

ФОРМИРОВАНИЕ РЫНКА АВТОСЕРВИСНЫХ УСЛУГ

© 2008 С.А. Калашников, Т.А. Галкина*

Ключевые слова: рынок, качество, автосервис, имидж, квалифицированное обслуживание, спрос.

Раскрыты аспекты формирования российского рынка автосервисных услуг, приведена классификация существующих автосервисных предприятий и их услуг, отмечены конкурентные преимущества, недостатки каждой классификационной группы, а также прочие особенности.

Рост парка автомобилей предъявляет повышенные требования к функционированию и развитию такой отраслевой группы услуг, как услуги по ремонту и техническому обслуживанию автотранспортных средств. Эти услуги целесообразно объединить под общим названием "услуги автосервиса". Данный термин широко используется в среде автовладельцев и профессионалов, оказывающих данные услуги. Быстрый рост автопарка свидетельствует о том, что резервы роста данного направления сферы услуг далеко не исчерпаны.

Автосервис - одна из наиболее динамичных и быстро развивающихся отраслей сферы услуг.

В широком смысле рынок автосервисных услуг - это отношения между субъектами данного рынка, т.е. автовладельцами и предприятиями системы автосервиса.

С точки зрения взаимоотношений спроса и предложения под рынком автосервисных услуг следует понимать особый институциональный механизм, опосредствующий отношения по поводу купли-продажи услуг, направленных на поддержание работоспособности и восстановления автомобиля в течение всего срока эксплуатации.

Система автосервиса должна обеспечивать в пределах требований клиентов и технических требований автомобиля его исправность, безотказность и максимальный коэффициент технической готовности, а также минимальные затраты времени клиента на поддержание работоспособности автомобиля.

Включение в систему автосервиса торговли запасными частями, материалами, новыми и комиссионными автомобилями, ремонтными деталями, агрегатами и принадлежностями связано,

во-первых, с необходимостью обязательной предпродажной подготовки автомобиля, во-вторых, с целесообразностью организации при предприятии, оказывающем услуги, торговли сопутствующими товарами.

Поддержание и восстановление работоспособности автомобилей включают в себя услуги по контролю технического состояния, техническому обслуживанию и ремонту.

Обеспечение технической эксплуатации автотранспорта включает в себя элементы снабжения автомобиля эксплуатационными материалами, топливом и обеспечение надежности автомобиля.

Из комплекса услуг по обеспечению технической эксплуатации к системе автосервиса целесообразно отнести в первую очередь услуги противокоррозионной защиты (с позиций технологии и периодичности возникновения спроса). Услуги по обеспечению автотранспортного средства топливом в систему автосервиса не входят, а относятся к более масштабной системе.

Основную долю услуг обеспечения условий использования автомобиля занимают услуги по созданию жизненных условий водителей и пассажиров на дорогах.

Экологическая безопасность автомобиля включает в себя: технические решения и средства, которые ограничивают или устраняют содержание в отработавших газах вредных веществ; методы и средства борьбы с шумом, загрязнениями от эксплуатационных материалов; утилизацию автомобилей. Система автосервиса включает в себя услуги, удовлетворяющие соответствующие потребности.

Каждый из субъектов рынка автосервисных услуг выступает на нем в определенном качестве. Весь процесс на рынке автосервисных ус-

* Калашников Сергей Александрович, доктор экономических наук, профессор, зав. кафедрой национальной экономики Ростовского государственного университета им. С.А. Есенина; Галкина Татьяна Алексеевна, аспирант Ростовского государственного университета им. С.А. Есенина.

луг начинается с заказчика-автовладельца, который является потребителем автосервисных услуг. Следующим субъектом является основной производитель и продавец автосервисных услуг - предприятие системы автосервиса. Предприятия системы автосервиса конкурируют между собой за клиента-автовладельца.

Конкурентоспособность любой торговой автомобильной фирмы во многом определяется уровнем развития автосервиса в части предпродажного обслуживания автомобиля, а также гарантийных взаимоотношений с предприятием-производителем. Наличие в ассортименте услуг по антикоррозийной обработке, установке сигнализации, музыкальных систем стало нормой для основной массы торговых предприятий.

Предприятия по техническому ремонту и обслуживанию автотранспортных средств являются основным звеном по оказанию комплекса услуг автосервиса широкого спектра. Именно они берут на себя основную нагрузку по удовлетворению потребностей автовладельцев в услугах автосервиса и реализуют функции поддержания и восстановления работоспособности автомобилей.

Качественный автосервис исключает какие-либо проблемы с обеспечением запасными частями. С точки зрения потребителя, наличие запасных частей означает замену их в сроки, которые удовлетворяют клиента.

Автозаправочные станции, которые продают топливо и другие эксплуатационные материалы, аккумуляторы и принадлежности, непосредственно не оказывают услуг автосервиса. Однако необходимо отметить их косвенное воздействие на спрос на услуги автосервиса. То же самое можно сказать о гаражах и стоянках для хранения автотранспорта. Высокое качество топлива и эксплуатационных материалов, а также нормальные условия хранения автомобиля снижают вероятность возникновения потребности в его ремонте. Кроме того, значительная часть сети пунктов противокоррозионной обработки кузова и мойки автомобилей оказывает услуги автосервиса.

Таким образом, участниками рынка услуг автосервиса являются многие хозяйствующие субъекты, относящиеся к различным отраслям и видам деятельности, но основную долю среди них занимают предприятия по техническому обслуживанию и ремонту автотранспортных средств.

Основные производственные предприятия системы автосервиса по функциональному назначению классифицируются следующим образом:

- ◆ станции технического обслуживания автомобилей;
- ◆ станции дорожного обслуживания автомобилей;
- ◆ станции технической помощи и гаражного обслуживания автомобилей;
- ◆ фирменные автоцентры по техническому обслуживанию;
- ◆ технические центры автосервиса по обслуживанию населения.

С увеличением количества и структуры парка легковых автомобилей получают развитие специализированные станции технического обслуживания по маркам автомобилей.

Необходимо заметить, что внутри группы специализированные автосервисы также классифицируются по конкретным маркам и моделям автомобилей. Существует три вида предприятий автосервиса по уровню специализации:

- ◆ специализирующиеся на техническом обслуживании и ремонте автомобилей только иностранного производства;
 - ◆ специализирующиеся на техническом обслуживании и ремонте автомобилей только отечественного производства;
 - ◆ обслуживающие автомобили как отечественного, так и иностранного производства.
- В крупных городах наряду с комплексными станциями получили развитие специализированные станции по видам работ:
- ◆ диагностика;
 - ◆ ремонт и регулировка тормозов;
 - ◆ ремонт приборов питания и электрооборудования;
 - ◆ ремонт и зарядка аккумуляторных батарей;
 - ◆ ремонт кузовов;
 - ◆ моечные и другие работы.

Станции технического обслуживания, исходя из числа рабочих постов и соответственно вида выполняемых работ, можно подразделить на три основных типа: малые, средние и большие.

Малые станции обслуживания с числом рабочих постов до 10 выполняют такие виды работ, как мойка, уборка, экспресс-диагностика, техническое обслуживание, смазка, шиномонтаж, подзарядка аккумуляторов, электрокарбю-

раторные, кузовные, сварочные процессы, технический ремонт агрегатов, а также продажа запасных частей, автопринадлежностей и эксплуатационных материалов.

Средние станции обслуживания с числом рабочих постов от 11 до 35 выполняют те же работы, что и малые станции. Кроме того, на средних станциях проводится полная диагностика технического состояния автомобиля и его агрегатов, окраска всего автомобиля, замена агрегатов, ремонт аккумуляторных батарей, а также продажа автомобилей.

Большие станции обслуживания с числом постов более 35 выполняют все виды обслуживания и ремонта, аналогичные средним станциям в полном объеме. На больших станциях имеются специализированные участки для проведения капитального ремонта агрегатов и узлов. Для выполнения работ по диагностике и техническому обслуживанию могут применяться поточные линии. Как правило, на этих станциях осуществляется продажа автомобилей.

Рынок автосервисных услуг можно сегментировать по конкурентообразующим характеристикам.

Первое место занимают фирменные станции технического обслуживания, которые продают и обслуживают автомобили конкретных фирм и работают непосредственно с концернами, предприятиями-производителями - авторизованные центры. Данные станции являются специализированными, они имеют высокий уровень технологического оборудования, подготовленные кадры с достаточным уровнем культуры обслуживания клиентов, оригинальные запасные части, широкий выбор услуг по конкретной марке автомобилей, высокую репутацию и высокие цены.

Вторую группу составляют станции технического обслуживания, прежде бывшие государственными, которые имеют большой опыт работы в автосервисе, специально спроектированные помещения, выгодное расположение, хорошие традиции, но вместе с тем устаревшие взгляды на отношение к потребителю и инерцию, затрудняющую возможность их полной и эффективной адаптации к условиям рынка. На таких станциях хорошее, но нередко устаревшее оборудование, есть наработанные связи со многими потребителями, которые привыкли пользоваться их услугами. Данные предприятия

характеризуются, как правило, невысокими ценами, доверием потребителей, но не наилучшим качеством запасных частей.

К третьей группе относятся частные, вновь созданные станции технического обслуживания, которые появились после перехода к рыночной экономике.

К следующей группе относятся автосервисы на автотранспортных и других предприятиях. На таких автосервисных предприятиях низкий уровень технологии технического обслуживания и ремонта, низкая культура обслуживания, недостаточная квалификация кадров, несовершенная эстетика производства, завышенная продолжительность выполнения работы и узкая специализация по моделям автомобилей.

К низшей группе автосервисных предприятий относятся гаражные автосервисы.

Функционирование рынка услуг автосервиса обладает некоторыми специфическими чертами, отличающими его от традиционного рынка услуг.

По степени локализации рынок автосервисных услуг может быть ограничен конкретным географическим местом. Рынок в пределах одного населенного пункта (местный рынок автосервисных услуг), региональный рынок автосервиса - это сеть предприятий автосервиса в регионе. Причем далеко не всегда местные рынки в рамках регионального будут конкурировать между собой. Это связано со спецификой спроса на услуги автосервиса, которая обусловлена рядом факторов, в том числе общей развитостью всех элементов системы обслуживания автотранспорта и автовладельцев, а также ассортиментным составом автопарка и насыщенностью автомобилями на душу населения. При этом существует такая особенность рынка услуг автосервиса, как меньшая степень локальности потребления услуг. Это обусловлено постоянным перемещением спроса по территории административного образования и за его пределы. Сюда же необходимо отнести и въездную миграцию потребителей.

Также особенностью рынка автосервисных услуг является повышенная фондо-, материало- и трудоемкость оказания данных услуг. При этом происходит разделение процесса оказания и оплаты самой услуги и приобретения необходимых для ее оказания предметов труда (запасных частей, материалов).