

Ремонт двигателей

Часть I. Перспективы развития специализированных технических центров в России

Сегодня темпы роста экономики в России выше, чем в европейских странах, и дальнейшее развитие невозможно без обновления автомобильного парка. Последнее обстоятельство требует эффективного реформирования всей системы технического обслуживания, которая обеспечивает эксплуатацию, сервис и ремонт автомобиля в течение всего «жизненного цикла».

Для развития автосервисов имеют большое значение структура, динамика роста и прогноз увеличения количества автотранспорта в России (см. график 1).

Интенсивный темп увеличения автопарка в России обусловлен возрастанием покупательской способности (это особенно характерно для Москвы); ввозом новых и подержанных автомобилей из-за рубежа и увеличением сроков эксплуатации автомобилей. Так, например, парк легковых автомобилей в 2004 году увеличился в 3,8 раза по сравнению с 1989 годом, парк грузовых автомобилей – в 3,3 раза. По прогнозу к 2010 году ожидается увеличение парка грузовых автомобилей и автобусов (по сравнению с 2004 годом) на 15,8%, парка легковых автомобилей – на 8,5%, а всего автотранспорта – на 11,5% (см. «Концепцию развития автомобильной промышленности РФ», рассчитанную до 2010 года). Это свидетельствует о необходимости качественного развития профессионального сервисного обслуживания на промышленной основе.

Наш рынок стал частью мирового рынка, ориентированного на потребителей, и все, что выгодно потребителям, уже внедряется теми предприятиями, которые хотят развиваться и иметь хоро-

шие перспективы. В мире сотни тысяч автосервисов заняты этим весьма прибыльным бизнесом, но эта прибыльность возможна только при современных организации и управлении компанией.

В нашем бизнесе нет волшебных решений и быстрых результатов. Только высокая квалификация и кропотливое применение всей совокупности современных средств маркетинга и менеджмента служат ключом к рентабельности и устойчивому положению на рынке.

Хороший сервис по мировым стандартам предусматривает высококачественное обслуживание и ремонт техники, доставку машин после обслуживания точно в обещанные день и час, разумные цены, доброжелательное обслуживание заказчиков, эффективную, аккуратную и быструю офисную работу – оформление заказов, подготовку документации и т.д.

В ближайшем будущем по нашим оценкам в России резко возрастут потребности в услугах автосервисов. В числе основных объективных причин такого роста могут быть названы, например, такие.

- В сегменте крупных предприятий – владельцев техники. Наличие и качество собственных ремонтных мощностей уже не обеспечивает ремонт всех моделей. Вместе с тем все меньше компаний готово «заморозить» деньги в хранении больших резервов запасных частей.
- В сегменте некрупных предприятий. Актуальна тенденция к снижению расходов на содержание лишнего имущества. Под такую категорию сразу же попадают ремонтные цеха.
- В сегменте малых предприятий, при-

обретающих технику. Решение о корпоративном обслуживании в автосервисах – единственное логичное и качественное из возможных вариантов.

- В сегменте частного автотранспорта. Профессиональный сервис становится нормой жизни, а не исключением. Как мы уже отметили, автосервис – дело прибыльное, а финансовые вложения в автомастерские по надежности можно сравнить разве что с вложениями в недвижимость. И таковыми они будут, по крайней мере, до тех времен, когда изобретут автомобиль, которому не потребуются ни сервис, ни ремонт.

Такая тенденция безусловно вызывает жесткую конкуренцию среди автосервисов в борьбе за клиента, который обращается в ремонтные службы не для того, чтобы оставить там свои деньги, а для того, чтобы получить – уважительное, быстрое и качественное обслуживание.

С точки зрения автосервиса рынок не только становится больше. Число сервисов и спектр услуг растут, формируя все более жесткую конкурентную среду.

Попытаемся сформулировать рыночные тенденции, которые влияют на жизнь и работу автосервисов.

Чтобы выжить в условиях «естественного отбора», руководство СТО должно учитывать влияние следующих факторов:

- рост технологических требований к ремонту;
- рост экологических требований к отремонтированной технике;
- автоматизацию технологических процессов;
- изменения в политике производителей автомобилей;

- изменения в политике страховых компаний;
 - изменения в законодательстве;
 - создание сетей фирменного сервиса (в перспективе).
- Рассмотрим каждый из этих факторов.

Рост технологических требований

Ремонт становится все более и более сложным. Соответственно, у сотрудников сервиса возникает необходимость иметь регулярный доступ к обширной базе технических данных, и этот доступ часто может ему предоставить только автопроизводитель. Не обойтись также и без поддержки производителей оборудования и материалов, применяемых в процессе ремонта. Именно тогда становится возможным выполнение высококачественного ремонта в установленные сроки.

Для информации. По официальной статистике в Москве лишь каждый 10-й автосервис «отвечает современным требованиям и имеет необходимое контрольно-диагностическое оборудование». (Из Отчета Правительства Москвы по Программе развития технического сервиса на период 2000–2005 гг.)

Рост экологических требований

Сегодня «экология» — одна из значимых расходных статей автосервисов Европы. В кругленькие суммы обходится утилизация отходов через специальные службы. Да и новые материалы с пониженным содержанием токсичных органических веществ (те же водорастворимые материалы, уже не редкие и на российском рынке) к числу дешевых не отнести. Кстати, ценовая политика поставщиков экологически чистых материалов в каждой из стран зависит от жесткости требований, определяемых на государственном уровне.

Для информации. В России экологические требования выдвигаются как на федеральном, так и на региональном уровнях, но их соблюдение затруднено в силу различных факторов. Так, например, в Москве анализ предприятий технического сервиса по экологическим параметрам показал, что только 6% из них утилизируют отходы, 73% тех, что оказывают услуги по мойке автомобилей, не имеют очистных сооружений, у 25% отсутствуют сбор и утилизация отработанных масел и технических жидкостей.

(Отчет Правительства Москвы по Программе развития технического сервиса на период 2000–2005 гг.).

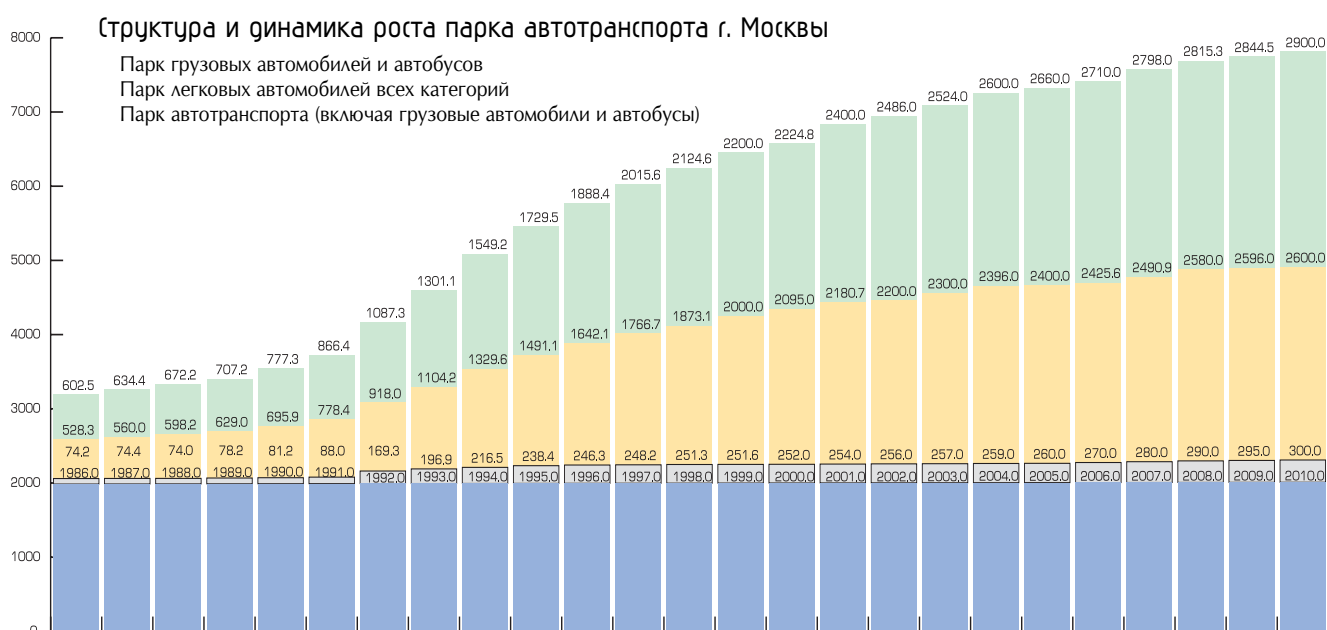
Автоматизация

Под этим термином имеется в виду программное обеспечение по комплексной автоматизации документооборота, складского и финансового учета на СТО.

Для информации. В России эта сфера сейчас активно развивается, особенно с появлением специальных программных продуктов и скоростных каналов связи в регионах.

Изменения в политике производителей

Европейские автопроизводители опираются на так называемое «правило трех S»: продажи – сервис – запчасти (рис. 1). Поэтому они более всего заинтересованы в поддержке предприятий, соблюдающих это правило, то есть имеющих, помимо автосервиса, отделы по продаже автомобилей и запчастей к ним. Подобная политика основывается на стремлении к ценовому регулированию и желанию взять под контроль авторемонтный процесс. Помимо этого, применительно



к СТО все более важной становится корпоративная унификация.

Изменения в законодательстве

В соответствии с изменившимся законодательством ЕС в области либерализации торговли (Block Exemption Regulations) перестроена дистрибьюторская сеть в Европе. В целом здесь наблюдается увеличение количества автомобилей и укрупнение автосервисов. Так, например, в Германии отмечено увеличение прибыли дилерских станций по сравнению с независимыми автосервисами, а также изменение количественного соотношения между ними.

Фактические данные. Российский автомобильный рынок находится на подъеме. Хотя его уровень по сравнению с европейскими показателями более чем низок (145 авто на 1000 человек, что на 60% ниже, чем в Европе), отечественные аналитики прогнозируют 230–250 авто на 1000 человек к 2010 году.

Статистические данные по России довольно противоречивы. Например, если рассматривать статистику Москвы, то, по разным данным, в городе насчитывается от 1000 до 2500 официально зарегистрированных сервисов, годовой оборот которых колеблется в пределах от 700 млн до 2 млрд долл. При этом около 90% рынка — небольшие техцентры на два-три поста. Ежегодно открывается более 100 новых СТО, а часть старых разоряются. Или расширяются, переходя на более высокий уровень сервисного обслуживания. В целом можно сказать,

что российский рынок является перспективным, так как, помимо роста количества автомобилей, на нем имеется достаточно квалифицированная и одновременно относительно дешевая рабочая сила. Поэтому руководителей активно развивающихся компаний просим не волноваться — работы всем хватит!

Сегодня, кроме собственно автосервиса, основными игроками на этом рынке являются автопроизводители и страховые компании. Поэтому при планировании авторемонтного бизнеса на первый план выходят периодический оперативный сбор и анализ текущих рыночных показателей, а также оценка рыночной ситуации.

Сеть фирменных сервисов

Основной целью фирменной сети является увеличение объемов продажи автомобилей. Однако производитель, в зависимости от принятой коммерческой политики, может иметь и значительные прямые доходы от предоставления обслуживания, продажи запасных частей, аксессуаров, эксплуатационных материалов, которые могут быть соизмеримыми с доходами от продажи автомобилей. На фирме Volvo, например, подсчитали, что каждый клиент, который на протяжении своей жизни покупает и использует автомобили этой фирмы, приносит ей дополнительно приблизительно \$142 000 дохода.

Фирменное обслуживание в развитых странах состоит в предложении потребителю расширенного продукта, который включает в себя не только автомобиль, но

и комплекс услуг (service-mix). Например, фирма Renault приводит такой состав затрат на приобретение, владение и эксплуатацию своих автомобилей во Франции: 34% — приобретение (в цену автомобиля включаются стоимость разработки, производства, маркетинга, поставки и т.п.); 17% — владение: затраты на страхование, оплата за стоянку, налоги (транспортный сбор и др.); 49% — эксплуатация (топливо — 58,5%; ремонты — 36,9%; дорожные сборы — 2,4%; оплата за парковку — 1,6%; штрафы — 0,6%).

Для информации. Количество существующих сетевых компаний, специализирующихся на ремонте двигателей, пока недостаточно.

Усложнение конструкции двигателей и их систем требует от специализированных автосервисов применения для обслуживания и ремонта специального современного оборудования и инструмента, поэтому «гаражные сервисы» в скором времени сдадут свои позиции на рынке этих услуг, поскольку не смогут решать «за три рубля» на должном уровне проблемы технического переоснащения производства и постоянного обучения персонала. Успех в любом случае придет к тем, кто будет иметь прогрессивные, высокопроизводительные новые технологии, высококвалифицированный персонал и активную профессиональную маркетинговую службу.

О современных высокоточных технологиях ремонта деталей двигателей читайте в следующих номерах. ▲

