

УДК: 656.7:339.1(045)

І.М.Герасименко

МЕХАНІЗМ МАРКЕТИНГОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АВІАКОМПАНІЇ СПЕЦІАЛЬНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ ПРИ ВИКОНАННІ АГРОАВІАЦІЙНИХ РОБІТ

В статті розроблено схему реалізації комплексу маркетингу для авіакомпанії спеціального призначення та сформовано механізм маркетингового забезпечення авіакомпанії спеціального призначення при виконанні агроавіаційних робіт.

Ключові слова: агроавіаційні роботи, ринок агроавіаційних робіт, авіакомпанія спецпризначення, механізм маркетингового забезпечення, комплекс маркетингу, прогнозування попиту.

В статье разработана схема реализации комплекса маркетинга для авиакомпании специального назначения та сформирован механізм маркетингового обеспечения авиакомпании специального назначения при выполнении агроавиационных работ.

Ключевые слова: агроавиационные работы, рынок агроавиационных работ, авиакомпания спецназначения, механизм маркетингового обеспечения, комплекс маркетинга, прогнозирование спроса.

Постановка проблеми. Системний підхід до формування механізму маркетингового забезпечення виконання агроавіаційних робіт авіакомпанією спецпризначення припускає, що необхідно враховувати всі реальні умови її діяльності, а сам механізм повинен мати чітко обкреслені елементи, схему їхньої дії та взаємодії. Без цього механізм не буде мати необхідну життєдіяльність і можливості в прийнятті адресних рішень будуть відсутні. Саме ці обставини спричиняють необхідність формування механізму маркетингового забезпечення авіакомпанії спецпризначення при виконанні агроавіаційних робіт.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичними та практичними аспектами підвищення ефективності застосування авіації в сільському господарстві займалися багато зарубіжних та вітчизняних вчених, в тому числі А.Г.Дибір, В.М.Загорулько, В.Г.Коба, В.П.Копичко, М.П.Матійчик, Г.М.Михайлов, М.І.Славков, О.В.Худоленко, Г.М.Юн, К.В.Марінцева. Теоретичні аспекти маркетингу розглядалися в працях наступних вітчизняних та зарубіжних вчених: Т. Левітта, Ф. Котлера, П. Друкера, Г. Галабурди, С. Пефовської, В. Командровської, І. Максютенке, І.М. Аксьонова. У дослідженнях цих та інших вчених були вивчені **питання** комплексу маркетингу, який охоплює майже всі процеси організації виробництва, його планування і реалізацію продукції. Останні дослідження щодо формування оптимізаційного механізму управління ціною стратегією міжнародного маркетингу з урахуванням впливу глобалізації висвітлені

І наукових працях М.В.Корж. Але саме комплекс маркетингу агроавіаційних І робіт є однією з малодосліджених проблем.

Невирішена раніше частина загальної проблеми. Серед І опублікованих робіт недостатньо досліджене питання щодо формування та І структури механізму маркетингового забезпечення авіакомпанії спеціального І призначення при виконанні агроавіаційних робіт.

Мета статті. За допомогою комплексного підходу розробити схему реалізації маркетингового забезпечення авіакомпанії спецпризначення при І виконанні агроавіаційних робіт.

Виклад основного матеріалу. Застосування авіації в і сільськогосподарському виробництві дозволяє своєчасно за рівномірно Івносити міндобрива, регулятори росту рослин, десиканти і дефоліанти, І засоби захисту рослин тощо, а також запобігає пошкодженню посівів, які І виникають при застосуванні наземної техніки. Внаслідок цього приріст врожаю сільськогосподарських культур складає тільки на зернових в середньому до 30%, на інших сільськогосподарських культурах до 25% їх середньої врожайності, що дає можливість здійснювати діяльність , сільськогосподарської авіації на прибутковій основі та наповнювати державний бюджет.

Маркетинг є основою кращої організації виробництва, посилення конкурентоспроможності господарюючого суб'єкта на ринку, формування його іміджу в соціально-економічному середовищі. У свою чергу основою маркетингу є постійний та системний аналіз ринку, передусім клієнтів і конкурентів, що дозволяє підприємствам розробляти ефективні товарні та цінові стратегії, спрямовані на конкретні сегменти споживачів продукції, надаючи при цьому підприємствам певних конкурентних переваг. Схема реалізації комплексу маркетингу авіакомпанії спецпризначення при «конанні агроавіаційних робіт представлена на рисунку 1. Сутність маркетингового підходу до управління підприємствами характеризує його як іомшієксну систему, що дозволяє зв'язати можливості господарюючих буб'єктів з потребами ринку й добитися перевагу порівнянні з конкурентами.

Основу маркетингу становлять маркетингові дослідження. За Ефективного їх проведення можна правильно зробити висновки: ■роаналізувати ринок, споживачів, клієнтів продукції, їхні потреби щодо того ■и іншого товару, а відтак домогтися максимального задоволення споживача та отримання прибутків для виробників. На думку автора, маркетингову Ьяльн'сть підприємства авіації спецпризначення необхідно здійснювати з ■втою забезпечення впливу на цільовий ринок за допомогою використання тркетингового комплексу, тобто сукупності маркетингових методів та ■струментів. При цьому потрібно використовувати системний підхід, тому то невикористання хоча б одного з інструментів або методів може призвести Іо втрати можливостей збільшити обсяги виконання агроавіаційних робіт.

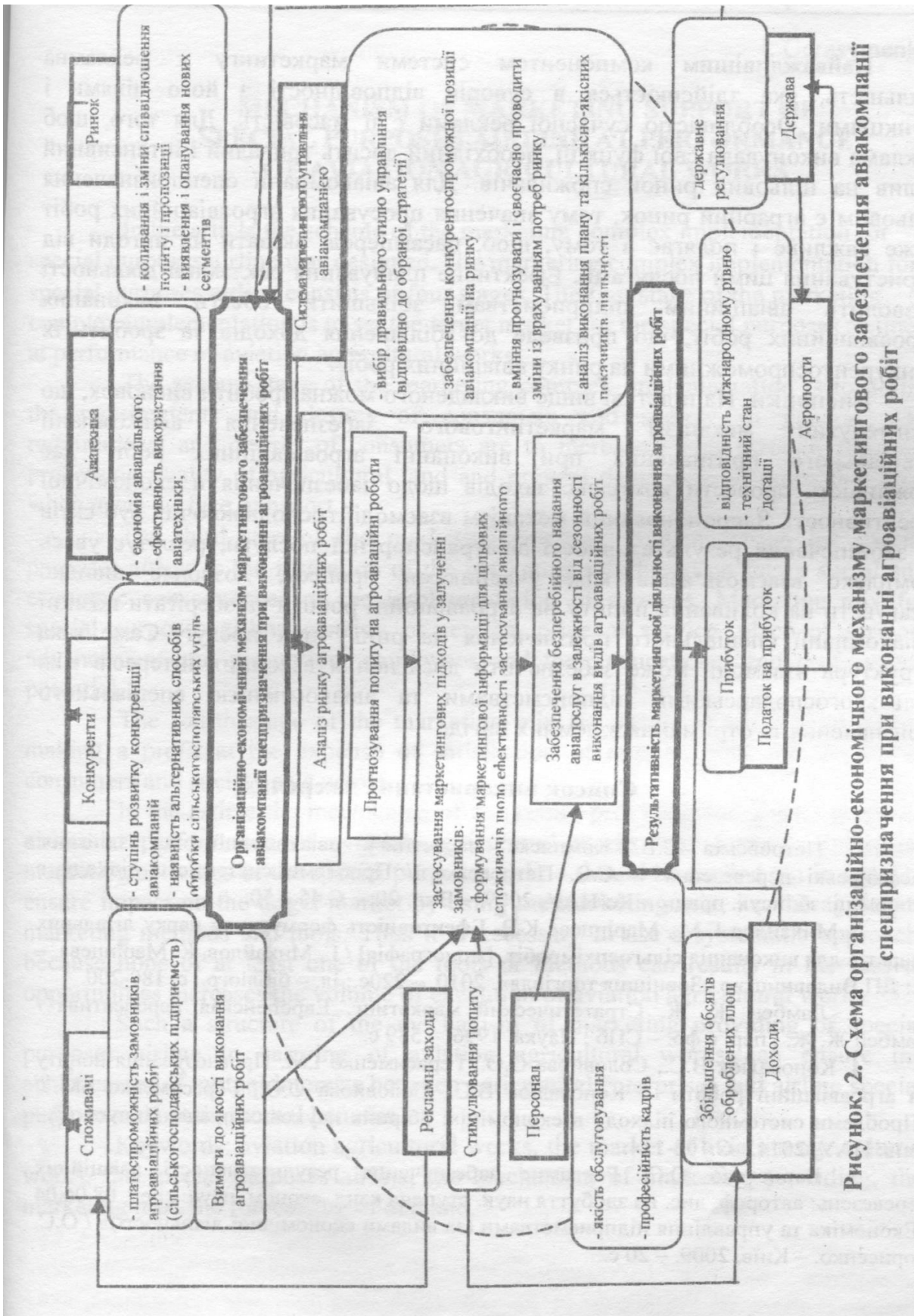


Рисунок 2. Схема організаційно-економічного механізму маркетингового забезпечення безпеки авіакомпанії спеціалізація при виконанні агроавіаційних робіт

Запровадження і використання запропонованого в даному дослідженні механізму передбачає певну послідовність дій системи управління, що зробить можливим досягнення авіакомпанією основної мети - збільшення обсягів оброблених площ та отримання прибутку. Організаційно-економічний механізм маркетингового забезпечення авіакомпанії спецпризначення при виконанні агроавіаційних робіт представлено на рисунку 2.

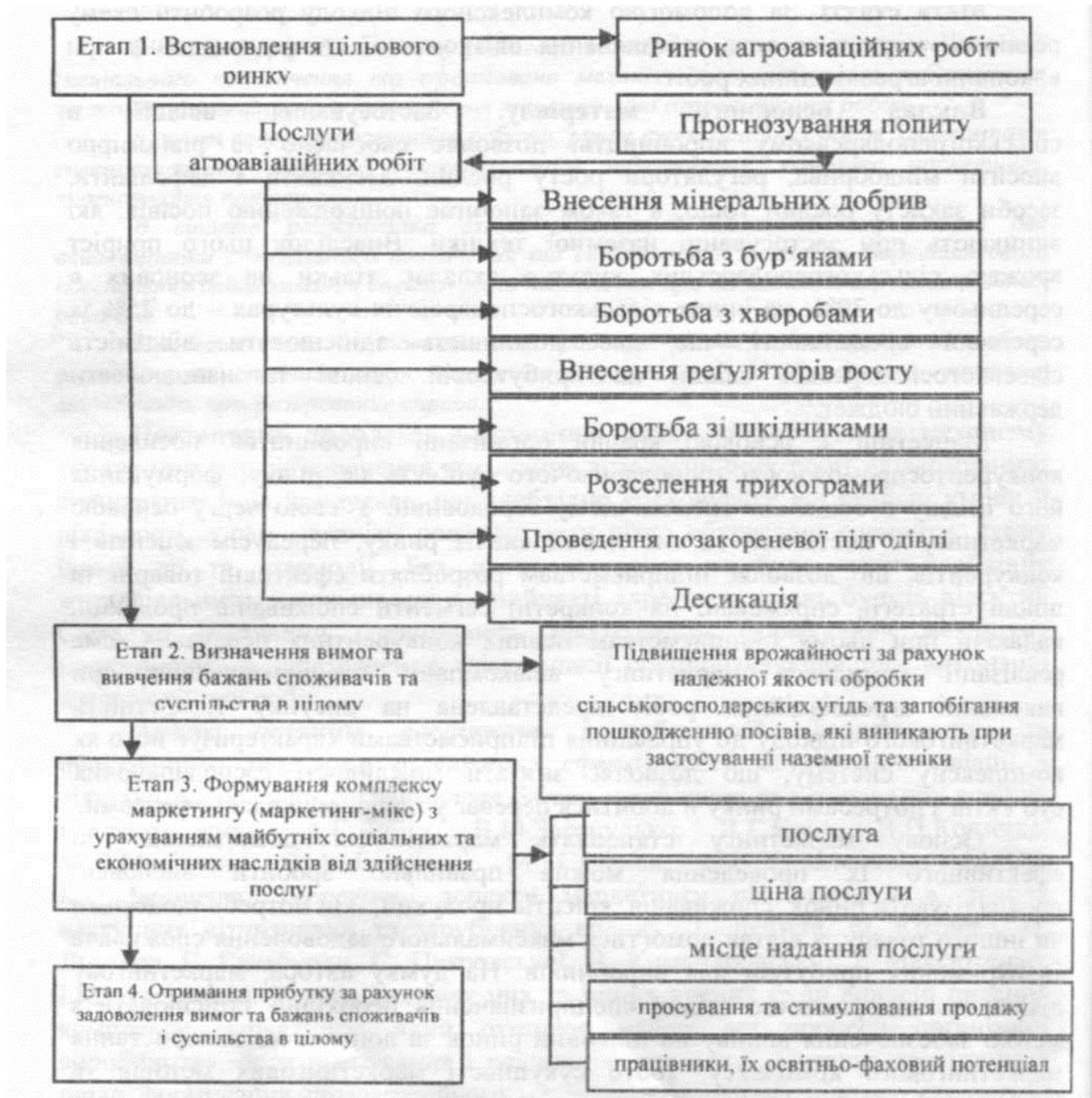


Рисунок 1. Схема реалізації комплексу маркетингу авіакомпанії спецпризначення при виконанні агроавіаційних робіт

Найважливішим компонентом системи маркетингу є рекламна діяльність, яка здійснюється в суворій відповідності з його цілями і функціями. Особливістю сучасної реклами є її масовість. Для того, щоб реклама виконувала свої функції, необхідний досить тривалий і інтенсивний вплив на цільовий ринок споживачів. Для авіакомпанії спецпризначення цільовим є аграрний ринок, тому значення просування агроавіаційних робіт дуже важливе і полягає в тому, щоб, насамперед, вказати на вигоди від користування цими послугами. Ефективне планування рекламної діяльності дозволить авіаційним підприємствам збільшити обсяги виконання агроавіаційних робіт, що призведе до збільшення доходів та зробить їх конкурентоспроможними на ринку авіаційних робіт.

Висновки. На підставі вище викладеного можна зробити висновок, що розглянутий механізм маркетингового забезпечення авіакомпанії спеціального призначення при виконанні агроавіаційних робіт дає можливість провести комплекс заходів щодо забезпечення її економічної ефективності. Запропонований механізм взаємодії господарюючих суб'єктів із забезпечення результативності авіафанспортної послуги, реалізує увесь комплекс взаємозв'язків між учасниками процесу, дозволяє швидко реагувати на коливання попиту на агроавіаційні роботи та зберігати позиції авіакомпанії спеціального призначення на ринку цих послуг. Саме така структура взаємодії може забезпечити досягнення взаємних інтересів між сільськогосподарськими підприємствами та авіакомпанією спеціального призначення та отримання взаємних вигід.

Список використаних джерел:

1. Петровська С.В. Комплекс маркетингу авіакомпанії, що здійснює пасажирські перевезення / С.В. Петровська // Проблеми системного підходу в економіці: зб. наук, праць. - К.: НАУ, 2009. - Вип. 29. - С.45 - 50.
2. Михайлов Г.М., Марінцева К.В. Ефективність формування парку літальних апаратів для виконання сільгоспхімробіт. [монографія] ¹ Г. Михайлов, К. Марінцева. К.: ДП Видавництво «Зовнішня торгівля». 2010. - 220с: іл. - бібліоф.: с. 180-200.
3. Ламбен Ж. Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива / Ламбен Ж. Ж.; пер. с фр. - СПб : Наука, 1996. - 589 с.
4. Коновалюк В.С., Соловійова О.О., Герасименко І.М. Прогнозування попиту на агроавіаційні роботи / Коновалюк В.С., Соловійова О.О., Герасименко І.М. «Проблеми системного підходу в економіці»: Збірник наукових праць: Випуск 47. Київ: НАУ, 2014. - С. 108-114.
5. Борисенко О.С. Рекламне забезпечення результативності авіаційних перевезень: автореф. дис. на здобуття наук, ступеня канд. економ, наук: спец. 08.06.01 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)» / О.С. Борисенко. - Київ, 2009. - 20 с.

MECHANISM OF MARKETING SUPPORT OF SPECIAL PURPOSES AIRLINE AT PERFORMANCE OF AVIATION AGRICULTURAL WORKS

In the article the scheme of the marketing complex implementation for special purposes airline was designed. The marketing complex implementation for special purposes airline consists of four stages. The first stage of the marketing complex implementation is to set the target market for the special purposes airline at performance of aviation agricultural works.

The second stage of the marketing complex implementation is to define the requirements and desires of consumers and society in general. The requirements and desires of consumers are to increase yields through adequate processing quality of agricultural land and prevent damage to crops that arise when using surface transport.

The third step of the marketing complex implementation for special purposes airline is the formation of the marketing mix based on future social and economic consequences of the implementation of services. Marketing mix for special purposes airline consists of service, price of service, place of service, advancement and promotion, employees and their educational and professional potential.

The fourth stage of the marketing mix for airline of special purposes is making a profit at the expense of satisfaction of requirements and desires of consumers and society as a whole.

In the article the mechanism of marketing providing for special purposes airline at performance of aviation agricultural works was formed. The marketing activities of the special purposes airline should be carried out in order to ensure impact on the target market by using the marketing mix, i.e. the aggregate marketing methods and tools. Thus it is necessary to use a systematic approach, because none of at least one of the tools or methods can result in the loss of opportunities increases the volume of execution of aviation agricultural works.

Such a structure of the mechanism of marketing providing of special purposes airline in carrying of aviation agricultural works can ensure the achievement of mutual interests between agricultural enterprises and airline special purposes and obtain mutual benefits.

Keywords: aviation agricultural works, the market of aviation agricultural Works, the special purposes airline, the mechanism of marketing providing, the marketing mix, the forecasting of demand.