

УДК 638.7.(075.8)
UDC 638.7.(075.8)

ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА АВТОСЕРВІСУ

Марков О.Д., Національний транспортний університет, Київ, Україна, markovod@ukr.net, orcid.org/0000-0001-8023-3389

Савостін-Косьяк Д.О., Національний транспортний університет, Київ, Україна, daniel_s@ukr.net, orcid.org/0000-0002-8795-5939

EFFICIENCY OF AUTOMOTIVE SERVICE ENTERPRISE RESOURCES USE

Markov O.D., National Transport University, Kiev, Ukraine, markovod@ukr.net, orcid.org/0000-0001-8023-3389

Savostin-Kosiak D.O., National Transport University, Kyiv, Ukraine, daniel_s@ukr.net, orcid.org/0000-0002-8795-5939

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РЕСУРСОВ ПРЕДПРИЯТИЯ АВТОСЕРВИСА

Марков О.Д., Национальный транспортный университет, Киев, Украина, markovod@ukr.net, orcid.org/0000-0001-8023-3389

Савостин-Косьяк Д.А., Национальный транспортный университет, Киев, Украина, daniel_s@ukr.net, orcid.org/0000-0002-8795-5939

Постановка проблеми.

Аналіз ефективності використання ресурсів добре працюючого підприємства показав парадоксальні результати – в цілому, потужність підприємства використовувалася на 11%. Це на тлі загальної картини, в порівнянні з двадцятьма іншими підприємствами. Розрахунки були проведені виходячи з припущення, що деякі показники можуть бути досягнуті, за умови раціонального використання ресурсів підприємства. Наприклад, кабінет директора площею 24 м² використовується кілька годин в день і може тижнями не використовуватися, коли директор у відрядженні. Цех малярних робіт має два поста при загальній площі 245 м². З точки зору оренди, це звичайна ситуація. Але чи можна таким чином використовувати ресурси?

При відновленні економіки після другої світової війни, підприємства працювали в три зміни тому, що це було необхідністю. В умовах нормального функціонування економіки навряд чи такий підхід можна вважати доречним. Завдання формулюється інакше – окрім зростання економічних показників необхідно забезпечити якість трудового життя. Для цього створюються ресурси побутового призначення, які і забезпечують належні умови праці, а не використовуватися у виробничих цілях. Наприклад, зал для зборів, їдальня, кімната переговорів, кімната для клієнтів, роздягальні, тощо.

Проте є ресурси, які за прямим призначенням повинні використовуватися з максимальною ефективністю. Наприклад, підйомник, мийна установка, діагностичний стенд, фарбувальна камера ін. Це не означає використання на 100% потужності і часу, це означає, що даних ресурсів достатньо для повного задоволення запитів клієнтів. Інакше кажучи, їх пропускна здатність еквівалентна попиту. Якщо ця умова задовольняється, тоді все в порядку. Проте якщо ні, тоді потрібно шукати шляхи більш ефективного використання ресурсів, підвищувати продуктивність праці, більш раціонально організувати роботу, встановлювати ще один стенд.

Мета дослідження – визначити основні причини низької якості автосервісних послуг та навести пропозиції щодо шляхів підвищення ефективності використання ресурсів підприємства.

Результати дослідження.

Що означає ефективне використання ресурсів? На автосервісному підприємстві ресурси створюються з певним запасом для забезпечення бездоганного обслуговування клієнтів за рахунок неповного використання потужностей. Інакше кажучи, створюється деякий рівень резервних ресурсів. Це основна ідея забезпечення задоволеності клієнта. На практиці, функціональні ресурси підприємства не завжди використовуються ефективно. Найчастіше це відбувається через недостатнє завантаження, причина якого – низький рівень організації на якості послуг. Типовою ситуацією для нормально працюючого підприємства є середньостатистична річний виробіток дорівнює 1500 нормо-

годин, при річному фонді робочого часу поста 2500 год. Багато підприємств мають завантаження на рівні 40...50%. Обумовлено це недостатньою якістю послуг і поганою організацією обслуговування. Розповсюджена проблема автосервісу – недостатній рівень завантаження потужностей.

На практиці ефективність використання ресурсів – далеко не перше питання, яке хвилює керівника. Його хвилює дохід, який він отримує від інвестицій у обладнання або інші основні фонди або дохід, який зможе забезпечити той чи інший працівник. Наприклад, інвестуючи в новий верстат для рихтування дисків 1000 доларів, власник прагне отримати в день 1000 грн. доходу, приймаючи на роботу нового механіка для чистки форсунок, він очікує добового доходу не менше 800 грн., який забезпечував його попередник. В результаті, механік, потрібно-не-потрібно, рихтує диск; потрібно-не-потрібно – вписує в замовлення-наряд регулювання кутів встановлення коліс, виконуючи установку керівництва збільшити середню вартість чека. Як наслідок – клієнт більше не з'являється. В результаті, кількість клієнтів стає менше, устаткування простоє, зарплата падає, робота не клеїться. Потрібно шукати щось нове. На новому місці все повторюється. Виникає питання: що ж робити? Спробуємо знайти на нього відповідь.

На рис. 1 приведена структура ресурсів підприємства. Перша група ресурсів – ті, які ми купуємо. Наприклад, той же верстат для рихтування дисків коліс. Для того, щоб на ньому можна було працювати, його потрібно встановити відповідно до технічних умов та вимог безпеки. Робоче місце потрібно організувати, оснастити та забезпечити матеріалами. В цьому випадку ми отримуємо функціональне робоче місце, завдання якого надавати послуги з рихтування дисків. Таким чином, ми створюємо функціональні ресурси, завдяки яким можливо виконувати роботи, які потрібні клієнтам.

Ресурси успіху на робочому місці

На цьому, як правило, закачується наша діяльність в по формуванню пропозиції. Ми створили робоче місце для ремонту автомобіля, навчили ремонтника виконувати роботу з рихтування дисків. І все! А що для клієнта? Можливо, він теж вимагає уваги і має право на неї? Відновили диск, які можуть бути питання? А питання виникають. Наприклад, чому після відновлення, симптоми несправності (биття рульового колеса) як були, так і залишилися. Може цього не слід було робити, причина в іншому?

Досвідчений ремонтник розуміє, що відновити можна ребра диска, але площина диска, яка посилена ребрами жорсткості, практично не піддається відновленню. Його краще замінити. Чому ж все таки диск відновлюється? Тому, що в центрі уваги не потреба клієнта, а вказівки та інтереси керівника. Механік показує клієнтові свої глибокі знання особливостей технології відновлення дисків і пояснює, що все правильно. Клієнт не сперечається, але більше не повертається на даний сервіс. Замість 1000 грн. в день підприємство втратило клієнта, а може і всіх клієнтів.

Для того, щоб клієнт залишався, потрібно працювати на нього. А для цього потрібна наступна група ресурсів – ресурси, які забезпечують успіх.

Ресурси успіху на робочому місці – це ресурси, які формує працівник на своєму робочому місці. Питання вирішується просто – ви розглядаєте конкретний випадок, як випадок на вашому автомобілі, а не автомобілі клієнта. Ви думаете, як можна усунути несправність? Диск реально відновити не можна, потрібна Заміна. Бувають диски б/у, бувають нові. Хто клієнт? Професор, серйозна людина, грошей небагато, але статусний. Треба поцікавитись з приводу диска б/у делікатно і обережно, що б не образити. Потрібно підібрати диск, найбільш подібний за кольором і станом до решти дисків на його автомобілі. Можна запропонувати нові, виробництва кременчуцького заводу, але висловити сумніви з приводу якості. Можна запропонувати імпортований і вказати ціну. Начебто і просте питання, а вирішити непросто. Необхідно знайти спосіб зрозуміти клієнта, задати йому навідні питання, «не бити в лоб». Продемонструвати щире бажання вирішити проблему. Завдання пошуку рішення не просте і вимагає зусиль, уваги та часу. Це ваша робота. Якщо здатні вирішити це завдання – ви приречені на успіх. Скільки рішень вам доводиться приймати протягом дня, місяця, року, багатьох років? Ваша звичка вирішувати проблеми перетворюється на ресурс, який приносить успіх. Ви не тільки ремонтуєте диски, ви працюєте заради задоволення потреби клієнта.

Ресурси, спрямовані на успіх, створюються конкретному працівником, групою працівників, майстром, приймальником, менеджером з продажу запасних частин, начальником сервісу, директором, раціоналізаторами, власником, запозичуються у інших організацій, тощо. Парадокс ресурсів успіху в тому, що по мірі їх застосування, розвитку і вдосконалення, вони не втрачають актуальності. Навпаки, вони стають більш якісними, наповненими, набувають більш значущих властивостей, піднімають роботу на новий рівень, на їх основі народжуються нові підходи, нові рішення. Якщо придбані за гроші ресурси з часом застарівають і потребують заміни, то ресурси, спрямовані на успіх, по мірі розвитку, стають все міцніше і якісніше, піднімаються на новий рівень і

стають новим досвідом, який не можливо копіювати, тому, що це ваш особисті досвід, який потрібно набути самому. В процесі створення цих ресурсів ви стаєте оригінальним фахівцем, робота приносить задоволення, ви реально знаходите успіх, ви потрібні клієнтам, повага з боку працівників підприємства і клієнтів зростає, ваші доходи ростуть. Ви можете сказати: «Я отримую задоволення, а мені за це платять!». Тепер уявіть собі ресурси, які створили всі працівники і кожен з яких став не просто механіком, а унікальним фахівцем з формуванню ресурсів успіху. Навіть якщо у «початкових даних» нічого не змінилося, ніхто не зможе утримати клієнтів, які прагнуть потрапити саме до вас.



Рисунок 1 – Загальна класифікаційна схема ресурсів підприємства
 Figure 1 – General classification scheme of enterprise resources

Ресурси успіху майстра-приймальника

Ми почали з робочого місця. Це необхідно, але недостатньо. Ресурси, спрямовані на успіх мають бути створені на всіх рівнях підприємства, охоплювати всі аспекти його діяльності.

Розглянемо наступний рівень – приймання автомобілів і клієнтів. Перед майстром-приймальником стоїть завдання завантажити кожен з чотирьох підйомників, що закріплені за ним чотирма автомобілями в день. На СТО три майстри-приймальники, кожен з яких прагне якнайкраще завантажити потужності, відібрати кращих механіком, які краще працюють, мають більш високу кваліфікацію і які створили більше ресурсів успіху на своєму робочому місці. Майстер-приймальник також формує ресурси успіху, в якості яких можуть бути: найкраща діагностика автомобіля, краще виконання домовленостей з клієнтом, своєчасне (до початку робіт) забезпечення запасними частинами, уважне виконання домовленостей, чітке дотримання часу, вища ступінь уваги, люб'язності, демонстрація бажання допомогти і вирішити проблему. Майстер-приймальник напрацьовує власну систему ресурсів успіху, відбираючи і шліфуючи їх елементи, перетворюючи окремі елементи в систему якісної роботи з клієнтами. Згодом він набуває нової якості, його система ресурсів успіху робить його фахівцем високого класу. Він отримує можливість щодня забезпечувати повне завантаження робочих місць. Від такого майстра-приймальника нікуди не йдуть клієнти, з ним прагнуть працювати механіки, він все більше заслуговує на увагу і повагу керівництва. Нічого не змінилося, він просто навчився створювати власні ресурси успіху. До того, хто створить більше ресурсів успіху потягнуться бажуючі, він вибере серед них тих, хто на своєму робочому місці створив більш досконалі ресурси успіху. Елементарна внутрішня конкуренція веде до підвищення ефективності і якості робіт та приносить успіх.

Що, власне кажучи, змінилося? Ви просто почали працювати на клієнта. Чи складно це? Просто потрібно прийняти новий погляд на речі і дечому навчитися, здобути навички роботи з клієнтом. Майстру-приймальнику потрібно запам'ятати, що предмет його діяльності не замовлення-наряд, а клієнт та рішення його проблем.

Дві складових вирішують проблему майстра-приймальника:

1. Бажання стати фахівцем в області надання клієнтам якісних послуг, вирішення їх проблем і задоволення їх потреб;
2. Набуття знань і навичок у вирішенні цих завдань.

Після розгляду ресурсів успіху майстра-приймальника виникає потреби в розгляді ресурсів успіху майстра цеху, сервіс-менеджера, директора СТО та інших працівників. Загальні рекомендації з цих питань у статті особливої користі не принесуть, а конкретні розробки для конкретних виконавців – це робота, яка може виконуватися на замовлення підприємств на комерційній основі.

Якщо навести загальні рекомендації, то у вирішенні питання використання ресурсів успіху варто рухатись «знизу-вверх», на противагу звичній стратегії «зверху-вниз», яка формує звичку чекати, що хтось щось нам дасть згори. Це звична умова досягнення. «Зверху» мати успіх неможливо. Тільки працівник знає, що може забезпечувати його успішним. Прагнення до успіху та його реалізація створює загальну атмосферу успіху і ця атмосфера буде сприяти вашому успіху. Але успіх на вашому робочому місці – це ваші досягнення, які ніхто крім вас не створить.

Петро Рондяк, американець українського походження, голова правління компанії-автоімпортера Winer-Group Ukraine, в журналі «Новое Время» (№23, червень 2017) висловив здивування з приводу того, що до нього звертаються з питаннями: «компанія не піклується про мою кар'єру». Він сказав, що в США, кожен сам турбується про свою кар'єру, і не вимагає, щоб хтось за нього це робив. Головне завдання, це інвестиції в персонал.

Ані Білла Гейтса, ані Ілона Маска, ані Цукерберга ніхто не просував. Кожен з них сам себе «просунув». Тому не слід очікувати, що хтось прийде на ваше робоче місце і навчить вас правильно працювати з клієнтом і створить для вас ресурси успіху. Вас можуть навчити на семінарі, вам можуть допомогти літературою, он-лайн програмами, інтернет ресурсами. Вам можуть створити загальну концепцію «ресурсів успіху» і допомогти орієнтуватися в ній, але ваші «ресурси успіху» – це ваші досягнення.

Ресурси успіху підприємства

Індивідуальні ресурси успіху можуть мати результат в умовах індивідуальної діяльності. Але, як тільки ви виходите за рамки особистої роботи, ви стаєте цілком залежні від рівня загальної організації підприємства. Якщо цей рівень є недостатнім, швидше за все ваші успіхи будуть нижчими

за очікувані. Тому індивідуальні ресурси успіху слід розглядати, як складову загальних ресурсів успіху підприємства. Чому це так?

Одного разу генеральний директор авторизованого сервісу сказав мені, що коли йому потрібно прийняти рішення, він звертається до бейджа, розташованого на поясі. На цьому бейджі написані бачення компанії, її місія та цінності. Варіанти вирішення вибираються на основі порівняння результатів переваги в цьому рішенні тієї або іншої цінності, або певного аспекту місії. Рішення не приймається поза рамками цих корпоративних регламентів. Тому, працюючи у фірмі, ви є носієм її місії, цілей та цінностей. Якщо ви не поділяєте цих основоположних досягнень фірми, вам слід покинути її тому, що відхилення від вимог місії і цінностей організації означає погіршення її іміджу, а це неприпустимо.

Ресурси успіху формуються на основі найбільш загальних з них, тих, які фірма виробила протягом своєї історії. Це не просто слова, це сутність призначення підприємства. Місія – це призначення підприємства. Вона має різні формулювання, але суть її у вирішенні проблем споживачів.

Більшість джерел і наукових статей визначають призначення підприємств автосервісу як задоволення потреб споживачів. Якщо розглядати автосервісу як бізнес, то так. Але автосервіс має більш широке призначення – воно пов'язане з підтримкою працездатності автомобілів в умовах їх експлуатації протягом життєвого циклу. Якщо ця функція автосервісу не реалізується, тоді виникає питання, що власне він задовольняє? Яку соціальну функцію він несе в собі? Залежно від того, як ви сформулюєте свою місію, ви будете будувати свою політику, орієнтувати свої ресурси.

Не менш важливий ресурс успіху – корпоративна культура. З трьох різновидів управління – ієрархія, культура і ринок – визначальне значення має орієнтація персоналу на ставлення до клієнтів. Це об'єднує в собі всі складові результату, до якого включено практично всі аспекти ресурсів успіху. Корпоративна культура – це система внутрішньо фірмового управління, на основі якої формуються цінності підприємства і яка, пройшовши через нерозуміння, відхилення, невизнання, ігнорування та інші негаразди, в кінцевому підсумку, стає тим, що об'єднує людей у спільній діяльності і стає основою їх виробничих та життєвих цінностей. Сервісне середовище – основа, на якій будується найважливіший ресурс успіху – корпоративна культура. Якщо сервісна середовище не стає домінуючим ресурсом – успіх не забезпечується.

Корпоративними ресурсами успіху, які найважче реалізувати в умовах автосервісу, де основний вид діяльності пов'язаний зі складною і грубою роботою по ремонту автомобілів, є культура і сервісне середовище. Можливість автосервісу інтерпретувати замовлення в напрямку своїх комерційних інтересів також обмежує можливість створення сервісної середовища. Усунути вказані обмеження можуть ті підприємства, які мають, протягом багатьох років, стабільний колектив, робота в якому престижна і економічно вигідна, в якому є що цінувати. Підприємства, які знаходяться на шляху до такого рівня привабливості, повинні прикладати неймовірні зусилля для просування вперед тому, що крок вперед в одному напрямку може виявитися двома кроками назад в іншому.

Культура приймається і визнається тоді, коли вона є домінуючою умовою для людини, або в разі, коли йому вигідно визнавати і розділяти її.

Культура не формується швидко. Вона йде слідом за історією, матеріальним розвитком, набуттям культурних традицій, які повільно проникають у свідомість, ментальність та зовнішні прояви і, в кінцевому підсумку, стає суттю та формою поведінки.

Найважливішим ресурсом успіху є сервісне середовище. Сервісне середовище – це те, що охоплює всі сторони діяльності підприємства, результатом якого є щирий сервіс. Різниця між служінням і щирим сервісом в тому, що в першому випадку ви змушуєте себе робити, в іншому ви живете тим, що робите. Щирий сервіс – це ваша ідеологія успіху.

Висновки. Автосервіс, в основі діяльності якого лежить задоволення потреб людини, об'єктивно не може бути ефективним без внутрішніх, створених персоналом в рамках своєї діяльності, ресурсів, спрямованих на успіх. Придбані ресурси та робочі місця являються необхідною, але недостатньою умовою успіху. Вони є «гігієнічним» фактором успіху. Сам успіх створює персонал. Персонал, який розуміє потребу тих, для кого він працює і удосконалює свою роботу, для постійного покращення рівня своєї роботи та її результату. Ресурси успіху – це не окремі прояви успіху когось конкретного – це синергія успіху кожного окремо і всіх разом, це сукупність ресурсів, які не можна придбати. Їх може створити персонал. Ці ресурси не можуть бути повторені конкурентами тому, що вони створені індивідуальними зусиллями, які неможливо копіювати.

ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Марков О.Д. Станции технического обслуживания автомобилей. / О.Д. Марков. – К. : Кондор, 2008. – 536 с.
2. Власюк Т.М. Підходи до визначення стадій життєвого циклу галузей промисловості [Електронний ресурс] / Т.М. Власюк. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/7_NND_2009/Economics/41997.doc.htm
3. Курников И.П. Развитие производственно-технической базы автомобильного транспорта. / И.П. Курников, Е.С. Кузнецов. – К.: Выща шк., 1989 – 150 с.
4. Клочков А.К. КРІ и мотивация персонала. Полный сборник практических инструментов / А.К. Клочков. – М. : Эксмо, 2010. – 160 с.
5. Панов М.М. Оценка деятельности и система управления компанией на основе КРІ / М.М. Панов. – М. : Инфра-М, 2013. – 255 с.
6. Поняття і сутність системи управління підприємством [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://subject.com.ua/economic/business/39.html>
7. Інтелектуальні системи моніторингу транспорту / В.П. Волков, В.П. Матейчик, П.Б. Комов, І.П. Гріцук, М. Смешек, Т.В. Волкова, М.П. Цюман. – Харків: Вид-во НТМТ, 2015. – 246 с.
8. Корпоративна культура. Сторінка Wikipedia. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Корпоративна_культура
9. Сайт мережі автосервісів «Вілгуд» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://wilgood.ru>

REFERENCES

1. Markov, O.D. (2008). Stantsyy tekhnicheskoho obsluzhyvaniya avtomobylei [Car maintenance stations]. Kyiv: Kondor [in Russian].
2. Vlasiuk T.M. Pidkhydy do vyznachennia stadii zhyttievoho tsyklu haluzei promyslovosti [Approaches to the definition of the stages of the life cycle of industry]. Retrieved from http://www.rusnauka.com/7_NND_2009/Economics/41997.doc.htm [in Ukrainian].
3. Kurnikov I.P. (1989). Razvitie proizvodstvenno-tehnicheskoy bazyi avtomobilnogo transporta [Development of the industrial and technical base of road transport]. Kyiv: Hight school [in Russian]
4. Klochkov A.K. (2010). KPI i motivatsiya personala. Polnyiy sbornik prakticheskikh instrumentov [KPI and staff motivation. A complete collection of practical tools]. Moskow: Eksmo [in Russian].
5. Panov M.M. (2013). Otsenka deyatelnosti i sistema upravleniya kompaniey na osnove KPI [Evaluation of the activities and management system of the company on the basis of KPI]. Moskow: Infra-M [in Russian].
6. Poniattia i sutnist systemy upravlinnia pidpriemstvom [The concept and essence of the enterprise management system]. subject.com.ua. Retrieved <http://subject.com.ua/economic/business/39.html> [in Ukrainian].
7. Volkov, V.P., Mateichyk, V.P., Komov, P.B., Hritsuk, I.P., Smeshek, M., Volkova, T.V., Tsiuman, M.P. (2015). Intelektualni systemy monitorynhu transport [Intelligent transport monitoring systems]. Kharkiv: NTMT Pub. [in Ukrainian].
8. Korporatyvna kultura. Storinka Wikipedia [Corporate culture. Wikipedia page]. uk.wikipedia.org Retrieved from https://uk.wikipedia.org/wiki/Корпоративна_культура [in Ukrainian].
9. Sait merezhi avtoservisiv «Vilhud» [The site of the network of service centers "Vilgud"]. wilgood.ru. Retrieved from <http://wilgood.ru> [in Russian].

РЕФЕРАТ

Марков О.Д., Ефективність використання ресурсів підприємства автосервісу / О.Д. Марков, Д.О. Савостін-Косяк // Вісник Національного транспортного університету. Серія «Технічні науки». Науково-технічний збірник. – К.: НТУ, 2018. – Вип. 3 (42).

У статті розглянута одна з ключових причин незадовільної якості послуг автосервісу.

Об'єктом дослідження є процес надання послуг з ремонту і обслуговування автомобілів на спеціалізованих станціях технічного обслуговування.

Метою статті є визначення основних причин низької якості автосервісних послуг і пропозицію шляхів підвищення ефективності використання ресурсів підприємства.

Основною причиною недостатньої якості послуг автосервісу та низької ефективності використання виробничих і функціональних ресурсів підприємство є відсутність або недолік ресурсів успіху, які не можуть бути придбані, але можуть бути створені персоналом. Скільки б не було вкладено коштів в обладнання та технології, вони не можуть забезпечити успіх, оскільки поняття «успіх» передбачає створення цінностей для людини. Ці цінності може створити тільки інша людина. Поки співробітник підприємства не створить ці цінності, вони не виникнуть самі по собі. Чи не робоче місце, а людина на робочому місці створює успіх і цей успіх оцінюється і сприймається іншою людиною і, як наслідок, він повертається або не повертається до цього успіху. Створені на кожному робочому місці, і на всіх рівнях, ресурсів успіху забезпечує підйом підприємства на якісно новий рівень в тому випадку, коли вони існують не кожен самі по собі, а створюють загальну атмосферу успіху, перетворюються в нову якість, переходять на новий, більш високий рівень сприйняття. Це ресурси, які відображають кваліфікацію персоналу, його прагнення досягти успіху, відображають індивідуальне і спільне прагнення до успіху.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: РЕСУРСИ ПІДПРИЄМСТВА, РЕСУРСИ УСПІХУ, ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ РЕСУРСІВ, ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РОБОТИ ПІДПРИЄМСТВ АВТОСЕРВІСУ.

ABSTRACT

Markov O.D., Savostin-Kosiak D.O. Efficiency of automotive service enterprise resources use. Visnyk of National Transport University. Series "Technical sciences". Scientific and Technical Collection. Kyiv. National Transport University. 2018. Vol. 3(42).

One of the key reasons for the unsatisfactory quality of automotive services is considered at the paper.

The process of providing vehicles' repair and maintenance services at specialized maintenance stations is the subject of research.

Determining the main causes of automotive services' low quality and developing suggestions to improve the efficiency of enterprise resources use are the goals of the paper.

The main reason for the automotive services' unsatisfactory quality and the low efficiency of the enterprise production and functional resources' use is the lack success resources which cannot be bought, but can be created by personnel. No matter how much money was invested in equipment and technology, they can't ensure success, since the concept of "success" involves the creation of values for a person. These values can only be created by another person. While an employee doesn't create these values, they will not arise on their own. Not a workplace, but a person in the workplace creates success and this success is evaluated and perceived by another person. As a result, this person returns or does not return to the success. Creation the resources of success at each workplace and at all levels ensures the company's recovery to a qualitatively new level, when they do not exist by themselves, but create a common atmosphere of success, turn into a new quality, move to a new higher level of perception. These are resources that reflect the qualifications of the staff, its desire to achieve success, reflect the individual and joint pursuit of success.

KEY WORDS: ENTERPRISE RESOURCES, RESOURCES OF SUCCESS, EFFICIENCY OF RESOURCES' USE, WAYS OF INCREASING THE EFFECTIVENESS OF AUTOMOTIVE SERVICE ENTERPRISES.

РЕФЕРАТ

Марков О.Д. Эффективность использования ресурсов предприятия автосервиса / О.Д. Марков, Д.А. Савостин-Косьяк // Вестник Национального транспортного университета. Серия "Технические науки". Научно-технический сборник. – К. : НТУ – 2018. – Вып. 3(42).

В статье рассмотрена одна из ключевых причин неудовлетворительного качества услуг автосервиса.

Объектом исследования является процесс предоставления услуг по ремонту и обслуживанию автомобилей на специализированных станциях технического обслуживания.

Целью статьи является определение основных причин низкого качества автосервисных услуг и предложение путей повышения эффективности использования ресурсов предприятия.

Основной причиной недостаточного качества услуг автосервиса и низкой эффективности использования производственных и функциональных ресурсов предприятие является отсутствие или недостаток ресурсов успеха, которые не могут быть приобретены, но могут быть созданы персоналом. Сколько бы не было вложено средств в оборудование и технологии, они не могут

обеспечить успех, поскольку понятие «успех» предполагает создание ценностей для человека. Эти ценности может создать только другой человек. Пока сотрудник предприятия не создаст эти ценности, они не возникнут сами по себе. Не рабочее место, а человек на рабочем месте создает успех и этот успех оценивается и воспринимается другим человеком и, как следствие, он возвращается или не возвращается к этому успеху. Создание на каждом рабочем месте, и на всех уровнях, ресурсов успеха обеспечивает подъем предприятия на качественно новый уровень в том случае, когда они существуют не каждый сами по себе, а создают общую атмосферу успеха, превращаются в новое качество, переходят на новый, более высокий уровень восприятия. Это ресурсы, которые отражают квалификацию персонала, его стремление достичь успеха, отражают индивидуальное и совместное стремление к успеху.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: РЕСУРСЫ ПРЕДПРИЯТИЯ, РЕСУРСЫ УСПЕХА, ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РЕСУРСОВ, ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ ПРЕДПРИЯТИЙ АВТОСЕРВИСА.

АВТОРИ:

Марков Олег Давидович, к.т.н., доцент, Національний транспортний університет, доцент кафедри «Технічна експлуатація автомобілів та автосервіс», e-mail: markovod@ukr.net, тел. +380442805621, Україна, 01010, м. Київ, вул. М. Омеляновича-Павленка, 1, к. 410, orcid.org/0000-0001-8023-3389.

Савостін-Косяк Данило Олександрович, Національний транспортний університет, асистент кафедри «Технічна експлуатація автомобілів та автосервіс», e-mail: daniel_s@ukr.net, тел. +380442805621, Україна, 01010, м. Київ, вул. М. Омеляновича-Павленка, 1, к. 406, orcid.org/0000-0002-8795-5939.

AUTHORS:

Markov Oleg D., PhD, associate professor, National Transport University, associate professor of the Department of Technical operation of cars and car services, e-mail: markovod@ukr.net, tel. +380442805621, Ukraine, 01010, Kyiv, M. Omelianovycha-Pavlenka str. 1, of. 410, orcid.org/0000-0001-8023-3389.

Savostin-Kosiak Danylo O., National Transport University, assistant lecturer of the Department of Technical operation of cars and car services, e-mail: daniel_s@ukr.net, tel. +380442805621, Ukraine, 01010, Kyiv, M. Omelianovycha-Pavlenka str. 1, of. 406, orcid.org/0000-0002-8795-5939.

АВТОРЫ:

Марков Олег Давыдович, к.т.н., доцент, Национальный транспортный университет, доцент кафедры «Техническая эксплуатация автомобилей и автосервис», e-mail: markovod@ukr.net, тел. +380442805621, Украина, 01010, г. Киев, ул. Омеляновича-Павленка, 1, к. 410, orcid.org/0000-0001-8023-3389.

Савостин-Косяк Данил Александрович, Национальный транспортный университет, ассистент кафедры «Техническая эксплуатация автомобилей и автосервис», e-mail: daniel_s@ukr.net, тел.: +380442805621, Украина, 01010, г. Киев, ул. Омеляновича-Павленка, 1, к. 406, orcid.org/0000-0002-8795-5939.

РЕЦЕНЗЕНТИ:

Сахно В.П., доктор технічних наук, професор, Національний транспортний університет, завідувач кафедри автомобілів, Київ, Україна.

Біліченко В.В., доктор технічних наук, професор, Вінницький національний технічний університет, завідувач кафедри автомобілів та транспортного менеджменту, Вінниця, Україна.

REVIEWER:

Sakhno V.P., Doctor of Technical Science, professor, National Transport University, Head of the automobile department, Kyiv, Ukraine.

Bilichenko V.V. Doctor of Technical Science, professor, Vinnytsia National Technical University, Head of the vehicles and transport management department, Vinnitsa, Ukraine.