

**УДК 338.27**

**Нагорняк Г.С.**

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

## **АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ АКТИВІЗАЦІЇ СЕРВІСНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ РЕФОРМАЦІЙНИХ ЗМІН**

**Nahorniak H.S.**

### **ACTUAL QUESTION OF ACTIVATION OF SERVICE SUPPLY OF MACHINE-BUILDING ENTERPRISES IN CONDITIONS OF REFORMATION CHANGES**

Упродовж ринкових перетворень вітчизняна сфера послуг сформувалася, як масштабний і досить стійкий сектор вітчизняної економіки, що проявилось у процесі подолання наслідків світової фінансової кризи. Застосовувані прийоми та методи обслуговування переважно відтворюють традиційні сервіси, використовуючи сформовані технології. В умовах адміністративної економіки сфера послуг розвивалася планово, послідовно формувалася її матеріально-технічна база, а також розвивалися технології обслуговування. У цей період сфера сервісу була слабко орієнтована на задоволення запитів покупців, були відсутні конкурентні механізми надання послуг, що, у свою чергу, призводило до монополізму та низької якості обслуговування. Наукова та впроваджувальна діяльність в галузі передових технологій сервісу забезпечувалася підприємством, і вона проводилася зусиллями галузевих інститутів на базі розвитку різноманітних форм обслуговування населення. Однак у процесі економічних реформ сфера сервісу перейшла на ринкові механізми господарювання, засновані на самоокупності та задоволенні попиту. Регулювання сферою обслуговування було перенесено на регіональний рівень, держава відмовилася не тільки від ряду функцій управління, але й від підтримки технологічного розвитку сфери послуг, фінансування прикладної, галузевої науки.

З точки зору споживача машинобудівної продукції, система сервісного забезпечення є формою управління експлуатацією устаткування протягом усього терміну його життя як однієї з підсистем управління власним виробничим процесом. Доцільно поділити всіх споживачів продукції машинобудівних підприємств за метою купівлі на кінцевих (покупців, що купують продукцію машинобудування для особистого використання) та індустріальних (покупців, що купують продукцію машинобудівних підприємств для використання у процесі подальшого виробництва та / або перепродажу); за способом прийняття рішення стосовно купівлі – на індивідуальних (покупців, що приймають рішення стосовно купівлі незалежно (одноосібно)) та корпоративних (покупців, що приймають рішення стосовно купівлі колегіально) [1, с. 6]. Тому, формування та реалізація адекватної та ефективної сервісної підтримки продукції підприємств машинобудування – один з найважливіших чинників забезпечення ефективності бізнес-процесів і якості продукції, що виготовляється ними. З плином часу вимоги до раціонального сервісного забезпечення машинобудівної продукції змінюються й ускладнюються у зв'язку із зростанням її конструктивної складності, зміни умов експлуатації, а також характеру сфер споживання. Внаслідок високих темпів розвитку науки та техніки відбувається швидке оновлення типу виробів сфери машинобудування, прискорюється їх моральне зношування, що також вимагає одночасно з розробленням нових виробів вдосконалення сервісних підсистем, створення інформаційної бази, що забезпечує управління обслуговуванням і відновленням втраченої працездатності виробів [2, с. 4]. З точки зору виробника промислової продукції, система сервісного супроводу сприяє

формуванню перспективного та досить стабільного ринку збуту супроводжуваної продукції, встановлення бар'єрів на шляху проникнення у машинобудівну промисловість нових конкурентів, забезпечення довгострокових партнерських відносин зі споживачами, отриманню додаткових доходів, участі в інноваціях, сприяння у вивченні конкурентного середовища.

За роки реформування економіки України сервісна база зазнала суттєвих змін. Спостерігається переорієнтація сервісних підприємств на інші роботи й обслуговування непрофільних споживачів. Система комплексного управління сервісною службою порушена, підприємства сервісу були реформовані. Деякі розширюють номенклатуру послуг, змінюють форми взаємовідносин з клієнтами, інші перепрофілюються або закриваються. На їх основі виникають нові, з іншими організаційно-правовими функціями, новими власниками засобів виробництва. Отже, питання сервісного забезпечення машинобудівної продукції з тривалим циклом споживання актуальні в сучасних складних умовах трансформаційних перетворень у зв'язку з такими найбільш важливими причинами, як висока функціональна залежність від постачальників машинобудівної продукції у споживача, істотна значущість сервісного фактора вибору постачальника для споживача та забезпечення довгострокових конкурентних переваг для виробника. Тому, у таких умовах потрібні нові рішення по створенню умов освоєння передових технологій, формування "точок зростання", "каталізаторів" розвитку високотехнологічних систем обслуговування. Вирішення таких завдань безпосередньо пов'язане з проблемою подолання сировинної залежності економіки України та створення умов для інноваційного зростання. Виробництво технічно складної машинобудівної продукції супроводжується пропозицією та наданням додаткових послуг, у тому числі, сервісне обслуговування, що зумовило виділення деяких видів діяльності машинобудівного підприємства як відокремлені напрямки.

У сучасних умовах розвитку вітчизняної економіки знань діяльність машинобудівних підприємств здійснюється у межах жорсткої конкурентної боротьби, що обумовлює найбільш раціональний розподіл ресурсів у виробничій сфері, що сприяє формуванню умов для делегування функцій вузькоспеціалізованим підприємствам і створення систем і механізмів їх взаємодії. При передачі окремих функцій новим підприємствам виникають проблеми, пов'язані з моніторингом функціонування системи, із забезпеченням ефективності співпраці та спільної взаємодії з метою приведення у стійкий стан всіх елементів системи. Особливості організації технічного обслуговування та ремонту продукції машинобудівного комплексу та тенденції його розвитку визначають особливості підходу до побудови системи взаємодії всіх учасників. Тому, також важливою та актуальною на сьогодні є організація технічного обслуговування та ремонту продукції машинобудівного комплексу та необхідність розроблення ефективної системи взаємодії підприємств галузі.

#### **Список використаних джерел:**

1. Бокулева М. О. Ціноутворення на продукцію машинобудівних підприємств з урахуванням поведінки споживачів / М. О. Бокулева // Автореф. дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). – 24 с.
2. Загорянська О. Л. Проблеми становлення конкурентоспроможності машинобудівних підприємств в сучасних умовах розвитку / О. Л. Загорянська // Ефективна економіка. Електронне наукове фахове видання – 2011. – №6. – С. 1-7.