УДК 338.137
Кучабська О – ст. гр. БМм - 51
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ АВТОСЕРВІСУ ТА ШЛЯХИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ

Науковий керівник: к.е.н., доц. Галущак М.П

Kuchabska O.
Ternopil Ivan Pul'uj National Technical University

COMPETITIVENESS OF CAR SERVICE AND WAYS TO IMPROVE IT

Supervisor: Halushchak M.P.

Ключові слова: конкурентоспроможність,якість,послуги
Keywords: competitiveness, quality, services

Конкурентоспроможність автосервісного підприємства - це такий економічний стан, який дозволяє підприємству успішно функціонувати і розвиватися в умовах конкурентного ринку автосервісних послуг. Рівень автосервісного обслуговування повинен відображати об'єм, структуру послуг і якість надання цих послуг.

Рівень конкурентоспроможності станцій технічного обслуговування визначається рівнем конкурентоспроможності виконуваних ними послуг, яка, у свою чергу, забезпечується мірою привабливості послуг для конкретного споживача. Для оцінки конкурентоспроможності СТО необхідно систематично проводити порівняння показників її роботи з показниками основних конкурентів, що здійснюють свою діяльність в тому ж секторі ринку.

Основними напрямами підвищення рівня конкурентоспроможності СТО є:

- підвищення якості наданих послуг;
- скорочення часу виконання замовлень;
- диверсифікація виробництва (послуг);
- застосування гнучкої цінової політики;
- підвищення загальної культури і репутації СТО;

Головним вектором в конкурентній боротьбі підприємств автосервісу є якість обслуговування споживача. Якість послуг може бути досягнута за рахунок вживання прогресивного устаткування, раціональної організації і стимулювання праці, контролю якості, використання при ремонті запасних частин, що відрізняються високою якістю та надійністю в експлуатації, і т.д.

Термін виконання автосервісної послуги виступає як найважливіший показник, що характеризує ефективність роботи підприємства. Скорочення терміну надання автосервісних послуг зменшує потребу в оборотних коштах, прискорює їх оборотність, дає можливість збільшувати об'єм реалізації послуг при даному устаткуванні і виробничих площах. Скорочення термінів виконання послуги є одним з елементів досягнення конкурентоспроможності підприємств автосервісу.

З метою скорочення часу на використання замовлень на великих і технічно оснащених СТО застосовують агрегатний метод ремонту, що передбачає заміну несправних елементів новими або раніше відновленими. Зарубіжний досвід показує, що прибутковість при продажі відновлених агрегатів не нижча, ніж при продажі нових.

Підвищенню конкурентоспроможності автосервісного підприємства сприяє гнучкість цін, в основі якої лежать пільгові знижки на найбільш популярні ремонти, знижки з нагоди свят, застосування пільгових цін у вечірній і нічний час, в разі великого обсягу замовлення і т.д

Висока якість послуг, застосування гнучких цін і гарантій на виконання роботи є основою іміджу, ділової репутації будь-якого автосервісного підприємства. Проте не менше значення в створенні ділової репутації і підвищенні конкурентоспроможності має культура обслуговування, уважне відношення до клієнтів, зовнішній вигляд і манера спілкування персоналу, прагнення викликати у клієнта довіру, вигляд будівлі та робочого місця.

Великі можливості в підвищенні конкурентоспроможності автосервісних підприємств полягають в диверсифікації послуг і способів їх виконання. Необхідність в диверсифікації виробництва виникає в тому випадку, якщо на автосервісному підприємстві з'являється тенденція погіршення фінансового стану із-за різкого зменшення попиту на послуги. Причому ці послуги можуть носити невиробничий характер і бути не пов'язаними технологічно з основними видами діяльності. Подібна ситуація найчастіше виникає в тому випадку, якщо на СТО виникає тенденція в погіршенні фінансового стану із-за різкого зменшення попиту на послуги з технічного обслуговування і ремонту. В той же час, будь-хто успішний може використовувати диверсифікацію для розширення своїх виробничих можливостей, залучення клієнтури, об'єму продажів і збільшення своїх конкурентних переваг.

Для підвищення конкурентоспроможності на СТО надають наступні послуги:

- технічна консультація власника з приводу технічного стану автомобіля, його
- несправностей і способів їх усунення;
- визначення технічного стану автомобіля без усунення несправностей;
- надання послуг з технічного обслуговування і ремонту без участі власника автотранспортного засобу, починаючи з оформлення замовлення і закінчуючи видачею відремонтованого автомобіля;
- послуги вдома, коли працівники СТО прибувають на місце знаходження автомобіля і усувають несправність.

Особливе значення для підвищення конкурентоспроможності СТО має маркетингове вивчення ринку автосервісних послуг, потреб і запитів клієнтури.

Найважливішою умовою підвищення конкурентоспроможності станцій технічного обслуговування є забезпеченість їх кваліфікованими кадрами. Ця умова має особливе значення для СТО, що спеціалізуються на технічному обслуговуванні і ремонті автомобілів іноземного виробництва, які відрізняються складнішою конструкцією.

Розвиток станцій технічного обслуговування у сучасних умовах ускладнюється світовою фінансовою кризою, яка на теренах нашої країни завдає достатньо великі проблеми середньому та малому бізнесу. Такий негативний чинник призводить до зниження прибутковості СТО, тому що значна частина клієнтів прагнуть економії і ремонтують свої транспортні засоби самостійно або користуючись послугами «приватного сектора», тобто недостатньо кваліфікованої робочої сили. У таких умовах боротьба за клієнта посилюється, як і вимоги до якості сервісних послуг СТО.

Реалізація стратегічних засад з підвищення якості професійних послуг, скорочення часу виконання замовлень, диверсифікація виробництва (послуг), застосування гнучкої цінової політики, маркетингу послуг та підвищення загальної культури та репутації СТО дають можливість підприємствам зміцнити свій рівень конкурентоспроможності і піднятися на наступний щабель розвитку.