий показник [5]:

$$K_{\text{ндпослуг}} = \frac{\sum H_{\text{задов}}}{\sum H}, \quad (7)$$

де $\sum H_{\text{задов}}$ – відсоток пасажирів, які задоволені ставленням персоналу та його відповідальністю; $\sum H$ – кількість пасажирів, що звернулися за послугою.

Рівень задоволення попиту в конкретний період часу визначається за формулою [5]:

$$K_{\text{сп}} = \frac{\sum H \cdot \sum AI}{\sum H_n \cdot \sum AI_n}, \quad (8)$$

де H – максимальна кількість пасажирів, які повинні бути обслуговувані за рік відповідно до прогнозу залізниці (ос.); $\sum AI$ – пасажирообіг, який має бути виконаний під час здійснення прогнозу; H_n – фактична кількість пасажирів, яким були надані послуги; $\sum AI_n$ – фактичний пасажирообіг (ос.).

Складові частини цього механізму є ланками цілісної системи управління транспортом. Нормальне функціонування пасажирського комплексу забезпечується економічними методами впливу на якість НДП (стандартизація та сертифікація) та методами аналізу й оцінювання якості НДП (стратегічний аналіз).

На залізничному транспорті правила проведення сертифікації послуг для задоволення потреб залізничного транспорту України здійснюються згідно з ГСТУ 32.0.10.006–97. Цей стандарт встановлює загальні вимоги щодо правил проведення сертифікації послуг на залізничному транспорті. Сертифікат відповідності на послуги, виданий органом із сертифікації, який займається сертифікаційною діяльністю в ПАТ «Укрзалізниця»,

засвідчує можливість суб'єктів підприємницької діяльності надавати послуги під час здійснення внутрішніх та міжнародних перевезень пасажирів і вантажів залізничним транспортом та послуги щодо обслуговування пасажирів на вокзалах [6].

Порядок проведення сертифікації товарів, робіт, послуг на автомобільному транспорті визначає Кабінет Міністрів України. Надання послуг із перевезення пасажирів і вантажів автомобільним транспортом загального користування підлягає ліцензуванню відповідно до Закону України «Про автомобільний транспорт». Ліцензування на автомобільному транспорті загального користування спрямоване на визначення початкових і поточних умов надання послуг із перевезень, а також найважливіших параметрів обслуговування споживачів [4].

Відповідно, сертифікація надання послуг в авіаційній сфері здійснюється згідно з Наказом Державіаслужби «Про затвердження правил сертифікації аеропортів». Види аеропортової діяльності, що підлягають сертифікації, передбачені в додатку 1 до Правил сертифікації аеропортів, затверджених Наказом Державної служби України з нагляду за забезпеченням безпеки авіації від 13 червня 2006 року № 407 та зареєстрованих у Міністерстві юстиції України 23 червня 2006 року за № 740/12614. Згідно з додатком 1 до Правил обов'язкової сертифікації в порядку, встановленому Правилами, підлягають такі види діяльності:

- забезпечення обслуговування пасажирів, багажу, пошти та вантажів;
- наземне адміністрування в аеропорту;
- обслуговування на пероні та місцях стоянок повітряних суден.

Кожний пасажирський суб'єкт господарювання, що здійснює перевезення, також є компонентом складної системи «пасажирський комплекс», тому для досягнення цілі на ринку транспортних послуг він повинен мати свою стратегію щодо здійснення непрофільної діяльності, тобто широкий план дій, за допомогою якого можна досягти поставленої цілі [3].

Коли стратегія спирається на прогнозні параметри довгострокових перспектив зміни ринків і потреб покупців транспортних послуг, то необхідно тактично відобразити кон'юнктурні міркування й принципи формування попиту на наявні види непрофільних послуг (табл. 1).

Тактика організаційно-економічного механізму забезпечення ефективності функціонування НДП повинна розроблятися на найближчі рік-півтора й регулярно, тобто без очікування закінчення цього терміну, піддаватися ревізії, а за необхідності – коригуванню. До завдань, які вирішуються тактикою, належать організація перевезень, реклами й стимулювання продажів основних і додаткових послуг, визначення принципів виходу на ринок

Тактика кон'юнктурних міркувань і принципи формування попиту на додаткові послуги

Стратегія (як приклад)	Тактика
Спрямувати зусилля на сегмент ринку послуги, а саме зал очікування для прийому офіційних делегацій	1) Розмістити рекламу в журналах, які читають споживачі в цьому сегменті ринку; 2) розмістити рекламу щодо цього сегменту у відеороликах, що притаманні цій віковій групі споживачів.

Джерело: систематизовано авторами

Таблиця 2

Модель систематизації даних маркетингових досліджень

Можливі фактори загострення конкуренції	Питання (елементи дослідження)
1. Обмеження кола споживачів транспортних послуг (через підвищення тарифів на перевезення й цін на послуги, зниження купівельної спроможності населення тощо)	Хто віддає перевагу конкретному виду транспорту (які категорії споживачів)? Чому споживачі транспортних послуг віддають перевагу послугам конкурентів, а не вашим? У які періоди купується основний обсяг перевезень і додаткових послуг, на яких сегментах ринку, на яких маршрутах і напрямках?
2. Обмеженість можливостей продажу своїх непрофільних послуг	Яку стратегію (стратегії) реклами необхідно використовувати? Яким ЗМІ віддати перевагу для проведення рекламної кампанії? Яким чином активізувати реалізацію своїх послуг? Як варіювати цінами на основні й супутні послуги?
3. Обмеженість ресурсів	За які сегменти слід боротися з іншими видами транспорту (сегменти туристичних груп, перевезення студентів і школярів тощо)? Яких фахівців слід залучити, щоби перемогти в конкурентній боротьбі загалом на ринку або на конкретному сегменті? Які фінансові можливості можна задіяти для підвищення якості своїх послуг або розширення їх асортиментів, розвитку інфраструктури тощо?

Джерело: систематизовано авторами

(сегмент) з новою послугою. Стратегія й тактика за маркетингового підходу до здійснення пасажирських перевезень реалізуються за допомогою маркетингових інструментів.

Для виконання завдання щодо забезпечення ефективності функціонування механізму необхідно з'ясувати причини виникнення (загострення) конкуренції на конкретних сегментах ринку транспортних послуг і визначати першочергові питання, які слід вирішувати в конкурентній боротьбі за покупців транспортної продукції. Дані, що потрібно одержувати в процесі маркетингових досліджень, можна подати за формою табл. 2.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, основна мета сформованого нами організаційно-економічного механізму – це забезпечення ефективності пасажирських перевезень за рахунок використання непрофільної діяльності, а також подальше сприяння їх поліпшенню не тільки як обслуговування, але й щодо правового забезпечення галузі.

У статті нами розроблено сукупність послідовних управлінських рішень, що приводять до реалізації організаційно-економічного механізму забезпечення ефективності непрофільної діяльності підприємств.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Сис Є.М., Гудкова В.П. Пасажирський комплекс залізничного транспорту: розвиток і ефективність : монографія. Київ : Аспект-Поліграф, 2004. 248 с.

2. Пасічник В.І. Управління економікою експлуатаційної роботи залізниць України : навчальний посібник. Київ, 2005. 376 с.

3. Аксенов І.М. Маркетинг на об'єктах транспорту : монографія. Нежин : Аспект-Поліграф, 2006. 336 с.

4. Ложачевська О.М., Сніжко Л.Л., Ігнатюк В.В. та ін. Формування маркетингової домінанти в стратегії розвитку автотранспортного підприємства : монографія. Київ : КПІ ім. І. Сікорського ; видавництво «Політехніка», 2018. 174 с.

5. Маркетинг транспортних послуг : навчальний посібник / І.М. Аксьонов, Г.Д. Ейтутіс, Є.П. Кравцов, Р.С. Веприцький, А.В. Рязанцев, Д.В. Попова. Ніжин : ПП Лисенко М.М., 2018. 280 с.

6. Iliencko O.V., Razumova K.M., Ihnatiuk V.V. Implementation of the economic and mathematical model for the development of the complex of services for passengers in the railway sector. *Baltic journal of Economic Studies*. 2018. № 2. P. 191–197.

REFERENCES:

1. Sys Ye.M., Hudkova V.P. (2004) Pasagirskyi kompleks zaliznichnogo transportu: rozvitok I efektivnist [Passenger railway complex: development and efficiency] : monograph. Kyiv : Aspect-Polygraph Publishing House.

2. Pasichnik V.I. (2005) Upravlinnya ekonomikou ekspluatatsiynoy roboty zaliznic ukraini [Management of the economy of operational work of railways of Ukraine]. Kyiv : Osnova.

3. Aksionov I.M. (2006) Marketing na obektah transporta [Marketing at transport facilities] : monograph. Negin : Aspect-Polygraph Publishing House.

4. Logachevskaia O.M., Snigko L.L., Ignatik V.V. (2018) Formuvannia marketingovoy dominant v strategiyi rozvitku avtotransportnogo oidpriyemstva [Formation of marketing dominant in the strategy of development of a motor transport enterprise] : monograph. Kyiv : KPI I. Sikorskogo ; "Polytechnic Publishing House".

5. Aksionov I.M., Eytunis G.D., Kravcov E.P., Veprickiy R.S., Riazancev A.V., Popova D.V.

(2018) Marketing transportnih poslug [Marketing of transport ambassadors]. Nigin : Publishing PP Lisenko O.M.

6. Iliencko O.V., Razumova K.M., Ihnatiuk V.V. (2018) Implementation of the economic and mathematical model for the development of the complex of services for passengers in the railway sector. Baltic journal of Economic Studies. № 2, pp. 191–197.