

**ПОБЕРЕЖНА**

Заріна Миколаївна  
Zarina\_www@ukr.net

УДК 629.73:334:656.078.8 (045)

**ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АВІАКОМПАНІЙ НА  
ОСНОВІ КОМПЛЕКСНОГО ОЦІНЮВАННЯ ЯКОСТІ АВІАПОСЛУГ**

к.е.н., доцент,  
Національний авіаційний  
університет

**PROVISION OF COMPETITIVENESS OF AIR COMPANIES ON THE BASIS OF  
COMPLEX ASSESSMENT OF THE QUALITY OF AIR SERVICES**

**POBEREZHNA Zarina Mykolaivna** – PhD in Economics, Associate Professor, National Aviation University

У матеріалі статті охарактеризовано результати досліджень існуючих методичних підходів до оцінювання якості послуг споживачами як основи формування технологій забезпечення конкурентоспроможності. На базі власного трактування конкурентоспроможності авіапослуги доведено залежність конкурентоспроможності авіакомпанії від якості її авіапослуг. За допомогою критеріального підходу обґрунтовано модель комплексного оцінювання якості авіапослуги, що надається авіакомпанією, побудовано таблицю-матрицю та надано пояснення відносно її використання в практиці діяльності авіакомпаній із забезпечення конкурентоспроможності.

\* \* \*

The article describes the results of studies of existing methodological approaches to assessing the quality of services provided by consumers as a basis for the formation of technologies for ensuring competitiveness. Methodical approaches to the evaluation of the quality of services to consumers as a basis for the formation of technologies for ensuring competitiveness are investigated. The dependence of the competitiveness of the airline on the quality of the aviation services provided by it is proved. Ensuring the competitiveness of an airline is a systematic, multi-step process within an airline, which is to determine the strategic direction and its implementation by combining resources and operating mode so as to improve the quality of air services subsequently. Ensuring the competitiveness of the airline in the aviation market by improving their quality is possible through the use of methods, tools, analysis, planning, organization, control and information technology, which facilitates informed decisions aimed at survival and consolidation of positions in the conditions of aggravated competition. The model of complex air quality assessment provided by the airline is substantiated. On the basis of our own interpretation of the competitiveness of the air service, the dependence of the competitiveness of the airline on the quality of its air services is proved. Using the criterion approach, the model of complex air quality assessment provided by the airline was substantiated, a matrix was created and explanations were given regarding its use in the practice of competitiveness of airlines.

**Ключові слова:** конкурентоспроможність, авіакомпанія, авіапослуги, якість, комплексне оцінювання, забезпечення, підходи, модель, матриця, показники

**Keywords:** competitiveness, air company, air services, quality, comprehensive assessment, security, approaches, model, matrix, indicators

## ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Забезпечення конкурентоспроможністю являє собою складний теоретичний та практичний процес, забезпечення реалізації якого вимагає застосування ефективних управлінських технологій нового типу. Вирішенню цієї проблеми присвячені праці вітчизняних та зарубіжних вчених, проте водночас спостерігається відсутність систематизованості наявних та пошуку нових технологій формування конкурентоспроможності підприємств.

Управлінські технології у контексті процесу забезпечення конкурентоспроможністю авіакомпаній – результат системного поєднання наукових надбань даної проблематики сьогодення, наявних управлінських проблем та інтересів посилення власних конкурентних позицій, цілей та функцій управління конкурентоспроможністю, головною метою яких є забезпечення високих конкурентних позицій авіакомпаній на вітчизняному та зарубіжних ринках авіаційних послуг.

Процес забезпечення конкурентоспроможності авіакомпаній реалізується за допомогою наступних підходів:

–забезпечення конкурентоспроможності на основі конкурентного брендингу. Загалом «брендинг» – це процес створення образу (бренду) авіакомпанії та

управління ним. Він може включати до себе створення, підсилення, репозиціонування, оновлення та зміни стадій розвитку бренду, його розширення та заглиблення. Загалом конкурентний брендинг можна уявити як перехрестя, на якому відбувається «зустріч» тих потреб і категорій корисності, що цінять споживачі, тих сильних сторін конкуруючих компаній, на основі яких вони сформували свої бренди;

– модель процесу забезпечення конкурентоспроможності. Цей підхід передбачає розроблення системної моделі, яка може відобразити логічний, інформаційний або економіко-математичний опис взаємозв'язку та взаємодії підсистем, їх компонентів, функцій, що відображають істотні властивості модельованого об'єкта управління або процесу управління в цілому;

– бенчмаркінг – це комплекс засобів, що дають змогу систематично знаходити, оцінювати позитивний досвід інших фірм у галузі управління власною конкурентоспроможністю та використовувати його в своїй діяльності. Отримані результати бенчмаркінгу можуть бути покладені в основу програми постійних покращень компанії на довготермінову перспективу;

– забезпечення конкурентоспроможності авіакомпаній на основі підвищення якості авіапослуг. Якість розглядається як складна категорія, що визначається ба-

гатьма параметрами, та потребує спеціальної техніки управління, що заснована на системному підході.

Відповідно до визначення Міжнародної організації з стандартизації (ISO), якість – це «...сукупність властивостей і характеристик продукту, які надають йому здатність задовольняти обумовлені чи передбачені потреби» [7].

Незважаючи на значну кількість визначень категорії «якість» [3-6], більшість авторів ототожнюють поняття «якість товару» та «якість послуги», що є недопустимим, насамперед, у силу різниці економічної сутності товару та послуги. Згідно з науково економічними визначенням, послуга – «...вид діяльності, робіт, в процесі виконання яких не створюється новий, раніше не існуючий матеріально-речовий продукт, але змінюється якість вже наявного, створеного продукту. Це блага, надані не у вигляді речей, а у формі діяльності» [11]. «Послуги нематеріальні, неподільні, непостійні та недовговічні. Вони потребують більшого контролю якості, довіри до постачальника та здатності пристосовуватися до потреб споживачів» [12].

Послуга є результатом взаємодії виконавця і його засобів праці із замовником. Послуга може здійснюватися з метою надання зручностей або надання допомоги кому-небудь (в сфері виробництва, будівництва, охорони здоров'я, освіти, фінансів, складування, досліджень тощо) [13].

Закон України «Про захист прав споживачів» тлумачить послугу як «діяльність виконавця з надання (передачі) споживачеві певного визначеного договором матеріального чи нематеріального блага, що здійснюється за індивідуальним замовленням споживача для задоволення його особистих потреб» [8].

Поняття «якість послуги» необхідно розглядати через призму особистості споживача, тобто для підприємств сфери послуг суттєве значення має те, як споживач сприймає якість на ринку послуг.

А. Паразьюраман, В. Зайтамл, Л. Берри визначають якість послуг як міру відповідності того, що споживачі очікують одержати у процесі та результаті обслуговування, тому, що вони одержують у дійсності [16, 17].

Досягти певних результатів у напрямі забезпечення конкурентоспроможності авіакомпанії на ринку авіаційних послуг за рахунок підвищення їх якості можливо через використання методів та інструментів аналізу, планування, організації, контролю та інформаційних технологій, що сприяє прийняттю обґрунтованих рішень, які були б спрямовані на виживання й закріплення позицій в умовах загострення конкурентної боротьби.

#### *Аналіз останніх публікацій з проблеми*

Питанням оцінювання якості транспортних послуг у контексті забезпечення конкурентоспроможності присвячено роботи С. Абрамова [1], Г. Астапової [2], О. Ложачевської [9], В. Павелко [10-13], Є. Сича [14], Т. Чміль [15] та інших. У науковій роботі С. Абрамова [1] запропоновано оцінювати якість послуг за показниками споживчих переваг. Результати наукових досліджень Г. Астапової [2], Є. Сича, В. Кислого [14] містять узагальнення теоретико-методичних під-

ходів до економічного оцінювання конкурентоспроможності підприємств авіаційного транспорту. Наукову працю О. Ложачевської [9] присвячено оцінці рівня конкурентоспроможності авіакомпаній в умовах глобалізації та євроінтеграції. Наукові праці В. Павелко [10-13] відображують формування ефективної системи управління конкурентоспроможністю авіатранспортного підприємства на основі концепції якості послуг. У роботі Т. Чміль [15] обґрунтовано використання інструментів державних фінансів для підвищення якості авіапослуг та подальшого забезпечення конкурентоспроможності авіатранспортних підприємств.

#### *Невирішена частина загальної проблеми*

За результатами досліджень не розкрито особливостей використання комплексного підходу до оцінювання якості авіапослуги як умови забезпечення конкурентоспроможності авіакомпаній.

**МЕТА СТАТТІ** – обґрунтування моделі комплексного оцінювання якості авіапослуги з позицій забезпечення конкурентоспроможності авіакомпанії, що функціонує на ринку транспортних послуг.

#### *Завдання статті:*

досліджено методичні підходи до оцінювання якості послуг споживачами як базу формування технологій забезпечення конкурентоспроможності;

доведено залежність конкурентоспроможності авіакомпанії від якості авіа послуг, які надаються нею;

обґрунтовано модель комплексного оцінювання якості авіапослуги, що надається авіакомпанією.

#### **РЕЗУЛЬТАТИ**

Існує три методичних підходи до оцінювання споживачами якості послуг:

– якість послуг не відповідає очікуванням споживачів (споживачі розчаровані процесом і (або) результатом обслуговування);

– якість послуг відповідає очікуванням споживачів (споживачі задоволені процесом і (або) результатом обслуговування);

– якість послуг перевершує очікування споживачів (споживачі піднесені процесом і (або) результатом обслуговування).

У зв'язку із цим В. Павелко виділено в понятті «якість послуги» дві сторони: якість результату і якість сервісу (рис. 1) [1].

Визначаючи сутність якості послуг, необхідно виділити й ті загальні властивості, які характеризують будь-яку економічну категорію в сфері послуг, і показати специфічні особливості, що відрізняють дану категорію від інших (табл. 1) [1].

Досить складно визначити, що відіграватиме важливішу роль: рівень якості самої послуги або рівень якості її надання. Отже, у понятті «якість послуги» значення має не тільки придатність «продукту», але і спосіб його надання споживачеві – сервіс.

Тому, для точнішого розуміння досліджуваної категорії, соціальна економіка розглядає детально її складові.

У цілому думки експертів, що стосуються складу якості, можна розділити на два рівні:

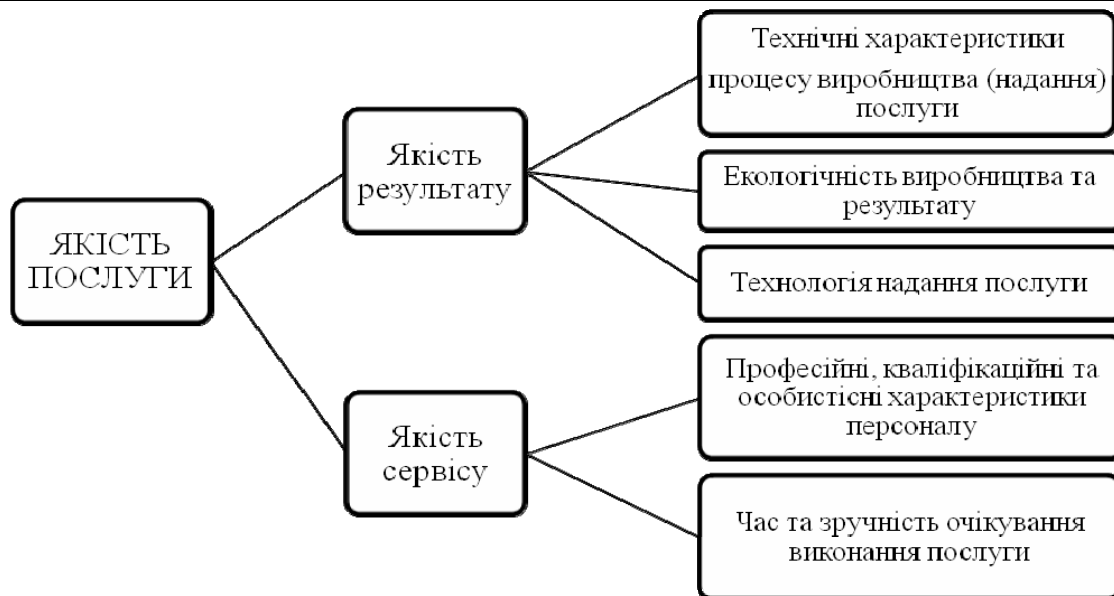


Рис. 1. Складові поняття «якість послуги» [11]

Таблиця 1

Характеристика елементів поняття «якості послуги» [1]

Назва елемента	Показники якості
<b>Якість результату</b>	
Технічні характеристики процесу виробництва (надання) послуги	- відповідність виробленої продукції стандартам; - оснащеність сучасним устаткуванням; - наявність інформаційних матеріалів про спосіб надання послуги, перелік надаваних послуг;
Технологія виробництва послуги	- використання сучасних комп'ютерних і комунікаційних технологій; - автоматизація процесу виробництва послуги;
Екологічність виробництва й результату	- використання в процесі виробництва послуги екологічних матеріалів, що не впливають негативно на життя й здоров'я людини.
<b>Якість сервісу</b>	
Професійні, кваліфікаційні та особистісні характеристики персоналу	- наявність відповідної вищої освіти; - кількість скарг на одного працівника; - здатність надати необхідну інформацію клієнтові; - комунікабельність, доброзичливість персоналу; - наявність уніформи для персоналу;
Час і зручність очікування виконання послуги	- виконання послуги в стандартний термін; - зручний режим роботи фірми; - наявність комфортних умов очікування виконання замовлення.

– перший рівень якості – виробництво такої продукції або надання таких послуг, чиї вимірювані характеристики задовольняють конкретним технічним вимогам, які мають чисельне значення;

– другий рівень якості продукції або послуг не залежить від будь-яких вимірювальних характеристик і визначається тим, наскільки задоволені очікування споживача відносно застосування чи використання цієї продукції або послуги [13].

Особисті очікування та сприйняття фактично отриманого обслуговування – основні фактори, з яких виходить споживач під час сприйняття і оцінки якості послуги. Так само персонал організації, надаючи послугу, орієнтується на вимоги керівництва та свої очікування з приводу винагороди за виконану роботу. Відповідно власники і керівництво організації, керуючись нормативними документами, що визначають обов'язкові вимоги, регламентують за допомогою внутрішніх стандартів вимоги в роботі персоналу на основі власного уявлення очікувань споживача (рис. 2).

Як відомо, позитивну думку щодо якості послуги створює саме задоволений клієнт. На думку фахівців, про позитивні емоції задоволений споживач сповіщає п'ятьом потенційним клієнтам, у той же час, у разі невдоволення, він повідомляє про негативні враження від використання послуги, як мінімум десятьма особами. Баланс позитивних і негативних емоцій, потребує «щоб не менше двох клієнтів були задоволені рівнем обслуговування на кожного, хто залишився незадоволений» [10].

Модель сприйняття споживачем якості послуги описує якість як систему трьох складових: основної (базової) якості; очікуваної якості; неочікуваної якості.

Основна (базова) якість – це обов'язкові властивості послуги. Відповідність послуги вимозі базової якості є фактором забезпечення конкурентоспроможності надавача цієї послуги.

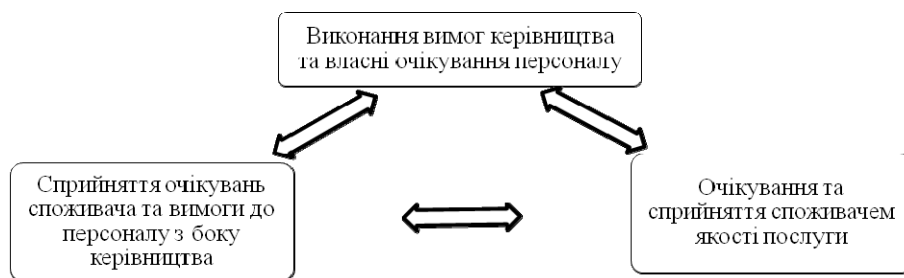


Рис. 2. Процес очікування та сприйняття споживачем якості послуги [11]

Показники очікуваної якості послуги формуються у процесі проектування послуги та гарантуються надавачем під час її пропозиції та споживання. Послуга зазначеної якості також створює умову забезпечення конкурентоспроможності. Неочікувана якість характеризує утворення додаткових властивостей послуги, які настільки прийнятні для споживачів, що не тільки сприяють забезпеченню конкурентоспроможності надавача, а й її підвищенню.

Забезпечення конкурентоспроможності авіакомпанії являє собою систематичний, багатокроковий процес усередині авіапідприємства, що полягає у визначенні стратегічного напрямку та його здійснення за рахунок сполучення ресурсів і режиму роботи таким чином, щоб згодом підвищити якість авіапослуг.

В. Павелко [11] пропонує проводити оцінювання якості авіаційних послуг за критеріями:

- безпека польотів;
- якість обслуговування;
- продуктивність;
- рентабельність;
- загальна ефективність надання авіапослуг.

Результати економічного аналізу структури доходів авіатранспортних підприємств, проведеного В. Павелко, свідчать, що значну частку у доходах авіатранспортних підприємств займають доходи від здійснення літако-вильотів та доходи від обслуговування пасажирів. Зокрема у структурі доходів їх частка досягає практично 50 %. Водночас зростання питомої ваги доходу від обслуговування пасажирів не перевищує 10 % [11], що не відповідає загальносвітовим тенденціям, а отже, свідчить про неефективне використання потенціалу авіапідприємств та наявність фактору зниження їх конкурентоспроможності.

З точки зору оцінки конкурентоспроможності усі послуги можна розподілити на три групи:

- послуги, які вимірюються одиницями випуску або у вартісному вираженні. Визначені обсяги таких послуг дозволяють розрахувати частку їх надавача на відповідному ринку;
- послуги, кінцевий результат яких важко оцінити;
- послуги, для яких конкурентоспроможність в загальноприйнятому економічному сенсі визначитися не повинна.

Конкурентоспроможність послуг – категорія, яка характеризує віддачу, результативність діяльності суб'єкта господарювання у напрямі забезпечення задоволення споживачів і створення конкурентних переваг. На відміну від ефективності вона не свідчить про приріст обсягів надання послуг, а характеризує якою ціною, якими витратами ресурсів досягається цей приріст, тобто свідчить про якість послуг, що нада-

ються.

Методичне забезпечення оцінювання якості окремої авіапослуги, що надається авіакомпанією, містить наступну модель визначення показника якості авіапослуги:

$$Q_{avi} = K_{av1}G_{av1} + K_{av2}G_{av2} + K_{avn}G_{avn}, (1)$$

де  $Q_{avi}$  – показник якості авіапослуги, що надається авіакомпанією  $i$ ;

$K_{av}$  – критерії якості авіапослуги, що надається споживачам груп  $1, 2, \dots, n$ ;

$G_{av}$  – фіксована кількість групи споживачів ( $1, 2, \dots, n$ ).

Пропонуються до використання наступні критерії якості авіапослуги:

$Ka1$  – безпека споживання;

$Ka2$  – зручність споживання;

$Ka3$  – відповідність відведеним термінам споживання;

$Ka4$  – додержання режиму споживання;

$Ka5$  – різноманітність асортименту авіапослуг;

$Ka6$  – оперативна змінність авіапослуги залежно від споживчих переваг;

$Ka7$  – наявність зручних додаткових засобів щодо споживання авіа послуги.

Оцінювання якості послуги є більш об'єктивним за наявності однакової кількості споживачів за групами  $n$  ( $1, 2, \dots, 7$ ):

$Ga1$  – кількість пасажирів, що прямують у справах;

$Ga2$  – кількість пасажирів, що прямують на відпочинок або подорожують;

$Ga3$  – кількість пасажирів, що мають особливий стан здоров'я (хворі, прямують на лікування, інваліди тощо);

$Ga4$  – кількість пасажирів, яким потрібні спеціальні авіапослуги (спортсмени, військові, спецпризначенці, релігійні діячі тощо);

$Ga5$  – кількість пасажирів, що виконують протягом польоту професійні обов'язки (охоронці, доглядальниці, лікарі та інший медичний персонал, супроводжуючі особи тощо);

$Ga6$  – кількість пасажирів, що є малолітніми та неповнолітніми;

$Ga7$  – кількість пасажирів VIP-класу (замовлення індивідуальних авіапослуг тощо).

Значення  $Q_{ai}$  розраховуються у балах, які визначаються за кожним критерієм якості й у разі відсутності відповідності дорівнюють 0 балів, у разі наявності – 1 бал. Значення  $Ga$  визначаються аналогічно, тому у разі відсутності споживачів групи порівняння здійснюються за одиничними показниками якості.

Комплексне оцінювання  $Q_{ai}$  в умовах наявності усіх груп споживачів пропонується здійснювати за допомогою таблиці-матриці (табл. 2.)

Матриця комплексного оцінювання якості авіапослуги

$Gavn$ $Kavn$	$Gav1$	$Gav2$	$Gav3$	$Gav4$	$Gav5$	$Gav6$	$Gav7$	$\Sigma Qavi(Kav)$
$Kav1$	$Qav11$	$Qav12$	$Qav13$	$Qav14$	$Qav15$	$Qav16$	$Qav17$	$\Sigma Qav(Kav1)$
$Kav2$	$Qav21$	$Qav22$	$Qav23$	$Qav24$	$Qav25$	$Qav26$	$Qav27$	$\Sigma Qav(Kav2)$
$Kav3$	$Qav31$	$Qav32$	$Qav33$	$Qav34$	$Qav35$	$Qav36$	$Qav37$	$\Sigma Qav(Kav3)$
$Kav4$	$Qav41$	$Qav42$	$Qav43$	$Qav44$	$Qav45$	$Qav46$	$Qav47$	$\Sigma Qav(Kav4)$
$Kav5$	$Qav51$	$Qav52$	$Qav53$	$Qav54$	$Qav55$	$Qav56$	$Qav57$	$\Sigma Qav(Kav5)$
$Kav6$	$Qav61$	$Qav62$	$Qav63$	$Qav64$	$Qav65$	$Qav66$	$Qav67$	$\Sigma Qav(Kav6)$
$Kav7$	$Qav71$	$Qav72$	$Qav73$	$Qav74$	$Qav75$	$Qav76$	$Qav77$	$\Sigma Qav(Kav7)$
$\Sigma Qav(Gav)$	$\Sigma Qav(Gav1)$	$\Sigma Qav(Gav2)$	$\Sigma Qav(Gav3)$	$\Sigma Qav(Gav4)$	$\Sigma Qav(Gav5)$	$\Sigma Qav(Gav6)$	$\Sigma Qav(Gav7)$	$\Sigma Qavi(Kav, Gav)$

Найбільша кількість балів за одиничним показником ( $\Sigma Qav(Gav)$ ) складає 7 балів, за комплексним показником  $\Sigma Qavi(Kav, Gav)$  – 49 балів.

За результатами оцінювання визначається авіакомпанія, конкурентоспроможність якої є більшою за інших, а показники якості послуги даної компанії виступають своєрідними вимірниками цієї конкурентоспроможності.

### ВИСНОВКИ

Таким чином, споживче оцінювання якості авіапослуг здійснюється за допомогою трьох методичних підходів за критеріями незадоволення, очікуваного задоволення та перевершеного задоволення. У результаті визначено основну (базову) якість, очікувану та неочікувану якість авіапослуги, які виступають факторами забезпечення та підвищення конкурентоспроможності авіакомпанії.

Конкурентоспроможність авіапослуг як характеристика діяльності авіакомпанії у напрямі забезпечення задоволення споживачів і створення конкурентних переваг, залежить від якості послуг, що надаються.

Методичне забезпечення оцінювання якості окремої авіапослуги, що надається авіакомпанією містить модель визначення показника якості авіапослуги та матрицю комплексного оцінювання за визначеними критеріями із врахуванням різних груп споживачів. За результатами оцінювання визначається найбільш конкурентоспроможна авіакомпанія за рівнем якості авіапослуг. Практична цінність даної методичної розробки для інших авіакомпаній полягає у наявності «зразкових» значень показників якості авіапослуги, що виступають орієнтирами прийняття рішень стосовно оптимізації зусиль із забезпечення конкурентоспроможності на ринку авіапослуг.

### Список використаних джерел

1. Абрамов С.С. Оценка качества услуг с учетом позиции потребителя. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-kachestva-uslug-s-uchetom-pozitsii-potrebitelya>.
2. Астапова Г.В. Підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства на основі удосконалення процесу ціноутворення. Проблеми системного підходу в економіці: Збірник наукових праць: Випуск 46. Київ: НАУ, 2013. С. 3-14.
3. Гличев А.В., Азгальдов Г.Г., Панов В.П. Что такое качество? М.: Экономика, 1968. 135 с.
4. Демків Ю.М. Проблематика сучасної інтерпретації категорії «якість». БІЗНЕС-ІНФОРМ. 2011. № 10. С. 163-166.
5. Джуран Дж. Качество в истории цивилизации. Эволюция, тенденции и перспективы управления качеством.

М.: Стандарты и качество, 2004. 624 с.

6. Друзюк В., Федак О. Система управління якістю – інвестиція в майбутнє. Стандартизація. Сертифікація. Якість. 2009. № 1. С. 51-54.

7. ДСТУ 3230-95. Управління якістю та забезпечення якості. Терміни та визначення / Ю. Койфман (кер. Розробки). Чинний від 1996-07-01. Офіц. вид. К.: Держстандарт України, 1996. 27 с.

8. Закон України «Про захист прав споживачів». Відомості Верховної Ради УРСР (ВВР), 1991. № 30. 379 с.

9. Ложачевська О.М. Забезпечення конкурентоспроможності українських підприємств в умовах глобалізації та євроінтеграції. Проблеми підвищення ефективності інфраструктури: Зб. наук. пр. К.: НАУ, 2008. Вип. 20. С. 3-10.

10. Павелко В.Ю. Підвищення ефективності управління аеропортового комплексу на основі концепції якості. The International Scientific and Practical Congress of Economists and Lawyers «Science engineering and economic paradigm of modern society». Basel, Switzerland, June, 25. Switzerland, 2014. Vol. 1. pp. 105-106.

11. Павелко В.Ю. Забезпечення підвищення ефективності управління аеропортовим комплексом на основі концепції якості: монографія. Запоріжжя: ЗНТУ, 2014. 320 с.

12. Павелко В.Ю. Сутність і поняття якості послуг в контексті підвищення ефективності управління підприємством. Кримський економічний вісник. Науковий журнал. 2013. № 2 (03). С. 81-83.

13. Павелко В.Ю. Оценка качества авиaperезовок. Стратегія якості у промисловості і освіті (31 травня – 7 червня 2013 р., м. Варна, Болгарія): матер. IX Міжнарод. конф. У 3-х т. Т.ІІІ; упорядн. Т.С. Хохлова та ін. Дніпропетровськ-Варна, 2013. С.626-628.

14. Сич С.М., Кислий В.М. Закони економіки транспорту: монографія. Ніжин: ТОВ «Видавництво «Аспект-Поліграф», 2009. 160 с.

15. Чміль Т.С. Використання державних запозичень для покращення конкурентоспроможності авіатранспортної системи України: матеріали I галузевої науково-практичної Інтернет-конференції «Фінанси підприємств авіаційної промисловості і транспорту», 22 квітня 2016 р. Київ: КІТЗ НАУ, 2016. С. 45.

16. Parasuraman A., Zeithaml, V.A., Berry L.L. SERVQUAL: a Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. Journal of Retailing, 1988.

17. Zeithaml V.A., Berry L.L., Parasuraman A. Communication and Control Processes in the Delivery of Service Quality. Journal of Marketing, 1988. Vol. 52.

### References

1. Abramov S.S. Assessment of quality of services taking into account the position of the consumer. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-kachestva-uslug-s-uchetom-pozitsii-potrebitelya> (in Russian).
2. Astapova H.V. Increasing the level of competitiveness of the enterprise on the basis of improvement of the pricing

process. *Problems of systematic approach in economics: Collection of scientific works: Issue 46.* Kyiv: NAU, 2013. pp. 3-14. (in Ukrainian).

3. Glichev A.V., Azgaldov G.G., Panov V.P. *What is quality?* Moscow: Economics, 1968. 135 p. (in Russian).

4. Demkiv Yu.M. *Problems of modern interpretation of the category "quality".* BUSINESS INFORM. 2011. № 10. pp. 163-166. (in Ukrainian).

5. Dzhuran Dzh. *Quality in the History of Civilization. Evolution, trends and prospects of quality management.* Moscow: Standards and quality, 2004. 624 p. (in Russian).

6. Druzhiuk V., Fedak O. *Quality management system - investment in the future. Standardization. Certification. Quality.* 2009. № 1. pp. 51-54. (in Ukrainian).

7. DSTU 3230-95. *Quality management and quality assurance. Terms and definitions / Yu. Koifman (development manager). Valid from 1996-07-01. Offic. publ.* Kyiv: State Standard of Ukraine, 1996. 27 p. (in Ukrainian).

8. *The Law of Ukraine "On Consumer Protection". Information of the Supreme Soviet of the USSR (VVR), 1991. № 30.* 379 p. (in Ukrainian).

9. Lozhachevska O.M. *Ensuring the competitiveness of Ukrainian enterprises in the context of globalization and European integration. The problems of the infrastructure Efficiency increasing: Issues of scien. works.* Kyiv: NAU, 2008. Issue 20. pp. 3-10. (in Ukrainian).

10. Pavelko V.Yu. *Improving the efficiency of airport complex management based on the concept of quality. The International Scientific and Practical Congress of Economists and Lawyers «Science engeneering and economic paradigm of*

*modern society».* Bazel, Switzerland, june, 25. Switzerland, 2014. Vol. 1. pp. 105-106. (in Ukrainian).

11. Pavelko V.Yu. *Providing the efficiency increasing of airport complex management based on the concept of quality: monograph.* Zaporizhzhya: ZNTU, 2014. 320 p. (in Ukrainian).

12. Pavelko V.Yu. *The essence and concept of service quality in the context of improving the efficiency of enterprise management.* Crimean Economic Bulletin. Scientific journal. 2013. № 2 (03). pp. 81-83. (in Ukrainian).

13. Pavelko V.Yu. *Assessment of air transportation quality. Quality Strategy in Industry and Education (May 31 - June 7, 2013, Varna, Bulgaria): Materials of IX International Conf. In 3 vol. Vol. III; order by T.S. Khokhlova et.al.* Dnipropetrovsk-Varna, 2013. pp. 626-628. (in Russian).

14. Sych Ye.M., Kyslyi V.M. *Laws of transport economics: monograph.* Nizhyn: Aspect-Polygraph Publishing House, 2009. 160 p. (in Ukrainian).

15. Chmil TS *The Use of Government Borrowing to Improve the Competitiveness of Ukraine's Air Transport System: Materials of the 1st Scientific and Practical Internet Conference "Finances of the Aviation Industry and Transport Enterprises", April 22, 2016.* Kyiv: KITZ NAU, 2016. P. 45. (in Ukrainian).

16. Parasuraman A., Zeithaml, V.A., Berry L. L. *SERVQUAL: a Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality.* Journal of Retailing. 1988.

17. Zeithaml V.A., Berry L.L., Parasuraman A. *Communication and Control Processes in the Delivery of Service Quality.* Journal of Marketing. 1988. Vol. 52.