

партнера з аутсорсингу дозволяє попарно порівняти їх за кожним критерієм та враховувати найголовніші критерії вибору, їх вагомість для кожного підприємства окремо.

### **Література.**

1. Панкова Л. А. Организация экспертизы и анализ экспертной информации / Л.А. Панкова, А.М. Петровский, М.В. Шнейдерман. – М.: Наука, 1984. – 120 с.
2. Саати Т. Принятие решений. Метод анализа иерархий / Т. Саати. – М.: Радио и связь, 1993. – 278 с.
3. Мухин, В.И. Исследование систем управления [учеб.] / В.И. Мухин. – М.: Экзамен, 2006. – 479 с.
4. Баранова В. В. Муниципальные финансы в условиях аутсорсинга [Електронний ресурс] / В.В. Баранова. – Режим доступу: [http://www.sseu.ru/netcat\\_files/Image/referat-Baranova.doc](http://www.sseu.ru/netcat_files/Image/referat-Baranova.doc).
5. Корзина Т. С. Аутсорсинг: понятие, цели, практика использования в России / Т.С. Корзина// Акционерное общество: вопросы корпоративного управления. – 2006. – № 12. – С. 15-17

## **СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ В ОРГАНІЗАЦІЇ ВИРОБНИЧИХ ПРОЦЕСІВ НА АВТОСЕРВІСНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ**

*Васьківська Н. В., аспірантка  
Науковий керівник: Бідняк М. Н., д.т.н., професор  
Національний транспортний університет*

Динамічний розвиток світового автопарку і, зокрема, автопарку країн пострадянського простору, в тому числі і України, визначив актуальність питань щодо ремонту та обслуговування автомобілів. Автосервіс забезпечує використання, експлуатацію, підтримання і відновлення роботи автомобілів протягом усього терміну їх експлуатації. Ефективне надання цих послуг, сприяє поліпшенню безпеки дорожньо-транспортного руху, кращій організації виробничих процесів, пов'язаних з транспортними перевезеннями та виводить водія на вищий і комфортніший рівень користування автотранспортним засобом.

Розвиток автосервісу в Україні знаходиться у процесі становлення, тому потребує вивчення досвіду аналогічної діяльності в різних країнах світу для втілення кращих тенденцій у виробничий процес. При багатьох спільних тенденціях розвитку виробничих процесів надання автосервісних послуг в США та Європі існують особливості, які притаманні як одному, так і іншому ринку цих послуг. Відмінною особливістю автосервісу США є можливість однакового доступу до технологічної інформації заводів-виробників автомобілів всіх без винятку автосервісних підприємств. Особливістю європейської організації автосервісного обслуговування є відсутність спільної бази даних з усією технологічною інформацією, необхідною для

обслуговування, ремонту, експлуатації та використання автомобілів. Натомість, кожен виробник автомобілів має свою розгалужену в Європі чи в світі дилерську мережу, на яку покладається відповідальність за просування автомобілів на регіональний ринок і їх гарантійну і технічну підтримку. Логічне поєднання найкращих напрацювань систем автосервісу в різних частинах світу є гарною перспективою для розвитку українського автосервісу [1; 2].

Основні фактори, які впливають на конкурентоздатність станцій технічного обслуговування: зростання технологічних і екологічних вимог, зміни в політиці виробників, автоматизація і інформатизація інфраструктури, мережевий сервіс, інноваційні методи діагностики та ремонту [3; 4].

При зміні зовнішніх умов функціонування підприємства його керівництво повинне постійно співвідносити ступінь відповідності виробничих потужностей зі станом ринкового середовища і корегувати їх для забезпечення високих техніко-економічних показників. Сигналом невідповідності виробничих структур стану ринку виступає зменшення позитивної динаміки зміни показників роботи підприємства. До оцінювання ефективності функціонування виробничого процесу доцільно підходити системно, спираючись на оптимізаційну модель [5, с. 47].

Сучасні тенденції еволюції автосервісних підприємств вимагають встановлювати якнайтісніший зв'язок між розвитком виробничого потенціалу та загальною стратегією і тактикою функціонування і розвитку підприємства.

Отже, для довгострокового і успішного існування на ринку автосервісних послуг, підприємство повинно вибрати і дотримуватись однієї чи декількох базових стратегій конкуренції, а саме: стратегії зниження собівартості продукції і послуг; диференціації продукції і послуг, сегментування ринку, стратегії миттєвого реагування на потреби ринку або стратегії реалізації новітніх досягнень [6; 7 с. 120].

### Література.

1. EcoUniveg економічний портал. Особливості автосервісу США. Автосервіс <http://ecouniver.com/3614-osobennosti-avtoservisa-ssha-avtoservis.html>
2. Портал устройство автомобіля. Особливості розвитку автосервіса в Європі. <http://ustroistvo-avtomobilya.ru/diagnostirovanie/osobennosti-razvitiya-avtoservisa-v-evrope/>
3. Волгін В.В. Автосервіс. Маркетинг і аналіз. Практичний посібник – М.: Дашков і К, 2010. – 436с.
4. Абалонін С.М. Конкурентоздатність транспортних послуг: навчальний посібник. М.: ІКЦ «Академкнига», 2004. – 172 с.
5. Східно-Європейський журнал передових технологій. 5/4 (47) 2010. 46-49с.
6. Кононова Г.А. Регулювання транспортної діяльності. – Спб, 1996.- 90с.
7. Бичков В.П., Пеньшин Н.В. Ефективність виробництва і підприємництва в автосервісі. Учебний посібник – Тамбов: Видавництво Тамбовського державного університету, 2007. – 304с.