

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ СТАНЦИЙ ТЕХНИЧЕСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ И ПУТИ ЕЕ ПОВЫШЕНИЯ

Н.В. Пеньшин

*ГОУ ВПО «Тамбовский государственный технический университет»,
г. Тамбов*

Ключевые слова и фразы: автосервис; качество автосервисных услуг; конкурентоспособность; потребитель; ремонт; техническое обслуживание.

Аннотация: Изложены направления повышения конкурентоспособности станций технического обслуживания (СТО). Рассмотрены проблемы качества автосервисных услуг. Обозначена роль менеджмента в совершенствовании деятельности СТО.

Конкурентоспособность автосервисного предприятия – это такое экономическое состояние, которое позволяет предприятию успешно функционировать и развиваться в условиях конкурентного рынка автосервисных услуг.

Уровень автосервисного обслуживания должен отражать объем, структуру услуг и качество предоставления этих услуг.

Уровень конкурентоспособности станций технического обслуживания определяется уровнем конкурентоспособности выполняемых ими услуг, которая, в свою очередь, обеспечивается степенью привлекательности услуг для конкретного потребителя.

Для оценки конкурентоспособности СТО необходимо систематически проводить сравнение показателей ее работы с показателями основных конкурентов, осуществляющих свою деятельность в том же секторе рынка [1].

Основными направлениями повышения уровня конкурентоспособности СТО являются:

- повышение качества выполняемых услуг;
- сокращение времени выполнения заказов;
- диверсификация производства (услуг);
- применение гибкой ценовой политики;
- повышение общей культуры и репутации СТО.

Главным в конкурентной борьбе предприятий автосервиса является качество обслуживания потребителя.

Качество обслуживания – это совокупность потребительских свойств услуг, отражающих удовлетворение индивидуальных потребностей как в процессе производства услуги, так и в процессе обслуживания.

Качество услуг может быть достигнуто за счет применения прогрессивного оборудования, рациональной организации и стимулирования труда, контроля качества, использования при ремонте запасных частей, отличающихся высоким качеством и надежностью в эксплуатации, и т.д. [5].

Срок выполнения автосервисной услуги выступает как важнейший показатель, характеризующий эффективность работы предприятия.

Сокращение срока оказания автосервисных услуг уменьшает потребность в оборотных средствах, ускоряет их оборачиваемость, дает возможность увеличивать объем реализации услуг при данном оборудовании и производственных площадях. Сокращение

сроков исполнения услуги является одним из элементов достижения конкурентоспособности предприятий автосервиса [4].

С целью сокращения времени на использование заказов на крупных и технически оснащенных СТО применяют агрегатный метод ремонта, предусматривающий замену неисправного агрегата новым или ранее восстановленным. При этом владельцы автомобилей устанавливают разницу между ценой нового или восстановленного агрегата и снятого с их автомобиля. Снятый агрегат СТО можно приобрести для последующего ремонта и продажи. Цены на восстановленные агрегаты должны быть на 20–40 % ниже цен на новые. Зарубежный опыт показывает, что доходность при продаже восстановленных агрегатов не ниже, чем при продаже новых [3].

Повышению конкурентоспособности автосервисного предприятия способствует гибкость цен, в основе которой лежат льготные скидки на наиболее популярные ремонты, скидки по случаю праздников, применение льготных цен в вечернее и ночное время, в случае большого объема заказа и т.д.

Высокое качество услуг, применение гибких цен и гарантий на выполнение работы является основой имиджа, деловой репутации любого автосервисного предприятия. Однако не меньшее значение в создании деловой репутации и повышении конкурентоспособности имеет культура обслуживания, внимательное отношение к клиентам, внешний вид и манера общения персонала, стремление вызвать у клиента доверие, вид здания, рабочего места, и др.

Основная роль в решении этих проблем отводится менеджменту, который решает такие задачи, как:

- доводит до персонала цели, которые предприятие пытается достичь;
- вовлекает сотрудников в разработку соответствующих стандартов обслуживания;
- создает систему стимулирования для сотрудников;
- осуществляет контакт с клиентами с целью выяснения их потребностей и проблем в обслуживании;
- создает систему измерения качества обслуживания [4].

Большие возможности в повышении конкурентоспособности автосервисных предприятий заключаются в диверсификации услуг и способов их выполнения. Необходимость в диверсификации производства возникает в том случае, если на автосервисном предприятии появляется тенденция ухудшения финансового состояния из-за резкого уменьшения спроса на услуги. Причем эти услуги могут носить непроизводственный характер и быть не связанными технологически с основными видами деятельности. Подобная ситуация чаще всего возникает в том случае, если на СТО появляется тенденция в ухудшении финансового состояния из-за резкого уменьшения спроса на услуги по техническому обслуживанию и ремонту. В то же время, любое успешно функционирующее СТО может использовать диверсификацию для расширения своих производственных возможностей, привлечения клиентуры, объема продаж и увеличения своих конкурентных преимуществ [4].

В качестве такой сопутствующей непроизводственной услуги можно назвать торговлю новой техникой, запасными частями, эксплуатационными материалами, которая получила широкое применение на практике [2].

Эти предприятия представляют интересы заводов изготовителей, рассматривают все претензии по гарантиям, выполняют ремонт только в соответствии с технологией, рекомендованной изготовителями, обеспечивают поставку любых запасных частей, включенных в прейскуранты изготовителей. Официальные дилеры могут решать только те проблемы, которые имеют полную техническую, информационную, правовую поддержку изготовителей. Свою деятельность они осуществляют по договорам с заводами изготовителями, причем заводы стараются исключить любые риски в деятельности дилеров, поскольку, в связи с банкротством дилера, они теряют автосервисный рынок.

Особое значение для повышения конкурентоспособности СТО имеет маркетинговое изучение рынка автосервисных услуг, потребностей и запросов клиентуры. Для сбора указанной информации используются различные методы, в том числе анкетный опрос, заказ-наряды и т.д.

Применение разнообразных способов организации автосервисных услуг, повышает эффективность функционирования СТО и ее конкурентоспособность.

Так, предварительная запись на выполнение работ создает удобства для клиента, обеспечивает упорядоченный прием автомобилей, равномерность загрузки участков и производства СТО.

Привлекательность абонентского обслуживания заключается в скидках, благодаря которым выполняются возможные непредвиденные работы, которые СТО берет на себя. Таким образом, СТО закрепляет за собой клиента.

Предварительная комплектация заказов сокращает время нахождения автомобиля в ремонте.

Ведение картотеки постоянных клиентов дает возможность определять техническое состояние автомобиля, планировать его обслуживание и ремонт, иметь информацию о поломках, применять систему скидок и т.д.

Метод гарантированного технического обслуживания и ремонта дает гарантию на запасные части и выполненные работы.

Для повышения конкурентоспособности СТО выполняют следующие услуги:

- техническая консультация владельца по поводу технического состояния автомобиля, его неисправностей и способов их устранения;
- определение технического состояния автомобиля без устранения неисправностей;
- предоставление услуг по техническому обслуживанию и ремонту без участия владельца автотранспортного средства, начиная с оформления заказа и заканчивая выдачей отремонтированного автомобиля;
- услуги на дому, когда работники СТО прибывают на место нахождения автомобиля и устраняют неисправность [4].

В сельской местности проблема территориальной доступности автосервисных услуг стоит особенно остро, поскольку строить здесь СТО зачастую экономически нецелесообразно. В этих условиях может быть применен выездной автосервис.

Выездной автосервис осуществляется на договорной основе и выполняется, в основном, малыми городскими предприятиями автосервиса или придорожными СТО.

Важнейшим условием повышения конкурентоспособности станций технического обслуживания является обеспеченность их квалифицированными кадрами. Это условие имеет особое значение для СТО, специализирующихся на техническом обслуживании и ремонте автомобилей иностранного производства, отличающихся более сложной конструкцией.

Для работы на рынке автосервисных услуг нужны квалифицированные кадры, имеющие специальное образование. Мировые тенденции развития рынка автосервисных услуг свидетельствуют об абсолютном преобладании на предприятиях автосервиса персонала с высшим техническим образованием [4].

Список литературы

1. Управление автосервисом : учеб. пособие / Под. ред. Л.Б. Миротина, М. : «Экзамен», 2004. – 320 с.
2. Волгин, В.В. Автосервис: маркетинг и анализ / В.В. Волгин. – М. : Издательство торг. корпорации «Дашков и К», 2004.
3. Волгин, В.В. Автосервис: Создание и сертификация: Практическое пособие / В.В. Волгин. – М. : Изд-во – торговая корпорация «Дашков и К», 2007. – 620 с.

4. Бычков, В.П. Эффективность производства и предпринимательство в автосервисе : учеб. пособие / В.П. Бычков, Н.В. Пеньшин. – Тамбов : Изд-во Тамб. гос. тех. ун-та, 2007. – 304 с.

5. Напольский, Г.М. Технологическое проектирование автотранспортных предприятий и станций технического обслуживания / Г.М. Напольский. – М. : Транспорт, 1985. – 231 с.

© Н.В. Пеньшин, 2009