

МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ АВТОСЕРВІСУ

Амеліна Н.К., кандидат економічних наук, Національний транспортний університет, Київ, Україна, kafedra.economica.ntu@gmail.com, orcid.org/0000-0003-3807-5991

Кривенко О.К., Національний транспортний університет, Київ, Україна, kafedra.economica.ntu@gmail.com, orcid.org/0000-0003-2562-340X

Редько Н.О., Національний транспортний університет, Київ, Україна, kafedra.economica.ntu@gmail.com, orcid.org/0000-0002-3411-6218

METHODS FOR ASSESSING THE COMPETITIVENESS OF CAR SERVICE ENTERPRISES

Amelina N.K., Ph.D., National Transport University, Kyiv, Ukraine, kafedra.economica.ntu@gmail.com, orcid.org/0000-0003-3807-5991

Kryvenko O.K., National Transport University, Kyiv, Ukraine, kafedra.economica.ntu@gmail.com, orcid.org/0000-0003-2562-340X

Redko N.O., National Transport University, Kyiv, Ukraine, kafedra.economica.ntu@gmail.com, orcid.org/0000-0002-3411-6218

Постановка проблеми у загальному вигляді. Сфера автосервісу – це галузь діяльності, пов'язана з ремонтом, обслуговуванням, діагностикою, продажем та заміною запчастин для автомобілів. Підвищення конкурентоспроможності сфери автосервісу є важливим аспектом економічного розвитку країн Європи та світу. Автомобільна промисловість, що включає в себе не тільки виробництво автомобілів, але й їх обслуговування та ремонт, є однією з найбільш важливих галузей світової економіки. Розвиток автосервісу є важливим фактором для підтримки ефективності економіки країни в умовах нестабільності, адже він забезпечує зайнятість та збільшення доходів населення, сприяючи не тільки підтримці робочих місць, але й збільшенню доходів країни в цілому. Окрім цього, розвиток автосервісу сприяє підвищенню рівня технологічного розвитку країни. Використання новітніх технологій та обладнання дозволяє автосервісам забезпечувати більш якісне обслуговування та швидший ремонт автомобілів. Це в свою чергу дозволяє підтримувати конкурентоспроможність країни на міжнародному ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій Питання розвитку підприємств автосервісу досліджується багатьма науковцями з різних галузей знань, такими як економіка, менеджмент, технічні науки, соціологія та інші. Серед відомих науковців, що досліджували сферу автосервісу можна виділити: Девід Гаррісон – експерт в галузі менеджменту автосервісу, автор книг «Leading Your Team to Excellence in Automotive Retailing» та «The Complete Guide to Selling Service for the 21st Century». Фредерік Рейнхард – автор книги «The Art of Selling Service: A Guide to Profitable Auto Body Sales», відомий експерт в галузі автомобільного ремонту та обслуговування. Кім Шукала – відомий автор та експерт в галузі автомобільного бізнесу, автор книги «Car Care for the Clueless: Or How to «Make Money» While Maintaining Your Vehicle». Браян Соломон – автор книги «Customer Service: How to Do It Right!», відомий експерт в галузі клієнтського сервісу та задоволення потреб клієнтів у сфері автосервісу.

В Україні також проводяться активні дослідження питань розвитку підприємств автосервісу вітчизняними вченими, зокрема М.Я. Городецьким, О.М. Ложачевською, О.Д. Марковим, В.В. Червяковою, які опублікували свої наукові праці щодо ефективного управління автосервісними підприємствами, організації обслуговування автомобілів, аналізу ринку автосервісних послуг та інших аспектів діяльності підприємств автосервісу.

Постановка завдання. Основним завданням та метою статті є проаналізувати конкурентоспроможність сфери автосервісу в умовах економічної нестабільності та визначити, як використання методики «п'яти сил Поттера» та концепції «6P's» можуть сприяти підвищенню ефективності економіки й їх взаємозв'язок із сферою автосервісу. Відслідкувати вплив економічної нестабільності на сферу автосервісу та її конкурентоспроможність. Розглянути методику «п'яти сил Поттера» та її застосування в сфері автосервісу для визначення конкурентного середовища та

дослідити концепцію «6P's» із для підвищення конкурентоспроможності сфери автосервісу та ефективності економіки в цілому.

Виклад основного матеріалу. У сфері автосервісу існує велика кількість компаній та брендів, які пропонують свої послуги на ринку. Серед найбільших всесвітньовідомих компаній можна виділити Bosch Car Service, Midas, Meineke, AAMCO Transmissions, Jiffy Lube та інші. Крім того, існують багато незалежних автосервісів, які надають якісні послуги за конкурентними цінами. Факторами успіху підприємств автосервісу є якість та швидкість надання послуг, наявність кваліфікованих працівників, конкурентні ціни, доступність та зручність розташування, якість використовуваного обладнання та матеріалів, а також добре розроблена система управління та маркетингові стратегії.

Зокрема, розширення автопарку в країнах з розвинутою економікою дозволяє підприємствам автосервісу забезпечувати роботу на повну потужність і збільшувати свій прибуток. Підприємства автосервісу є важливою складовою економічного розвитку країни, оскільки автомобільний транспорт є одним з найбільш поширених видів транспорту в світі. За допомогою автосервісу здійснюється обслуговування, ремонт та діагностика автомобілів, що дозволяє зберігати їх у гарному стані та продовжувати їх експлуатаційний термін. Попередні роки характеризуються зростанням попиту на послуги автосервісу, оскільки автомобільний парк в країні постійно зростає, а також збільшується вік автомобілів на дорогах. Крім того, вимоги до безпеки дорожнього руху стають все вищими, що також сприяє розвитку автосервісу.

Одним із основних факторів конкурентоспроможності підприємств сфери автосервісу є висока якість наданих послуг і вчасне їх надання. Для цього необхідно мати висококваліфікованих спеціалістів, сучасне обладнання та використовувати технології, які відповідають найсучаснішим стандартам.

Діагностика привабливості діяльності підприємств автосервісу – це процес оцінки конкурентоспроможності та дохідності підприємства в галузі автосервісу. Цей процес включає аналіз різних факторів, які можуть впливати на успішність підприємства, в тому числі на рівень конкуренції, репутацію бренду, рівень технологічного обладнання та досвід та кваліфікацію персоналу.

Мета діагностики привабливості діяльності підприємств автосервісу полягає у визначенні сильних та слабких сторін підприємства, а також виявленні можливих напрямків для його поліпшення [1]. Наприклад, якщо діагностика виявила, що конкуренти мають кращу репутацію, підприємство може зосередитися на покращенні якості своїх послуг та збільшенні рівня задоволеності клієнтів. Оцінка рівня конкуренції та технологічного обладнання може допомогти підприємству визначити свої переваги та недоліки порівняно з іншими гравцями на ринку та планувати свої подальші кроки.

Отримана інформація може бути використана для розробки стратегії розвитку підприємства та вдосконалення його бізнес-процесів, що дозволить збільшити його конкурентоспроможність та прибутковість [2].

Для визначення конкурентної ситуації у сфері автосервісу та виявлення перспектив, ефективними інструментами є діагностика підприємств галузі з використанням методики Майкла Портера та концепції оцінювання привабливості підприємства «6P's».

Для проведення діагностики сфери автосервісу за методикою М. Портера необхідно виконати наступні кроки:

1. Збір та аналіз інформації про ринок та галузь. Для цього необхідно зібрати дані про структуру ринку та галузі, описати тенденції на ринку, визначити конкурентні переваги та слабкі сторони галузі.

2. Використання аналізу «П'яти сил Портера». Для цього необхідно оцінити силу кожного з п'яти конкурентних чинників у галузі та визначити їх вплив на конкурентну ситуацію.

3. Оцінка можливих напрямів для покращення конкурентної ситуації у галузі. Для цього необхідно проаналізувати результати аналізу «П'яти сил Портера» та визначити можливі стратегії для покращення конкурентоспроможності галузі.

4. Виконання додаткового аналізу для підтвердження вибраних стратегій. Для цього можна використати інші методи аналізу, наприклад SWOT-аналіз або аналіз ризиків.

5. Розроблення плану дій для впровадження вибраних стратегій та їх реалізація.

Основною метою діагностики підприємств сфери автосервісу з використанням методики М. Портера є визначення тих чинників, які впливають на конкурентну ситуацію у галузі та

встановлення можливих напрямів для її поліпшення [3]. Для цього використовується аналіз «П'яти сил Портера», який охоплює такі основні конкурентні чинники:

1. Сила конкуренції між підприємствами у сфері автосервісу: Ця сила оцінює, наскільки легко для нових компаній увійти на ринок. В автосервісі це може бути складно, оскільки потрібні значні капіталовкладення в обладнання, персонал та нерухомість. Відкриття нових автосервісів може збільшити конкуренцію на ринку, проте для цього потрібно мати певний капітал і володіти необхідними технологіями, тому ця загроза не є дуже великою. Однак, невисокий рівень прибутковості є головним фактором, що стримує входження нових учасників в галузь, а зростаючі технології та нові конкурентні підходи можуть зробити вхід на ринок більш доступним.

2. Загроза заміщення: Загроза заміни в сфері автосервісу є середньою. Це пов'язано з тим, що автомобілі, як правило, є необхідним засобом транспорту, але в той же час заміна старого автомобіля на новий може стати вигіднішою, ніж проведення дорогих ремонтних робіт. Також, якщо власники автомобілів зможуть самостійно ремонтувати свої машини, то вони можуть не звертатися до автосервісу. У цій сфері є можливість заміни послуг одного сервісного центру на послуги іншого, проте велика частка клієнтів віддає перевагу надійності та якості наданих послуг.

3. Вплив постачальників: Постачальники, що забезпечують запчастини та обладнання, можуть мати значний вплив на підприємства сфери автосервісу. Якщо є обмеженість в поставках або якість поставлених запчастин низька, то це може позначитися на якості послуг автосервісу та призвести до зниження конкурентоспроможності. Хоча постачальники тут не є ключовими гравцями, бо на ринку є досить різноманітний вибір запчастин і матеріалів. Проте, завдяки розвитку електронної комерції, підприємства можуть замовляти запчастини з інших країн, що знижує залежність від постачальників. Однак, від якості продукції постачальників залежить якість виконуваних робіт.

4. Вплив клієнтів: Клієнти автосервісу або, як їх ще називають покупці послуг, можуть мати значний вплив на галузь. Якщо клієнти мають значний досвід переговорів, то це може призвести до зниження цін на послуги та зменшення прибутків. У зв'язку з великою конкуренцією, клієнти мають великий вибір сервісних центрів, адже важливим фактором є якість та ціна послуг. Проте, багато клієнтів віддають перевагу довгостроковим відносинам з автосервісом, який регулярно надає якісні та надійні послуги.

5. Рівень конкуренції: Ця сила відображає ступінь конкуренції у сфері автосервісу. На ринку діють багато сервісних центрів, що пропонують аналогічні послуги.

За методикою «П'ять сил Портера» основні фактори, що впливають на рівень конкуренції в цій сфері, можна описати наступним чином: на ринку автосервісу присутні багато підприємств з різними рівнями кваліфікації та цінами на послуги. Конкурентами на ринку автосервісу можуть бути як офіційні дилери автовиробників, так і незалежні майстерні та сервісні центри. Офіційні дилери мають перевагу у вигляді доступу до оригінальних запчастин та спеціалізованого обладнання, а також можуть надавати гарантії на роботу й запчастини, однак, їхня послуга зазвичай коштує дорожче, ніж у незалежних майстернях.

Незалежні майстерні та сервісні центри можуть мати конкурентну перевагу у вигляді більш низьких цін та більшої гнучкості в роботі з клієнтами. Вони можуть займатися ремонтом різних марок автомобілів та надавати послуги за більш доступними цінами. Однак, їм може бракувати спеціалізованого обладнання та доступу до оригінальних запчастин.

Крім того, на ринку автосервісу можуть діяти також мережі автосервісу, що об'єднують декілька майстерень або сервісних центрів під одним брендом. Їхня перевага полягає у більшому розмаїтті послуг та можливості отримати знижки або бонуси за постійне користування їхніми послугами. Однак, ці мережі можуть мати високі ціни та бути менш гнучкими у роботі з клієнтами.

Отже, провідними факторами успіху в галузі автосервісу можуть виступати:

По перше, якість обслуговування: клієнти часто звертають увагу на якість обслуговування, тому важливо мати кваліфікованих та досвідчених співробітників, які зможуть забезпечити якісний ремонт автомобіля та задовольнити потреби клієнтів.

Важливим фактором також є цінова політика: конкуренція в галузі автосервісу є високою, тому важливо встановлювати конкурентоспроможні ціни на послуги та супутні товари.

Необхідно використовувати ефективні маркетингові стратегії, щоб залучати нових клієнтів та збільшувати продажі.

Розвиток технологій та інновацій. В галузі автосервісу важливо залишатися в тренді та використовувати нові технології й інновації, щоб забезпечувати більш швидкий і ефективний ремонт.

Імідж компанії та керування бізнесом. Важливо мати позитивний імідж компанії, щоб залучати нових клієнтів та зберігати старих. Для цього можна використовувати різноманітні інструменти, такі

як соціальні медіа, відгуки клієнтів, рекламні кампанії тощо. Багато залежить також від досвідчених та кваліфікованих керівників, які зможуть забезпечити ефективне керування бізнесом та розвиток компанії відповідно до змін на ринку.

Оцінювання привабливості підприємств автосервісу є важливим етапом діагностики їх конкурентоспроможності, який дозволяє визначити можливості для покращення конкурентних позицій і подальшого розвитку, визначити рівень їх конкурентоспроможності, а також виявити сильні та слабкі сторони діяльності, що дає змогу розробити стратегії подальшого розвитку. За допомогою концепції «6P's» (Product, Price, Place, Promotion, People, Positioning) можна проаналізувати різні аспекти діяльності підприємств автосервісу, оцінити їх потенціал на ринку та розробити оптимальні маркетингові стратегії. Крім того, оцінка ризиків та контроль діяльності дозволяє зменшити негативний вплив факторів, що можуть вплинути на ефективність підприємства. Проведення аналізу виробничих процесів та управління персоналом дає змогу виявити проблемні зони та знайти шляхи їх вирішення [4].

Концепція «6P's» є інструментом оцінювання привабливості підприємств автосервісу на основі шести факторів, що починаються з літери «P» (рисунок 1).



Рисунок 1 – Концепція «6P's» оцінювання привабливості підприємств автосервісу
Figure 1 – The concept of «6P's» for evaluating the attractiveness of car service enterprises

PRODUCT (ПРОДУКТ) – якість та асортимент послуг, які надає підприємство, включаючи діагностику, ремонт та обслуговування автомобілів, а також наявність додаткових послуг. У концепції оцінювання привабливості є одним з важливих елементів.

Для успішного позиціонування на ринку автосервісу підприємства повинні мати якісне обладнання, матеріали та інструменти, а також висококваліфікованих співробітників з досвідом роботи в галузі. Крім того, важливо мати гнучку та привабливу систему ціноутворення, що враховує якість та обсяг наданих послуг.

Підприємства автосервісу можуть також додатково залучати клієнтів, пропонуючи додаткові послуги, такі як мийка автомобілів, зберігання шин та інші. Для збільшення привабливості продукту можна також працювати над розробкою програм лояльності та акцій для постійних клієнтів. (наприклад, автомийки, автозаправки тощо).

PRICE (ЦІНА) – конкурентоспроможність цін на послуги, які надає підприємство, в порівнянні з конкурентами на ринку. Цінова політика підприємства є важливим чинником, що впливає на привабливість підприємства для потенційних клієнтів.

Для підприємств автосервісу важливо правильно встановлювати ціни на свої послуги, щоб залучити клієнтів та забезпечити дохідність підприємства. При цьому необхідно враховувати цінову конкуренцію в галузі, витрати на надання послуг та рівень попиту на послуги автосервісу, які можуть змінюватись в залежності від ринкових умов. Наприклад, в періоди підвищеного попиту на послуги автосервісу ціни можуть зростати, а в періоди зниженого попиту – зменшуватись. Встановлення правильної цінової політики є важливим елементом успішної діяльності підприємств автосервісу.

PLACE (МІСЦЕ) – розташування підприємства та доступність для клієнтів, включаючи можливість паркування, зручний заїзд, наявність обладнання, відноситься до одного з ключових елементів. Це означає, що успіх автосервісного підприємства в значній мірі залежить від його розташування та доступності для потенційних клієнтів.

Для оцінювання місцезнаходження підприємства використовуються такі критерії:

- розташування – місце, де знаходиться підприємство, повинно бути зручним для клієнтів, легко доступним з доріг, станцій метро, зупинок громадського транспорту;
- конкуренція. Важливо враховувати наявність конкурентів в районі, оскільки наявність багатьох схожих підприємств може зменшити привабливість даного підприємства;
- інфраструктура – район, де знаходиться підприємство, повинен мати розвинену інфраструктуру, що сприятиме залученню клієнтів;
- придорожній трафік. Підприємство повинно знаходитись поруч з дорогами з високим рівнем трафіку.
- вартість нерухомості. Вартість оренди або купівлі нерухомості для підприємства також важлива і може вплинути на його фінансові результати.

Таким чином, місцезнаходження підприємства є важливим фактором в оцінюванні його привабливості для клієнтів. Важливо враховувати різноманітні критерії при виборі місця для розташування автосервісного підприємства, що сприятиме успіху його діяльності.

PROMOTION (ПРОСУВАННЯ) – ефективність маркетингових та рекламних заходів, включаючи рекламні кампанії, знижки, акції тощо. Цей елемент відображає стратегію маркетингових комунікацій підприємства, яка має визначити ефективні способи привернення уваги та залучення клієнтів.

У галузі автосервісу просування може включати в себе рекламні кампанії, участь у виставках та конференціях, рекламу на транспорті, а також використання інтернет-маркетингу та соціальних медіа.

Ефективна стратегія просування дозволить підприємству залучати нових клієнтів, збільшувати продажі та підвищувати свій бренд-імідж на ринку. Однак, для досягнення успіху в цьому елементі, важливо враховувати особливості своєї цільової аудиторії та використовувати ті канали комунікації, які є найбільш ефективними для її залучення.

PEOPLE (ЛЮДИ) – кваліфікація та досвід працівників підприємства, їхні знання та вміння, а також наявність програм підвищення кваліфікації та навчання, відображає важливість персоналу підприємства для забезпечення якісної та ефективної роботи.

Для оцінки людського потенціалу підприємств сфери автосервісу можуть використовуватися наступні показники:

- рівень кваліфікації персоналу – наскільки високо кваліфікованим є персонал підприємства й які можливості для професійного розвитку вони мають;
- кількість персоналу – чи вистачає персоналу для забезпечення якісного та ефективного сервісу;
- мотивація працівників – які стимули мають працівники для ефективної роботи, а також які системи мотивації застосовуються на підприємстві;
- культура організації – які цінності та принципи керують діяльністю підприємства та чи сприяють вони підвищенню ефективності роботи та задоволеності клієнтів;
- рівень задоволеності працівників – наскільки працівники задоволені своєю роботою та які можливості для їхнього відчуття задоволеності має підприємство.

Ефективне управління кадровим потенціалом підприємств сфери автосервісу є важливим фактором успіху в галузі.

POSITIONING (ПОЗИЦІОНУВАННЯ) – це один з елементів концепції «6P's» оцінки привабливості підприємств автосервісу. В контексті цієї концепції позиціонування визначається як розуміння та визначення місця підприємства в ринковому конкурентному середовищі, а також способів зацікавлення та утримання клієнтів.

Для підприємств автосервісу позиціонування може включати такі елементи, як: унікальна пропозиція відносно конкурентів (наприклад, доступні ціни, висока якість обслуговування, широкий спектр послуг тощо), спеціалізація на конкретному виді автомобілів або марок авто, привабливість для конкретної цільової аудиторії тощо.

Ефективне позиціонування може допомогти підприємству автосервісу залучати нових клієнтів, збільшувати кількість повторних покупок та підвищувати загальний рівень задоволеності клієнтів. Це також може сприяти збільшенню конкурентоспроможності та прибутковості підприємства.

Застосування концепції «6P's» в дослідженні їх конкурентоспроможності дозволяє визначити сильні та слабкі сторони підприємства, що забезпечує оцінювання кожного з цих елементів і дозволяє провести діагностику діяльності підприємств галузі автосервісу та визначити напрямки подальшого розвитку. Використання концепції «6P's» допомагає підприємствам автосервісу пристосуватися до змін у попиті на ринку та забезпечувати високу конкурентоспроможність.

Висновки. Методика «П'ять сил Портера» та концепція «6P's» можуть бути корисними інструментами для дослідження конкурентоспроможності підприємства. Методика «П'ять сил Портера» допомагає проаналізувати конкурентну ситуацію на ринку та визначити, які сили впливають на успіх підприємства на конкурентному ринку і дозволить підприємству зрозуміти свої сильні та слабкі сторони, а також визначити можливі шляхи покращення конкурентоспроможності.

Концепція «6P's» дає можливість підприємству розуміти, які фактори найбільше впливають на його успіх: продукт, ціна, місце, просування, люди чи позиціонування. Аналіз кожного з цих елементів допомагає підприємству зрозуміти, які аспекти його бізнесу потребують покращення, щоб підвищити його конкурентоспроможність.

Обидві методики можуть бути застосовані разом для дослідження конкурентоспроможності підприємства. Аналіз «П'ять сил Портера» допоможе визначити, які фактори впливають на конкурентну ситуацію на ринку, тоді як концепція «6P's» дозволить проаналізувати, які фактори впливають на саме підприємство автосервісу. Результати цих аналізів можуть сприяти розробці стратегій, які дозволять покращити його конкурентоспроможність і досягти успіху на ринку.

ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Aghion P, Jones BF, Jones CI. Artificial Intelligence and Economic Growth. 2017. Матеріали сайту // URL: <https://scholar.harvard.edu/aghion/publications/artificial-intelligence-and-economic-growth> (дата звернення 13.03.2023).
2. Global electric vehicle market 2020 and forecasts Shanghai (China), Bengaluru (India), Singapore, Reading (UK) and Portland (US). Canals Newsroom- Global electric vehicle market. 2020. 11 p.
3. Michael E. Porter, James E. Heppelmann «How smart, connected products are transforming companies». Harvard business school publishing corporation. 2015. 19 p.
4. Амеліна Н.К. Оцінювання та зниження інвестиційних ризиків підприємств автосервісу: автореф. дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук 08.00.04. Київ, 2021.20с.

REFERENCES

1. Aghion P, Jones BF, Jones CI. Artificial Intelligence and Economic Growth. 2017. Матеріали сайту // URL: <https://scholar.harvard.edu/aghion/publications/artificial-intelligence-and-economic-growth> (дата звернення 13.03.2023).
2. Global electric vehicle market 2020 and forecasts Shanghai (China), Bengaluru (India), Singapore, Reading (UK) and Portland (US). Canals Newsroom- Global electric vehicle market. 2020. 11 p.
3. Michael E. Porter, James E. Heppelmann «How smart, connected products are transforming companies». Harvard business school publishing corporation. 2015. 19 p.
4. Amelina N.K. Evaluation and reduction of investment risks of car service enterprises: PhD thesis for the degree of Candidate of Economic Sciences 08.00.04. Kyiv, 2021. 20 p.

РЕФЕРАТ

Амеліна Н.К. Методи оцінювання конкурентоспроможності підприємств сфери автосервісу / Н.К. Амеліна, О.К. Кривенко, Н.О. Редько // Вісник Національного транспортного університету. Серія «Економічні науки». Науковий журнал. – К.: НТУ, 2023. – Вип. 2 (56).

В статті запропоновано дослідити та проаналізувати конкурентоспроможність сфери автосервісу в умовах економічної нестабільності та визначити, як використання методики «п'яти сил Портера» та концепції «6P's» можуть сприяти підвищенню ефективності економіки й їх

взаємозв'язок із сферою автосервісу. Розглянуто методику «п'яти сил Поттера» та її застосування в сфері автосервісу для визначення конкурентного середовища. Розроблено концепцію «6P's» із для підвищення конкурентоспроможності сфери автосервісу та ефективності економіки в цілому.

Метою статті є аналіз основних методів оцінювання конкурентоспроможності підприємств сфери автосервісу та їх застосування.

Об'єктом дослідження статті є підприємства, які працюють у сфері автосервісу.

Основний фокус статті зосереджений на розгляді методики «п'яти сил Поттера» та концепції «6P's». Аналізуючи різні методи, стаття ставить за мету допомогти обрати найбільш ефективні інструменти для оцінки конкурентоспроможності підприємств в сфері автосервісу, що може допомогти їм покращити свої позиції на ринку. Для визначення конкурентної ситуації у сфері автосервісу та виявлення перспектив, ефективними інструментами є діагностика підприємств галузі з використанням методики Майкла Портера та концепції оцінювання привабливості підприємства «6P's». Для цього використовується аналіз «П'яти сил Портера», який охоплює такі основні конкурентні чинники: сила конкуренції між підприємствами у сфері автосервісу; загроза заміщення; вплив постачальників; вплив клієнтів та рівень конкуренції.

За допомогою концепції «6P's» (Product, Price, Place, Promotion, People, Positioning) запропоновано проаналізувати різні аспекти діяльності підприємств автосервісу, оцінити їх потенціал на ринку та розробити оптимальні маркетингові стратегії. Крім того, оцінка ризиків та контроль діяльності дозволяє зменшити негативний вплив факторів, що можуть вплинути на ефективність підприємства. Проведення аналізу виробничих процесів та управління персоналом дає змогу виявити проблемні зони та знайти шляхи їх вирішення. Застосування концепції «6P's» в дослідженні конкурентоспроможності дозволяє визначити сильні та слабкі сторони підприємства, що забезпечує оцінювання кожного з цих елементів і дозволяє провести діагностику діяльності підприємств галузі автосервісу та визначити напрямки подальшого розвитку. Використання концепції «6P's» допомагає підприємствам автосервісу пристосуватися до змін у попиту на ринку та забезпечувати високу конкурентоспроможність. Отже, методика «П'ять сил Портера» може бути корисним інструментом для вивчення конкурентоспроможності підприємства, що допоможе підприємству зрозуміти свої переваги та недоліки, а також знайти можливості для покращення своєї конкурентоспроможності. Концепція «6P's» дає можливість підприємству розуміти, як кожний з елементів сприяє підвищенню конкурентоспроможності і які аспекти його бізнесу потребують покращення. Результати цих аналізів можуть сприяти розробці стратегій, які дозволять покращити його конкурентоспроможність і досягти успіху на ринку.

У статті було розглянуто методику «П'ять сил Портера», концепцію «6P's», які дозволяють визначити сильні та слабкі сторони підприємства та знайти шляхи покращення його конкурентоспроможності. Результати такого оцінювання можуть допомогти підприємствам визначити свої основні напрями розвитку та прийняти ефективні маркетингові стратегії для досягнення більш високої конкурентоспроможності.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: ПІДПРИЄМСТВА АВТОСЕРВІСУ, КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ, СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ, МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ, ДІАГНОСТИКА ДІЯЛЬНОСТІ.

ABSTRACT

Amelina N.K., Kryvenko O.K., Redko N.O. Methods for assessing the competitiveness of car service enterprises. Visnyk National Transport University. Series «Economic sciences». Scientific journal. – K.: NTU, 2023. – Issue 2 (56).

The article proposes to study and analyse the competitiveness of the car service sector in the context of economic instability and determine how the use of the Potter's Five Forces methodology and the 6P's concept can contribute to improving the efficiency of the economy and their relationship with the car service sector. The methodology of "Potter's Five Forces" and its application in the sphere of car service to determine the competitive environment are considered. The concept of "6P's" is developed to increase the competitiveness of the car service sector and the efficiency of the economy as a whole.

The article is aimed at analysing the main methods for assessing the competitiveness of car service enterprises and their application.

The object of the article is enterprises operating in the field of car service.

The main focus of the article is on the Potter's Five Forces methodology and the 6P's concept. By analysing various methods, the article aims to help select the most effective tools for assessing the competitiveness of car service businesses, which can help them improve their market position. In order to

determine the competitive situation in the car service sector and identify prospects, effective tools include diagnostics of enterprises in the industry using Michael Porter's methodology and the concept of assessing the attractiveness of an enterprise "6P's". For this purpose, the analysis of Porter's Five Forces is used, which covers the following main competitive factors: the strength of competition between car service businesses; the threat of substitution; the influence of suppliers; the influence of customers; and the level of competition.

Using the concept of "6P's" (Product, Price, Place, Promotion, People, Positioning), it is proposed to analyse various aspects of the activities of car service enterprises, assess their potential in the market and develop optimal marketing strategies. In addition, risk assessment and control of activities allows to reduce the negative impact of factors that may affect the efficiency of the enterprise. Analysing production processes and human resources management helps to identify problem areas and find ways to solve them. The application of the 6P's concept in the study of competitiveness allows to identify the strengths and weaknesses of the enterprise, which ensures the assessment of each of these elements and allows to diagnose the activities of enterprises in the car service industry and determine the directions of further development. The use of the 6P's concept helps car service enterprises to adapt to changes in market demand and ensure high competitiveness. Thus, the Porter's Five Forces methodology can be a useful tool for studying the competitiveness of an enterprise, which will help the enterprise to understand its advantages and disadvantages, as well as to find opportunities to improve its competitiveness. The 6P's concept enables an enterprise to understand how each of the elements contributes to its competitiveness and what aspects of its business need to be improved. The results of these analyses can help to develop strategies that will improve its competitiveness and achieve market success.

The article considers the Porter's Five Forces methodology and the 6P's concept, which allow identifying the strengths and weaknesses of an enterprise and finding ways to improve its competitiveness. The results of such an assessment can help enterprises identify their main areas of development and adopt effective marketing strategies to achieve higher competitiveness.

KEYWORDS: CAR SERVICE ENTERPRISES, COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES, DEVELOPMENT STRATEGY, EVALUATION METHODS, DIAGNOSTICS OF ACTIVITY.

АВТОРИ:

Амеліна Наталія Костянтинівна, кандидат економічних наук, доцент, Національний транспортний університет, Київ, Україна, доцент кафедри «Економіки», e-mail: kafedra.economica.ntu@gmail.com, тел.: +380442803016, orcid.org/0000-0003-3807-5991

Кривенко Олена Костянтинівна, Національний транспортний університет, Київ, Україна, старший викладач кафедри «Економіки», e-mail: kafedra.economica.ntu@gmail.com, тел.: +380442803016, orcid.org/0000-0003-2562-340X

Редько Наталія Олександрівна, Національний транспортний університет, Київ, Україна, старший викладач кафедри «Економіки», e-mail: kafedra.economica.ntu@gmail.com, тел.: +380442803016, orcid.org/0000-0002-3411-6218

AUTHOR:

Amelina Nataliia, PhD in Economics, Associate Professor, National Transport University, Kyiv, Ukraine, Associate Professor of the Department of Economics, e-mail: kafedra.economica.ntu@gmail.com, tel.: +380442803016, orcid.org/0000-0003-3807-5991

Kryvenko Olena, National Transport University, Kyiv, Ukraine, Senior Lecturer, Department of Economics, e-mail: kafedra.economica.ntu@gmail.com, tel.: +380442803016, orcid.org/0000-0003-2562-340X

Redko Nataliia, National Transport University, Kyiv, Ukraine, Senior Lecturer, Department of Economics, e-mail: kafedra.economica.ntu@gmail.com, tel.: +380442803016, orcid.org/0000-0002-3411-6218

РЕЦЕНЗЕНТИ:

Бондаренко Є.В., доктор економічних наук, професор, президент Української академії інвестицій в науку і будівництво, Київ, Україна.

Гришук О.К., кандидат технічних наук, професор, Національний транспортний університет, Київ, Україна

REVIEWER:

Bondarenko E.V., Ph.D., (Dr.), professor, President of Ukrainian Academy of Investments in Science and Construction, Kyiv, Ukraine.

Grischuk O.K., Ph.D. in Technical Science, professor, National Transport University, Kyiv, Ukraine