

Підсекція «Якість, стандартизація та сертифікація»

УДК 656.1:006.065

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ОЦІНКИ ЯКОСТІ МЕРЕЖІ АВТОСЕРВІСУ

Студ. А. В. Дрьомов, гр. МГЯС - 18

Науковий керівник: д.т.н., професор М. А. Зенкін
Київський національний університет технологій та дизайну

Мета і завдання. Метою дослідження є удосконалення системи оцінки якості мережі автосервісу та підвищення ефективності функціонування підприємств автосервісу (ПА) на основі розроблених теоретико-методичних і практичних положень щодо комплексної оцінки рівня якості послуг, що надаються. Для досягнення поставленої мети вирішуються наступні завдання: проаналізувати теоретичні підходи до оцінки рівня якості технічного обслуговування (ТО) і ремонту (Р) автомобілів; розробити теоретико-методологічні основи комплексної оцінки рівня якості послуг підприємств автосервісу.

Об'єкт та предмет дослідження. Об'єкт досліджень - підприємства автосервісу міста Києва. Предмет досліджень - методи визначення рівня якості послуг, що надаються ПА, а також фактори, що його визначають.

Результати дослідження.

Визначальним фактором розвитку ринку послуг з техобслуговування є парк автомобілів і тенденції його зростання. Закономірності розвитку автомобільного парку в Україні сьогодні можна порівняти з закономірностями розвитку в країнах з розвинутою автомобільною промисловістю. Останні роки відзначені високими темпами автомобілізації, як по країні, так і в окремих регіонах. Так щорічне зростання числа автомобілів становить 5 - 8%. У свою чергу збільшення чисельності автомобілів призводить до підвищення попиту на послуги підприємств автосервісу. Автомобільний парк в Україні неоднорідний за своєю структурою, віком автомобілів тощо, що зумовлює наявність різних ПА, здатних задовольнити різноманітні запити споживачів [1].

Високі темпи зростання автомобільного парку визначили підвищення попиту на послуги ПА і привели до швидкого розвитку підприємств, що надають послуги в цій галузі. На сьогоднішній день успішно функціонують і розвиваються ПА різних форм власності, видів діяльності та форм обслуговування - фірмові центри з технічного обслуговування і ремонту, дилерські центри, приватні незалежні СТО та гаражні майстерні. Таким чином, можна відзначити, що попит на послуги з технічного обслуговування ТО і ремонту автотранспортних засобів задоволений (або задовольняється більша його частина) в кількісному плані. При цьому питання якості послуг, що надаються є злободенним. Проведені дослідження показали, що тільки на 43% ПА виконується вихідний контроль якості послуг, що надаються, а вхідний контроль за рідкісним винятком не виконується взагалі і лягає тягарем на плечі замовника послуг (автовласника) [2].

В результаті розвитку за ринковими механізмами утворилося конкурентне середовище. У ситуації, що склалася, кількісне задоволення попиту на послуги ПА, їх якість стає вагомим аргументом в забезпеченні конкурентоспроможності. Перед керівниками ПА стоїть складне завдання - адекватно сучасним умовам оцінити якість послуг з ТО і Р автомобілів, виявити резерви для його підвищення, спрогнозувати зміну рівня якості послуг при проведенні коригувальних заходів.

Аналіз вітчизняного та зарубіжного досвіду, накопиченого при створенні і використанні різного виду систем управління якістю, побудованих на принципах загального управління якістю (TQM), показав, що обов'язковим етапом при управлінні рівнем якості є визначення фактичного рівня якості продукції підприємства.

До сьогоднішнього дня накопичено багатий матеріал, присвячений питанням, пов'язаним з оцінкою рівня якості продукції та послуг, а також методам його управління.

Аналіз літературних джерел показав, що практичне застосування знайшли лише поодинокі показники якості послуг з ТО і Р автомобілів. Обмеженнями щодо застосування існуючих показників в сучасних умовах є їх спеціалізованість. Крім того, в сучасних умовах ринкових відносин і конкурентної боротьби необхідно враховувати суб'єктивну думку



споживача, його задоволеність від споживання послуги, рівень якої залежить не тільки від технічної якості виконання послуг, а й від функціональної їх якості [3].

Перераховані вище обмеження висувають вимогу розробки і дослідження універсальних показників або їх системи, які можуть бути застосовані для визначення рівня якості послуг ПА. Крім того, аналіз існуючих методів оцінки рівня якості дозволяє зробити висновок, що вони, кожен окремо, є суб'єктивними. Тому, для більш повної і об'єктивної оцінки рівня якості послуг, що надаються ПА, необхідно використовувати багатокритеріальні методи оцінки: організаційного, технічного, технологічного та економічного рівнів підприємства.

В результаті теоретичних досліджень було виділено п'ять підсистем ПА, і ґрунтуючись на принципах програмно-цільових методів управління технічними системами розраховані їх ваги в досягненні кінцевої мети підприємства, яка в даній роботі сформульована як «надання якісних автосервісних послуг споживачеві». Отримані наступні ваги підсистем ПА: підсистема організації ТО і Р ($KB_1 \sim 0,25$); підсистема менеджменту ($KB_m = 0,22$); підсистема персоналу ($KB_j = 0,20$); підсистема виробничо-технічної бази ($KB_v = 0,18$); підсистема матеріально-технічного забезпечення ($KB_t = 0,15$).

В результаті теоретичних досліджень встановлено, що в якості методу згортання відносних показників може застосовуватися комплексний середньозважений арифметичний показник рівня якості послуг, що надаються ПА (коли для всіх показників справедливо $q > 0,5$) або комплексний середньозважений геометричний показник рівня якості послуг, що надаються ПА (коли хоча б для одного $q < 0,5$).

В ході експериментальних досліджень встановлено, що всі значення відносних показників для обраних ПА м. Києва $q > 0,5$, а в якості комплексного показника був обраний середньозважений арифметичний показник рівня якості послуг ПА.

Проведений кореляційні аналіз статистичних даних, отриманих в результаті експериментальних досліджень, показав, що обрані відносні показники рівня якості не колінеарні між собою, а значить гіпотеза про склад їх в комплексному показнику рівня якості послуг, що надаються ПА, підтверджується.

Висновки. В результаті проведеного дослідження встановлено, що основними факторами, які надають значний вплив на якість послуг, що надаються для ПА, є: рівень якості вихідних матеріалів, комплектуючих і запасних частин, а також забезпеченість технологічним обладнанням та рівень кваліфікації виконавців послуг.

Аналізуючи проблему сучасного ринку автотранспортних послуг, з'ясовано, що критичне ставлення клієнтів до застарілого обслуговування не може бути притаманним для існування сучасних підприємств автосервісу. У сучасних умовах євроінтеграції виживають тільки дилерські, мережеві, авторизовані центри обслуговування автотранспортних засобів, які пристосовані для більш заможного класу споживачів. Доведено, що звичайні станції технічного обслуговування задовольняють вимоги сучасного споживача за критерієм ціни на отриману послугу, але не можуть повною мірою охопити потреби клієнта в якісному обслуговуванні. Цей показник дуже відстає від європейських стандартів, тому сучасним автосервісним підприємствам необхідно переймати досвід обслуговування країн-сусідів.

Ключові слова: автомобіль, обслуговування, якість послуг.

ЛІТЕРАТУРА

1. Офіційний сайт «Укравто». URL: <http://www.ukravto.ua/>.
2. Офіційний сайт «Богдан». URL: <http://bogdan.ua/>.
3. Бідняк М.Н., Городецький М.Я. Методичні засади підвищення конкурентоспроможності підприємств автосервісу. Вісник НТУ. 2016. Вип. 2. – С.231 – 240.