

2. Постановление народного хурала Республики Бурятия «О ходе реализации закона Республики Бурятия "О туризме"» (от 24 мая 2012 г. N 1562-IV).
3. Дуленкова А. Караванеры осваивают страну. "Российская газета" - Федеральный выпуск, № 5791 (118).
4. Кластерные формы организации финансирования курортно-туристической сферы. Попов А.Р. Региональная экономика: теория и практика. 2010. № 14. с. 54-57.
5. Курортно-туристическое предпринимательство: пути развития. Попов А.Р. Региональная экономика: теория и практика. 2010. № 15. с. 59-62.
6. Организационно-финансовые императивы курортно-рекреационной деятельности. Попов А.Р. Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2010. № 8. с. 46-49.
7. Формирование экономического механизма развития внутреннего рынка курортно-туристических услуг. Яковенко Г.В. диссертация на соискание ученой степени доктора экономических наук / Санкт-Петербург, 1997.
8. <http://www.yugopolis.ru>
9. Аксенов А.П., Монастыренко Д.Ю. Развитие автомобильного туризма в России на основе опыта стран Европы и его влияние на экономику страны // Известия МГТУ «МАМИ» - М.: № 2 (14), 2012.

Основные проблемы организации и управления предприятиями автомобильного сервиса в московском регионе

к.э.н. Стаханов А.Б., Полякова Н.С.
Университет машиностроения
8 (499)267-07-74, atis@mami.ru

Аннотация. В статье рассмотрены основные проблемы организации предприятия автосервиса и управления уже существующим предприятием, обозначены основные направления работы в улучшении системы регулирования автосервисной деятельности.

Ключевые слова: автомобильный сервис, лицензирование, сертификация, предпринимательство, государственное регулирование

Прежде чем рассматривать современные проблемы организации работы, с которыми сталкиваются предприятия автосервиса, необходимо отметить, что отрасль коммерческого технического обслуживания автомобильного транспорта существует в нашей стране немногим более двадцати лет. Многие процессы формирования отрасли (к таковым стоит отнести регулирование на федеральном, городском и муниципальном уровне, юридическую практику, и т.д.) далеки от своего завершения, отрасль продолжает развиваться и видоизменяться. При этом московский регион демонстрирует самый высокий уровень развития отрасли, что и делает его наиболее интересным для рассмотрения.

В связи с неразвитостью системы станций технического обслуживания ремонт автомобиля до середины 90 годов прошлого века традиционно осуществляемый самими водителями во дворах жилых домов и частных гаражах, обязательно оборудованных смотровыми ямами, теперь и, вероятно, навсегда остался в прошлом. Современный автомобиль является настолько сложным технически, что за исключением самых простых операций пытаться чинить его «в домашних условиях» без специальных навыков, инструментов и оборудования нецелесообразно.

По данным поисковой системы «Яндекс» (<https://www.yandex.ru>), на октябрь 2012 года в Москве функционируют около 3500 предприятий автосервиса, около 600 автомоек и 1000 организаций, оказывающих услуги шиномонтажа. Однако простой анализ представленных поисковиком данных показывает, что число работающих предприятий автосервиса в Москве

превышает обозначенную цифру, по-видимому, в два раза. Информация об огромном числе предприятий не отражена в данных, представленных поисковой системой по причинам, весьма характерным для нынешнего периода развития малого бизнеса в России: небольшие предприятия, как газ, заполняющий весь предоставленный ему объем, появляются во множестве зданий, ангаров, помещений, предназначенных под снос и реконструкцию. Зачастую у таких организаций отсутствуют необходимые документы для ведения деятельности, и срок их работы в данном помещении обусловлен появлением принципиальных представителей проверяющих органов или строительной техники. В результате подобные организации часто переезжают с места на место. Соответственно, в таких условиях говорить о квалификации работников и, как следствие, высоком качестве проводимых работ не приходится. По многочисленным отзывам, публикуемым на автомобильных форумах, нередки случаи мошенничества, связанные с необоснованной заменой исправных деталей и агрегатов, увеличением стоимостью работ или их невыполнением.

Что касается автопарка московского региона, то в 1960 году в Москве и Московской области было зарегистрировано 148 тысяч транспортных средств, в 1970 году – 500 тысяч. Резкий прирост начался с 1995 года. По данным портала «За рулем» (<http://www.zr.ru>) по состоянию на февраль 2011 г. в Подмоскovie зарегистрировано 2 млн. 660 тыс. единиц, а вместе со столицей автопарк региона насчитывает 7 млн. автомобилей. Самой распространенной маркой автомобилей в столице остается продукция ВАЗа – около миллиона зарегистрированных машин. Приведенные цифры говорят о многократном росте потребностей в услугах автосервисных предприятий, и с учетом динамики увеличения автопарка рост в обозримом будущем продолжится.

Автопарк московского региона вырос не только количественно, но и изменился качественно. В настоящее время в России представлены около 35 «основных» иностранных марок автомобилей. Базовая цена машин колеблется от порядка 200 тыс. рублей за Daewoo Matiz узбекской сборки до 850 тысяч долларов США за Rolls-Royce Phantom Drophead Coupe. Можно сказать, что сложность обслуживания разных автомобилей сильно различаются, но и дорогим, и доступным, и старым и новым автомобилям нужны ремонт и техническое обслуживание. По словам Дмитрия Баранова, генерального директора официального дилера Porsche AG компании «Спорткар-Центр», конкуренции со стороны неофициальных сервисных предприятий сегодня стоит опасаться даже компаниям, работающим с автомобильными марками премиум- и люкс-класса. Растет парк подержанных автомобилей престижных марок (в том числе за счет ввоза из-за границы автомобилей с пробегом), и владельцами таких автомобилей зачастую становятся люди со значительно менее высоким уровнем достатка, нежели покупатели новых премиальных автомобилей. В погоне за более дешевым обслуживанием они готовы обращаться в неавторизованные сервисные станции, а спрос порождает соответствующее предложение. Нужно ли говорить, что расширение этого рынка еще больше способствует росту мошенничества и недобросовестной работы сервисных станций?

В условиях постоянного роста числа автомобилей, числа предприятий сервиса и качественного изменения спроса на техническое обслуживание к основным проблемам организации нового предприятия можно отнести:

- *Нехватку подходящих помещений.* Так, рост спроса на нежилые помещения в столице является закономерным следствием развития малого и среднего бизнеса и влечет за собой постоянное повышение арендных ставок. Уровень же затрат на покупку участка земли и строительство здания в оптимальном для предприятия автосервиса месте, с учетом относительно невысокой рентабельности в условиях жесткой конкуренции, не позволяет рассчитывать на окупаемость в течение обозримого времени. Под оптимальным для автосервисного предприятия местом расположения следует понимать здания, расположенные в непосредственной видимости от дороги с интенсивным транспортным потоком, возможностью подключения к городским коммуникациям. Такое расположение считается наи-

более выгодным даже в современных условиях распространения интернета и поисковой оптимизации. Столь высокий уровень вложений с учетом больших процентных ставок по кредитам обоснован только для крупных предприятий, занимающихся в первую очередь продажей автомобилей и гарантированно обеспеченных потоком клиентов, «привязанных сохранением гарантии» к данному автосервисному предприятию после покупки автомобиля.

- *Нехватку работников обладающих достаточной квалификацией.* Рынок труда в московском регионе является сильно «перегретым», так, ожидания квалифицированных специалистов уровня зарплаты и социального пакета растут, что приводит к высокой текучести кадров. Число же выпускников колледжей, готовящих специалистов в области автомобильного хозяйства, остается на уровне плановых показателей 80-х годов прошлого века. Подготовку специалистов требуемой квалификации крупные автодилеры занимаются самостоятельно, а небольшие предприятия отправляют сотрудников на курсы повышения квалификации.

Из обозначенных выше проблем, с которыми сталкиваются предприниматели при организации автосервиса, просматриваются проблемные точки в функционировании уже работающих предприятий сервиса: проблема подбора и удержания квалифицированных работников.

Таблица 1

Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников						
рублей						
	2010 год					2011 год
	август	сентябрь	октябрь	ноябрь	декабрь	январь
Российская Федерация	20752,9	20999,1	20969,6	21486,3	28026,8	20668,5
Центральный федеральный округ	25474,1	25448,0	25765,1	26331,2	34970,3	24776,6
Белгородская область	15935,9	15946,3	16293,2	16511,5	20529,4	16121,9
Брянская область	12555,0	12766,1	12274,8	12630,2	15623,7	12590,0
Владимирская область	14908,9	15048,2	14848,6	15191,8	18386,6	14329,4
Воронежская область	14943,8	15137,8	15683,5	15865,3	19746,8	15107,0
Ивановская область	12916,8	13321,5	13296,9	13517,1	17032,7	12955,5
Калужская область	17096,1	17217,4	17390,9	18112,0	22928,3	17635,4
Костромская область	13618,7	13787,7	13601,8	13744,2	16664,8	13827,9
Курская область	13751,9	13934,3	14242,3	14236,4	18076,3	13913,0
Липецкая область	15076,0	15198,6	16431,2	15205,3	20464,2	14980,2
Московская область	25192,5	25608,1	25471,9	26170,9	32175,6	25624,2
Орловская область	13553,0	13212,2	13171,2	13256,1	17016,6	12941,3
Рязанская область	15332,0	15246,9	15283,8	15622,2	18857,3	15137,2
Смоленская область	14622,4	14589,8	15047,9	15129,9	19362,7	14580,1
Тамбовская область	12392,3	12588,1	12723,0	12972,1	15992,1	12478,1
Тверская область	15398,5	15653,5	15770,5	16318,6	20637,0	14899,3
Тульская область	15487,3	15638,5	15466,6	15905,9	18912,3	15685,9
Ярославская область	15895,1	16204,6	15965,3	16435,5	20547,7	16132,6
г.Москва	38883,7	38411,8	39167,8	40072,4	55702,6	36518,9

По данным ежемесячных статистических публикаций Федеральной службы государственной статистики <http://www.gks.ru> «Информация для ведения мониторинга социально-экономического положения субъектов Российской Федерации».

Решение этой проблемы затруднено с учетом имеющейся дифференциации доходов работников автосервисных предприятий московского региона и других регионов страны (особенно важны в данном случае соседние области, непосредственно граничащие с московской, в силу относительно легкой транспортной доступности). Существенное различие в уровне зарплат в Москве и Московской области по сравнению с соседними областями (таблица 1) приводит к суточной миграции в Москву работников, готовых работать на худших финансовых условиях по сравнению с жителями столицы и без социального пакета.

Это в свою очередь приводит к занятию рабочих мест в небольших предприятиях трудовыми мигрантами из соседних регионов, а рабочих мест с низкой квалификацией – трудовыми мигрантами из среднеазиатских республик бывшего СССР (преимущественно работники автомоек). В результате выпускники столичных автомобильных колледжей зачастую оказываются не удовлетворенными уровнем заработной платы и условиями труда на небольших предприятиях сервиса. Также важной особенностью небольших предприятий автосервиса является высокий уровень выручки, не учтенной в налогообложении, т.н. черной наличности, что, в свою очередь, не способствует социальной защищенности работников и повышению привлекательности занятости в отрасли для жителей региона. Все эти факторы приводят к тому, что небольшим предприятиям на рынке труда сложно конкурировать с крупными автосервисными предприятиями в погоне за квалифицированными работниками. А с учетом того, что крупные автосервисные предприятия (от 10 постов) являются преимущественно подразделениями автодиллеров иностранных компаний, доля которых на рынке постоянно растет, перспектив для роста уровня сервиса и качества услуг для небольших автосервисных предприятий, занимающихся в основном ремонтом отечественных автомобилей, практически нет. Переломить эту негативную тенденцию в ближайшем будущем без серьезных изменений в области социальной политики на государственном уровне не представляется возможным.

- *Конкуренцию, в том числе и недобросовестную, со стороны небольших вновь образовавшихся автосервисных предприятий.*

Достаточно характерной чертой небольших предприятий является предоставление неполной информации о стоимости ремонта, которая часто увеличивается уже во время ремонта, добавление к стоимости расходных материалов дополнительных человеко-часов «за сложность». Также частыми являются недобросовестные рекламные объявления, сообщающие о низкой стоимости выполнения одной или нескольких операций при заведомо завышенных ценах на остальные операции и запасные части. Особенно часто страдают от недобросовестных представителей сервиса клиенты, не разбирающиеся в устройстве автомобиля, стоимости деталей и в необходимости проведения ремонтных и сервисных операций.

В качестве меры противодействия эффективным средством может быть создание и развитие открытой, но модерлируемой базы данных отзывов о работе автосервисных предприятий, что будет способствовать здоровой конкуренции. Также важным является налаживание системы сертификации, в том числе добровольной.

- *Постоянный рост расходов на аренду помещения и осуществление хозяйственной деятельности.*

Рост ставок аренды является естественным в условиях нехватки помещений в Москве, и возможность выбора автосервисного предприятия усложняется плохой дорожно-транспортной ситуацией, так, для автовладельцев осуществлять обслуживание своего автомобиля на предприятии, находящемся в подмосковье с учетом постоянных пробок на въезде и выезде в столицу является нерациональным. Рост ставок аренды приводит к повышению стоимости услуг и не может быть бесконечным. В конечном итоге механизмы рыночного саморегулирования приведут к «оттеснению» предприятий автосервиса все дальше от центра столицы.

Существующая в настоящее время система сертификации и лицензирования услуг

предприятий технического обслуживания не позволяет добиться эффективного контроля качества оказываемых услуг, особенно в случае с предприятиями, организованными в форме индивидуального предпринимательства. Работа по совершенствованию системы лицензирования и сертификации автосервисной деятельности, разумеется, необходима, но требует крайне взвешенного подхода, и вероятное решение проблемы непостоянства качества услуг автосервисов во многом лежит за пределами возможностей регулирующих органов.

Автор полагает, что наиболее эффективным путем повышения качества услуг и «демаргинализации» части отрасли может стать саморегуляция посредством развития информационного пространства, создание общероссийского портала сервисных услуг с рядом функций соцсетей или интеграция в уже существующие социальные сети. К сожалению, эффективно влиять на эти процессы сложно, однако эффективность открытой конкуренции, подкрепленной возможностями развития информационных технологий, в обозримом временном отрезке несомненны. Так, уже сейчас клиенты сервисных станций оставляют отзывы на профильных форумах и прочих сетевых ресурсах (стоит отметить, что люди, оставляющие негативные отзывы, более высоко мотивированы).

Выводы

В целом можно сделать вывод, что перспективы развития отрасли автомобильного сервиса в целом благоприятные, однако эффективно и быстро повлиять на происходящие процессы в ней мерами госрегулирувания не представляется возможным.

Литература

1. Боронников Д.А., Первунин С.Н., Яковенко А.Г. Анализ основных проблем формирования системы придорожного сервиса на территории Российской Федерации. Известия МГТУ МАМИ. 2011. № 2. с. 267-273.
2. Шупляков В.С., Первунин С.Н., Яковенко Г.В., Полякова Н.С., Яковенко А.Г. Инвестиционная деятельность предприятий автомобильного сервиса (на примере станций технического обслуживания автомобилей). Известия МГТУ «МАМИ», № 2 (14), 2012.
3. Шупляков В.С., Яковенко Г.В., Первунин С.Н., Полякова Н.С., Яковенко А.Г. Конкурентоспособность предприятий автомобильного сервиса. Известия МГТУ «МАМИ», № 1(13), 2012, с. 309-317.
4. Яковенко Г.В., Полякова Н.С., Волкова Я.А., Яковенко А.Г. Конкурентоспособность российского автопрома как важный аспект реализации стратегии развития автомобильной промышленности Российской Федерации. Известия МГТУ МАМИ. 2011. № 2. с. 246-253.
5. Шупляков В.С., Яковенко Г.В., Полякова Н.С. Производственный потенциал предприятий автомобильного сервиса. Известия МГТУ «МАМИ», № 2 (14), 2012.
6. Шупляков В.С., Яковенко Г.В., Полякова Н.С. Ценообразование в предприятиях автомобильного сервиса и формирование ценовой политики. Известия МГТУ «МАМИ», № 2 (14), 2012.
7. <https://www.gks.ru>
8. <https://www.yandex.ru>
9. <https://www.zr.ru>

Применение инновационных методов управления предприятиями промышленности с целью повышения их конкурентоспособности

к.э.н. доц. Алена Е.Э., Тришкин А.Г.
 Университет машиностроения
 (495) 782-88-81, e-alenina@mail.ru

Аннотация. В статье предложены и описаны, какие инновационные методы управления предприятиями промышленности целесообразно использовать с целью повышения их конкурентоспособности.