

СИСТЕМА ЯКОСТІ ПОСЛУГ АВТОСЕРВІСНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

*Писаревський А. В., студент
Науковий керівник: Компанець К. А., к. е. н., доцент
Національний транспортний університет*

Сучасний стан економічного розвитку України характеризується збільшенням рівня автомобілізації, що у свою чергу, підтверджує необхідність безперервного функціонування підприємств автосервісу, які обслуговують автотранспортні засоби. Транспорт посідає сьогодні одне з провідних місць у структурі ВВП, питома вага галузі „Транспорт і зв'язок” у структурі ВВП України складає близько 12,1%, а послуг з ремонту та побутового обслуговування – 9,3%.

Отже, особливої актуальності набувають проблеми дослідження теоретичних, методичних і практичних питань управління якістю послуг підприємств автосервісу; використання прогресивних методів управління ресурсами автосервісних підприємств з метою досягнення високого рівня якості послуг; удосконалення методів вимірювання й оцінки показників якості послуг з ремонту та технічного обслуговування автомобілів.

Теоретичні та методологічні питання щодо формування комплексу методів та засобів просування товарів і послуг, знайшли своє відображення у дослідженнях таких вітчизняних і зарубіжних учених, як: С. Безкоровайна [1], Г. Бондаренко [2], А. Вайсман [3], В. Василенко [44], О. Долматов [55], К. Железняк [6] Ф. Котлер [77], М. Мескон [88], М. Портер [99], А. Юданов [100] тощо. Тому забезпечення ефективного функціонування підприємств автосервісу потребує економічно грамотного управління їх діяльністю, яке багато в чому залежить від уміння її аналізувати. За допомогою комплексного аналізу визначаються тенденції розвитку, глибоко і системно вивчаються фактори зміни результатів діяльності, обґрунтовуються проекти і управлінські рішення, завжди робиться контроль за їх виконанням, відбувається пошук наявних резервів, які будуть підвищувати ефективність виробництва, проводиться оцінка результатів функціонування підприємства та їх чутливість до управлінських дій, і наостанок, впроваджується економічна стратегія його розвитку.

Актуальність теми даної роботи полягає в тому, що на сьогоднішній день ринкові умови господарювання потребують від

підприємств підвищення ефективності виробництва, конкурентоздатності продукції і послуг на основі впровадження досягнень науково-технічного прогресу і управління виробництвом.

Аналіз особливостей розвитку автосервісу в регіоні показав, наскільки значний вплив має економічний розвиток на формування попиту на послуги з технічного ремонту та обслуговування автомобілів. Автомобілебудівний ринок розширюється щороку, що призводить до зростання попиту на автосервісні послуги. Зі збільшенням кількості споживачів автосервісних послуг відбувається одночасне зростання вимог до якості автосервісу. Виникає необхідність вивчення і аналізу роботи підприємств автосервісу, удосконалення систем підвищення якості автосервісних послуг. Найчастіше споживачем використовуються комплексні, змішані послуги. Всі вони призначені для задоволення визначених потреб і характеризуються особистим набором специфічних параметрів якості. У процесі дослідження ринку послуг підприємств автосервісу шляхом анкетного опитування респондентів, було встановлено, що близько 52% (що складає 174 особи) від кількості опитаних клієнтів автосервісу не задоволені якістю і необхідною кількістю послуг автосервісу в регіоні.

Аналіз послуг, який фактично надає автосервіс, свідчить, що найбільш розповсюдженими і більш прибутковими є послуги з кузовного ремонту автомобілів: рихтувальні, підготовчі та малярні роботи. Разом із переліченими видами робіт, у середньому, кожне автосервісне підприємство надає близько 15 додаткових та інших послуг.

Особливістю автосервісної галузі є те, що майже усі підприємства, які пропонують послуги з ремонту та обслуговування автомобілів належать до підприємств малого та середнього бізнесу. Ця особливість призвела до проблеми: досліджувана галузь мало контролюється державними органами. Сьогодні тільки 5% мають державну власність чи є відомчими і вони прикріплені до заводу або шахти.

Регулювання якості має ціль усунення відхилень від необхідних характеристик та накопичення інформації для покращення якості. Покращення якості – це рішення проблем, що призводять до появи браку в роботі. Результатом є скорочення витрат до такого рівня, який задовольняє замовника.

Керівництво несе відповідальність за формування політики в сфері якості послуг і задоволеності споживача. Реалізація політики

залежить від того, наскільки успішно керівництво забезпечує розроблення й ефективне функціонування системи якості.



Рисунок 1 - Ключові аспекти системи якості

Структура елементів системи якості повинна забезпечувати належне управління всіма робочими процесами, які визначають якість послуг і гарантувати їх належний рівень.

Висновки. Комплексне дослідження якості послуг дозволило встановити її економічну сутність, що визначається сукупністю споживчих властивостей послуг та їх відповідністю запитами потребам окремих споживачів. Встановлено, що дослідження які проводились для визначення ролі якості при просуванні товарів чи послуг, в основному, стосуються діяльності виробничих підприємств, специфіка роботи яких відрізняється від транспортних підприємств. Більшість розробок в цьому напрямку, які опубліковані, не містять рекомендацій, які б можна було застосувати для автомобільного транспорту.

Автосервісні послуги містять як безпосередній ремонт, так і комплекс сервісного обслуговування, що забезпечує увесь процес з елементами матеріального виробництва. Автосервіс має складні інтеграційні зв'язки з підприємствами інших сфер діяльності.

Література.

1. Безкоровайна С. В. Дослідження підходів до формування цінової стратегії підприємства / С.В. Безкоровайна // Актуальні проблеми економіки. – 2003. - № 2. – С. 49-52.

2. Бондаренко Г. С. Управління конкурентноспроможністю автотранспортного підприємства: дис. ... канд. ек. наук : спец. 08.06.02 "Підприємництво, менеджмент та маркетинг" / Бондаренко Ганна Сергіївна – Харків, 2001. – 201 с.

3. Вайсман А. Стратегія маркетинга: 10 шагов к успеху; Стратегія менеджмента: 5 факторов успеха / А. Вайсман; пер. с нем. – М.: АО «Интерэксперт», Экономика, 2015. – 344 с. – (Практикум делового человека).

4. Василенко В.А. Стратегічне управління: навчальний посібник / В.А. Василенко, Т.І. Ткаченко – К.: ЦУЛ, 2013. – 396 с.

5. Долматов О.І. Формування маркетингової стратегії підприємства : Автореф. дис... канд. екон. наук: 08.06.01 / О. І. Долматов; Донец. держ. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. - Донецьк, 2003. - 17 с.

6. Железняк К. Механізм формування стратегії просування транспортних послуг підприємств / К.Л. Железняк // дис. на здоб. наук. ступеня. канд. екон. наук. по спец.08.00.04 – К., 2015. – 203 с.

7. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер; пер. с англ. под ред. О. А. Третьяк, Л. А. Волковой, Ю. Н. Каптуревского. – Спб.: Питер, 2000. – 896 с.

8. Мескон М.Х. Основы менеджмента / М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури; пер. с англ. – М.: Дело. – 1997. - 704 с.

9. Портер М., Конкуренция / М. Портер; пер. с англ. - М.: Издательский дом «Вильямс», 2000. – 495 с.

10. Юданов А.Ю. Конкуренция: Теория и практика / А.Ю. Юданов. – М.: АКАЛИС, 96. – 272 с.

ПІДХІД ДО ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Плехова О. О., студент

Науковий керівник: Криворучко О. М., д. е. н., професор

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

У сучасних умовах ринкових відносин в Україні найбільш вагомим чинником національної конкурентоспроможності є не природні та фінансові ресурси, а людські, тобто персонал. Персонал є одним з найважливіших ресурсів організації, необхідних для досягнення всіх її цілей і задач.