

В.В. Біліченко, С.В. Цимбал, В.Й. Зелінський, В.С. Грех

Вінницький національний технічний університет

ФОРМУВАННЯ РАЦІОНАЛЬНОЇ СТРУКТУРИ ПІДПРИЄМСТВ АВТОСЕРВІСУ

Визначено ефективність діючих систем автосервісу в залежності від співвідношення підприємств різної потужності. Розроблено модель, яка описує автосервісну систему як техноценоз, що визначає додаткові умови функціонування автосервісу.

Ключові слова: автосервісне підприємство, дилер, модель організації, управління, автосервісна система, ринкові відносини

V. Bilichenko, S. Tsymbal, V. Zelinsky, V. Grekh

Vinnitsia National Technical University

ФОРМИРОВАНИЕ РАЦИОНАЛЬНОЙ СТРУКТУРЫ ПРЕДПРИЯТИЙ АВТОСЕРВИСА

Определена эффективность действующих систем автосервиса в зависимости от соотношения предприятий разной мощности. Разработана модель, которая описывает автосервисную систему как техноценоз, что определяет дополнительные условия функционирования автосервиса.

Ключевые слова: автосервисное предприятие, дилер, модель организации, управления, автосервисная система, рыночные отношения.

V. Bilichenko, S. Tsymbal, V. Zelinsky, V. Grekh

Vinnitsia National Technical University

FORMATION OF RATIONAL CAR SERVICE STATIONS

Efficiency of the operating systems of car-care center is certain depending on correlation of enterprises of different power. A model that describes the autoservice system as technoценоз is worked out, that determines the additional of functioning of car-care center.

Keywords: autoservice enterprise, dealer, model of organization, management, autoservice system, market relations.

Постановка проблеми. Можна вважати, що існуюча в минулому структура автосервісних підприємств у якісному розвитку досягла бар'єра ефективності. Відсутність науково-обґрунтованих методів управління її розвитком в умовах конкуренції не створило реальних передумов для становлення перспективної сфери автосервісних послуг. Тому проблема оптимального розвитку системи автосервісу для нашої держави набула особливої актуальності.

Щоб забезпечити високу якість профілактики і ремонту зростаючої кількості легкових автомобілів необхідно сформувати потужнісну структуру автосервісних підприємств на науковій основі. З урахуванням фінансових і природно-ресурсних обмежень управління розвитком структури підприємств різної потужності в автосервісній системі потрібно поліпшити, оптимізуючи істотні параметри за допомогою модельного експерименту до її практичної реалізації. У той же час методи визначення раціонального складу підприємств різної потужності в автосервісній системі практично відсутні. Це визначає пріоритетність розв'язання задачі теоретичного обґрунтування і математичного визначення оптимального співвідношення кількості великих, середніх, малих і дрібних підприємств в автосервісних системах міста, району, області або регіону.

Результати досліджень. Перехід до ринкової системи господарювання гостро ставить питання підвищення ефективності виробництва автосервісних підприємств, якості послуг по ремонту і технічному обслуговуванню автомобілів, застосування передових методів організації і управління виробництвом для раціонального використання ресурсів, аналізу, виявлення і реалізації потенційних можливостей всіх ланок ринкової економіки і вимагає науково обґрунтованих підходів до їх вирішення.

Розвиток автосервісних підприємств є обов'язковою умовою ефективності торгівлі на внутрішніх ринках країни і головним фактором фінансового успіху в цій роботі. Інтенсивне обслуговування автомобілів після продажу в Японії, Франції, Великобританії, США та в інших країнах підтверджує, що сервісне обслуговування є важливою статтею прибутків і основним критерієм розвитку бізнесу на зовнішньому ринку.

Підвищення якості послуг забезпечується стрункою системою управління виробництвом, яка базується на загальних законах управління, системному підході, організаційних принципах

концентрації, спеціалізації і кооперування, а також оптимізації виробничих процесів, які забезпечують фінансовий успіх і ефективне функціонування виробництва.

Незважаючи на високі темпи автомобілізації країни, рівень виробничих послуг залишається незадовільним, якість обслуговування і ремонту, а також ціни на виконання визначених видів послуг не завжди задовольняють споживачів, не працюють у повній мірі інформаційні системи матеріально-технічного і рекламного забезпечення.

Цілі автосервісних підприємств:

- забезпечувати задоволення клієнтів як обслуговуванням, так і фірмою;
- забезпечувати кращий сервіс в районі обслуговування.

Автотехцентри автодилерських фірм орієнтовані на виконання таких завдань: передпродажна підготовка нових машин; передпродажний ремонт бувших у користуванні машин; гарантійний ремонт проданих нових і бувших у користуванні машин; комерційне регламентне обслуговування техніки; комерційне попереджувальне обслуговування (регулювання і т. д.); комерційне реабілітаційне обслуговування (ремонт); комерційне надання (прокат) ремонтних потужностей тим, хто бажає самостійно обслуговувати свої машини за умови покупки ними запчастин і матеріалів у дилера; всі види обслуговування власного парку техніки; надання ремонтних потужностей своїм співробітникам, що бажають самостійно ремонтувати особисті машини; ремонт бувших у користуванні вузлів і агрегатів для фонду відновлених запасних частин.

Завдання формуються так, щоб сприяти виявленню і усуненню проблем. За результатами опитування клієнтури і співробітників слід вживати належних заходів, аби у співробітників було очевидне прагнення до поліпшення в роботі, а в клієнтів – бажання продовжувати співпрацю. Хороший сервіс за стандартами великих автокомпаній, передбачає: високоякісне обслуговування і ремонт техніки, доставку автомобілів після обслуговування точно в обіцяний день і годину, розумні ціни, доброзичливе обслуговування замовників, ефективну, акуратну і швидку офісну роботу - оформлення замовлень, підготовку документації і так далі.

Ефективність діючих систем автосервісу істотно залежить від співвідношення підприємств різної потужності. З урахуванням цього розвинуті країни переорієнтувалися на реалізацію гнучкої і широкої мережі різноманітних за потужністю автосервісних підприємств - від найменших і середніх до великих і дуже великих. Аналіз ступеня обґрунтованості їх співвідношення підтвердив, що незважаючи на частковий збіг закономірностей розвитку в різних країнах, моделі і критерії оптимізації потужнісної структури підприємств автосервісної системи відсутні. Структура потужностей раніше була далека від раціональної й описати її визначеною залежністю практично неможливо. Це стало наслідком пануючої в той період помилкової концепції: вважалося, що розвиток автосервісу доцільно вести на базі будівництва великих СТО. Основними перевагами їх є більш високі продуктивність праці і технологія ТО і ТР автомобілів. Проте не враховувалося, що будівництво великих станцій приводить до збільшення площі території, що обслуговується, а значить і зростання витрат власників автомобілів на поїздки до СТО. Тим самим ігнорувалася зацікавленість населення у наближенні СТО до місця проживання, що можна досягнути лише будівництвом автосервісних підприємств малої потужності.

Аналізом виявлено також неузгодженість закономірностей росту парку легкових автомобілів і автосервісних підприємств ряду промислових центрів України і СНД, що являється основним протиріччям між можливостями автосервісної системи і зростаючим об'ємом потреб у послугах.

Аналіз вітчизняного і зарубіжного досвіду удосконалення потужнісної структури автосервісних підприємств таких систем свідчить, що методи модельного управління її формуванням, а також пошук раціонального співвідношення різних за потужністю підприємств в автосервісній системі заданої території практично відсутні.

На відміну від детерміністського підходу (опис автосервісної системи, її підсистем і елементів звичайно зводять до лінійних моделей), запропонований методичний підхід розглядає автосервіс як складну імовірнісну систему. Для вивчення її властивостей використовується статистичний підхід. За результатами спостережень і вимірювань характеристик досліджуваної властивості встановлюється розподілення, параметри якого - це своєрідний "алфавіт", що включає просторово-часову, інформаційну, енергетичну та документальну характеристики, рівень упорядкованості структури (відхилення системи від стійкої рівноваги). Вибір розподілення базується на розумінні механізму досліджуваних явищ в системі і факторів, що формують кінцеву мету її функціонування - задоволення потреб населення в перевезеннях індивідуальними транспортними засобами. На досягнення кінцевого результату впливає більш 20-ти факторів. З достатнім ступенем достовірності оцінено вплив керованих факторів і прогнозовано основні

напрямки підвищення ефективності автосервісних систем: поліпшення структури потужностей і дислокації автосервісних підприємств на заданій території (48%), використання високих технологій профілактики, діагностування, усунення несправностей і ремонту (25%), а також сертифікація автосервісних послуг (20%). Відповідно до концепції стійкого розвитку автосервісної системи, при якому її прогрес відбувається на основі якості роботи оптимальної сукупності автосервісних підприємств при відносній стабілізації їх виробничо-технічної бази, робочу гіпотезу сформульовано так: "Систему автосервісу на заданій території варто розглядати не просто як випадкову сукупність автосервісних підприємств будь-якої потужності, а як теоретично обгрунтоване і математично визначене оптимальне співвідношення класів дрібних, малих, середніх і великих автосервісних підприємств, продиктоване законом інформаційного добору їх видів".

На сучасному етапі гостра конкурентна боротьба робить обов'язковою умовою успішної торгівлі на ринку сервісних послуг організацію численних дрібних і малих автомайстерень (workshop), міні-СТО, пунктів контролю і діагностики, профілактики й усунення несправностей, консультаційних, навчальних і автосервісних центрів, що функціонують на певній території як одне ціле.

Розробкою моделей автосервісних підприємств займалися багато вчених і дослідників. Аналіз і оцінка методів формування мережі, розмірів і ефективності функціонування АСП підтвердили, що існуючі економіко-математичні моделі дозволяли досліджувати показники СТО в просторі визначеної постановником розмірності. Задачі зводилися до пошуку кращого екстремуму, по якому, порівнюючи варіанти технічних рішень АСП, вибирали оптимальний для переходу на більш високу продуктивність або до нових організаційних форм технологічних процесів. Однак оптимізувати співвідношення підприємств різної потужності в автосервісній системі для заданої території за допомогою відомих моделей не вдається.

Для вирішення поставленої задачі знадобилася розробка моделей, які описують автосервісну систему як техноценоз, що визначає додаткову умову функціонування автосервісу: стійка структура потужностей будь-якого сімейства підприємств, утворюючих систему для певної території, підпорядковується об'єктивно існуючій закономірності, яку необхідно знайти.

При побудові моделі виходили з того, що сучасний сервіс України утворений множиною слабозв'язаних і слабозв'язаних між собою підприємств, із загальною кількістю постів порядку, чисельністю працюючих і об'ємом автосервісних послуг.

Згідно з теорією інформаційного відбору на сукупність автосервісних підприємств, як систему заданої території, накладається необхідна умова існування - сталість розвитку їх потужнісної структури. Сталість описується видовим розподіленням. Видом вважається автосервісне підприємство, що відрізняється якісними і кількісними показниками: характером послуг, чисельністю фахівців із вищою освітою і техніків, числом робочих постів, стендів, приладів і ін. За спільністю властивостей і ознак їм можна присвоїти певну таксономічну категорію, в яку об'єднуються однорідні автосервісних підприємств із певними ознаками, що стійко зберігаються в часі.

З урахуванням результатів дослідження і досвіду розвинутих країн вироблено системні принципи побудови перспективної автосервісної системи управління працездатністю, екологічною і транспортною безпекою легкових автомобілів:

- автосервісна система конкретного регіону, області і міста повинна створюватися з урахуванням вимог гіперболічного розподілення видів автосервісних підприємств за повторністю, що забезпечує їх раціональне співвідношення за потужністю;

- модель організації автосервісних підприємств повинна бути ув'язана з моделями автомобілів, що обслуговуються, і гнучко трансформуватися з урахуванням характеру і трудомісткості профілактичної підтримки їхньої працездатності на основі достовірної діагностичної інформації і вчасно реагувати, щоб забезпечити підприємству достатній прибуток, а власнику автомобіля - його надійну і безпечну роботу;

- держава застосовує жорстке регулювання для захисту суспільних інтересів від шкідливого впливу на безпеку дорожнього руху і навколишнього середовища парку приватних легкових автомобілів за допомогою служб технічного контролю і діагностування на основі законодавчо-правової бази, що установлює вимоги до власників автомобілів;

- функції по інструментальному контролю, приладовому і стендовому діагностуванню, обслуговуванню, підтримці і відновленню працездатності легкових автомобілів із застосуванням високих технологій держава здійснює через органи ДАІ, а також делегує акредитованим

автосервісним підприємствам з наступним наглядом за їхньою діяльністю і якістю виконуваних робіт;

- при оптимізації пропускну здатності діючих автосервісних підприємств слід застосовувати критерій ефективності, що враховує ступінь завантаження автосервісних підприємств і обумовлює зростання інтенсивності заявок означає зниження якості послуг автосервісних підприємств, комплексними показниками якої є кількість несправних автомобілів, що обслуговуються системою та імовірність змушеного простою їх в профілактиці і ремонті.

Запропонований шлях дозволяє охопити якісним і комплексним автосервісним обслуговуванням усі легкові автомобілі без надмірних витрат бюджетних коштів на будівництво і функціонування автосервісних підприємств.

Висновки. В роботі вирішується проблема підвищення ефективності автосервісу шляхом теоретичного обґрунтування раціонального співвідношення кількості різних за потужністю підприємств системи визначеної території, що створює умови для її сталого розвитку. Виконані дослідження процесу формування автосервісу, як імовірної системи підтвердили, що таку систему для конкретного регіону, області, району, міста слід розглядати не просто як випадкову сукупність будь-яких за потужністю автосервісних підприємств, а як теоретично обґрунтоване і математично визначене оптимальне співвідношення дрібних, малих, середніх і великих автосервісних підприємств, продиктоване законом інформаційного відбору їх видів. Вивчення впливу різних факторів підтвердило, що підвищення ефективності роботи автосервісних систем може бути досягнуто за рахунок поліпшення потужнісної структури і дислокації їх підприємств, використання високих технологій профілактики, усунення несправностей та ремонту з застосуванням діагностики, а також сертифікації послуг.

Література

1. Анисимов А.П. Экономика. Планирование и анализ деятельности автотранспортных предприятий / Анисимов А.П. – М.: Транспорт, 1998.
2. Методи формування структури підприємств у системі автосервісу. – [Електроний ресурс]. Режим доступу: <http://www.lib.ua-ru.net/> (дата звернення 10.02.2016). – Назва з екрана.
3. Формування регіонального ринку автосервісних послуг. – [Електроний ресурс]. Режим доступу: <http://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-regionalnogo-rynka-avtoservesnyh-uslug> (дата звернення 13.02.2016). – Назва з екрана.
4. Применение методов и моделей формирования предложения автосервисных услуг на региональном уровне. – [Електроний ресурс]. Режим доступу: http://auditfin.com/fin/2003/3/fin_2003_03_rus_04_04_Mudunov/fin_2003_03_rus_04_04_Mudunov.asp (дата звернення 13.02.2016). – Назва з екрана.

Стаття надійшла до редакції 06.03.2016