

УДК 338.137

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ АВТОСЕРВІСУ

Удовіков І.С., студент

*(Харківський національний технічний університет сільського господарства
імені Петра Василенка)*

Конкурентоспроможність – комплексна характеристика товару чи послуг, яка визначає його переваги на ринку порівняно з аналогічними товарами, послугами конкурентами за ступенем задоволення, потреби та витратами на це задоволення [1]. Конкурентоспроможність автосервісного підприємства – це надання якісних послуг, з меншими економічними затратами, в зручний час ніж конкурентні підприємства.

Для оцінки конкурентоспроможності автосервісного підприємства необхідно систематично проводити порівняння показників її роботи з показниками основних конкурентів, здійснюваних своєю діяльністю в тому ж сегменті ринку. Це дасть можливість приймати і реалізовувати своєчасні рішення, спрямовані на підтримку або підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства [2].

Основними напрямками підвищення рівня конкурентоспроможності автосервісних підприємств є: освоєння новітніх технологій з ремонту автомобілів; зміна морально застарілого обладнання на сучасне; підвищення кваліфікації робітників; застосування гнучкої цінової політики; створення баз постійних клієнтів, надання їм знижок; підвищення загальної культури і репутації автосервісного підприємства. Підвищенню конкурентоспроможності автосервісного підприємства сприяє гнучкість цін, в основі якої лежать пільгові знижки на найбільш популярні ремонти, знижки на комплексне обслуговування; робота сервісного менеджера з клієнтами; налагодження логістики підприємства, запис клієнта на зручний час для нього; створення баз постійних клієнтів з веденням всієї історії ремонту.

Отже, підвищення якості професійних послуг, скорочення часу виконання замовлень, застосування гнучкої цінової політики, робота сервісного менеджера з клієнтами, підвищення загальної культури та репутації автосервісного підприємства дають можливість підприємствам надійно закріпити свої позиції в боротьбі за конкурентоспроможність.

Список літератури

1. Іванова Ю.Б., Тищенко О.М. Теоретичні основи конкурентної стратегії підприємства. Монографія. – Х., ИНЖЭК. – 2006. – с.10.
2. Захаров О.М. Економічна сутність та механізми підвищення конкурентоспроможності підприємства. (Світовий досвід) // Зовнішньоекономічний бюлетень. – 2004. – № 4. – С.11-20.