УДК 658.51.512

ББК 39.3

**КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ УСЛУГ АВТОСЕРВИСА**

**В.Д. Михалёв**[[1]](#endnote-2)1

*Санкт-Петербургский государственный университет сервиса и экономики,*

*192171, Санкт-Петербург, ул. Седова, 55/1*

Рассмотрены аспекты конкурентоспособности предприятий автосервиса с учетом особенностей рынка услуг.

*Ключевые слова:* конкутентоспособность; автосервис; предпринимательский интерес.

Принято считать, что задача об оценке конкурентоспособности предприятия достаточно определена уже своим названием. Традиционно конкурентоспособность рассматривается, как способность предприятия в условиях конкуренции увеличивать свою долю рынка. При этом то обстоятельство, что она проявляется только в условиях рынка не связывают с многозначностью понятия Рынок. Однако логика указывает на многозначность понятия конкурентоспособности адекватную многозначности понятия Рынок. Следовательно, понятие конкурентоспособности требует уточнения в каждом конкретном случае, то есть должно формулироваться для любого рассматриваемого рынка особо. Другими словами речь идёт об особенностях конкретного сегмента рынка накладывающего свой отпечаток на смысл применяемого понятия конкурентоспособности.

С другой стороны способность к увеличению освоенной доли рынка не исчерпывает возможных подходов к особенностям понятия конкурентоспособности. Например, наряду с таким подходом, вполне достойна рассмотрения способность предприятия к сохранению устойчивости какого либо из показателей или их производных при изменении ситуации на рынке или стабильность некоего показателя при условии роста одних показателей или снижении других или изменение в нужном направлении какого-то показателя при стабильности других. Перечисленные варианты, по существу, являются формулировкой совокупности аргументов при разработке критериальной базы для формулировки математического представления понятия конкурентоспособности, в конкретном случае, и выполнения его численных оценок. С другой стороны упомянутая совокупность аргументов отражает, в потребительском смысле, цель рассмотрения конкретной модели конкурентоспособности и ставит его задачу.

Соображения, изложенные выше, следует рассматривать в качестве одной из научно методических основ при формулировке конкретных задач по оценке и сопоставлению конкурентоспособности предприятий.

Конкретная задача об оценке конкурентоспособности может решаться с разными целями. Формулировка цели имеет как принципиально-прикладную сторону, так и технологическую. Под принципиально прикладной стороной следует понимать формулировку предпринимательского интереса выраженную в терминах живой речи и её же выраженную, в виде допускающем дальнейшее её использование в технологических целях.

Диапазон особенностей предпринимательского интереса может быть очень широк и кроме того может учитывать не только текущее состояние объекта предпринимательского интереса но и особенности перспективы и сроки его развития.

Примером формулировки предпринимательского интереса вызывающего потребность в сопоставительной оценке конкурентоспособности является, например следующая: В связи с весьма вероятными предположениями, на определённой территории возникнут новые обстоятельства изменяющие состав и структуру производственных сил, новое строительство и далее многолетний этап освоения и эксплуатации построенных сооружений. Происходящие процессы будут сопровождаться существенным притоком трудовых ресурсов, ростом населения, повышением его благосостояния и соответствующим ростом платёжеспособного спроса на весь спектр товаров и услуг. Учитывая фактор перераспределения плотности населения, а так же изменения характера и особенностей платёжеспособного спроса по территории региона, надо определить, какое из предприятий автосервиса расположенных на рассматриваемой территории будет являться наиболее конкурентоспособным в качестве объекта приобретения или вложения средств на ближайшие годы.

Предпринимательский интерес, сформулированный в таком, достаточно общем, виде можно рассматривать только как некую стратегическую установку, требующую углубления и конкретизации путём постановки задач, решение которых приведёт к появлению уточняющих формулировок, последовательное углубление которых и приведёт формулировку к виду, отражающему технологическую сторону вопроса.

В каждом конкретном случае алгоритм конкретизации будет связан с особенностями формулировки предпринимательского интереса. Общим и независимым от формулировки будет лишь необходимость разложения задачи вытекающей из неё на группу задач второго уровня в совокупности эквивалентных формулировке.

Для рассматриваемого примера можно сформировать блок задач вытекающих из основной формулировки.

* Сопоставительная оценка конкурентоспособности предприятий автосервиса действующих в рассматриваемом регионе до начала ожидаемых преобразований
* Прогноз изменений в этническом, социальном составе населения и его численности.
* Прогноз изменений в дорожной и дорожно-транспортной обстановке региона.
* Прогноз изменений территориального автопарка в смысле соотношения количественных составов групп по маркам и классам
* Прогноз изменений конкурентной обстановки в области автосервиса.
* Оценка распределения платёжеспособного спроса по группам населения.
* Оценка распределения по территории региона платёжеспособного спроса и динамики его изменения по мере развития инфраструктуры региона и изменений в его экономике.
* Оценка влияния на средний уровень платёжеспособного спроса вероятного этнического и социального состава переселенцев и коренного населения и особенности его распределения по секторам товаров и услуг
* Оценка распределения спроса по видам автосервисных услуг и маркам автомобилей для отдельных групп населения разделённых по платёжеспособному спросу и прогноз изменений по мере развития экономики региона.

Приведённый список задач следует рассматривать как пример развёртывания и углубления детализации основной задачи и не может рассматриваться как окончательный или исчерпывающий. Его можно рассматривать как неокончательный пример технологического маршрута, скорее как начальную его часть. Каждая из перечисленных задач является сложной и для конкретного решения предполагает дальнейшую детализацию в основе которой лежат в каждом случае свои аргументы подчиняющиеся общей задаче.

Первая из перечисленных задач является единственной направленной на анализ обстановки на момент предшествующий переменам в регионе. Остальные предназначены для прогноза развития ситуации или оценки возможных изменений.

На текущий момент проблеме оценки конкурентоспособности уделяется много внимания, сил и времени, но кроме нескольких работ по конкурентоспособности товаров и единичных работ по конкурентоспособности услуг, эти усилия не дают материала пригодного для практического применения и достаточно универсального. Поэтому настоящий материал следует рассматривать ,как попытку получить более общие и универсальные основания для рассмотрения класса задач по оценке конкурентоспособности предприятий производящих услуги. Вопрос о прогнозах и оценках перспектив в изменениях рыночной и конкурентной обстановок задет, в этой работе, только для того что бы показать что он не забыт. В отношении практического результата, этот вопрос, в данной и ближайших работах, рассматриваться не будет. До того как он приобретёт самостоятельное практическое значение необходимо получить достаточные возможности по практической оценке текущей ситуации . Вот первая из задач в списке на это и нацелена. Её решение приведёт к выделению из совокупности объектов составляющих область поиска, после сопоставления объектов по группе признаков- одного, соответствующего задаче поставленной при формулировании предпринимательского интереса. Само собой разумеется, что при этом должен применяться метод сопоставления адекватный задаче и объективный.

Вторым существенным аспектом для задач о конкурентоспособности является создание ясного представления о сегменте рынка на котором решается поставленная задача.

Подчеркнём ещё раз – рассматривая вопрос о предприятии автосервиса следует иметь в виду два основных вопроса:

* Каким должно быть ( или не быть) автосервисное предприятие- область поиска объекта
* Каким должен быть клиент и объект обслуживания− признак объекта(сегмент рынка)
* Примеры первого рода− область поиска
* Предприятие наиболее подходящее для совмещения с продажей автомобилей
* наиболее подходящее для работы в приведённых ниже направлениях, в том числе, например, по договорам с ГИБДД
* По диагностике и оценке технического состояния
* Обучению и аттестации водителей
* Оценке стоимости после ДТП или ремонта
* Наиболее подходят для внедрения услуг:
* Предпродажной подготовки
* Конкретных услуг по тюнингу
* Услуг по оказанию скорой мобильной помощи после ДТП
* Наиболее подходят для включения в качестве ячейки в сетевое АСП
* Наиболее подходит для применения абонементных форм обслуживания
* Наиболее подходит для внедрения услуги по утилизации легковых автомобилей и т.д.

Примеры второго рода − определение сегмента рынка

1. Наиболее подходящее для работы с клиентами конкретного пола и( или) возраста, разных профессий и (или) стиля жизни, разного уровня благосостояния и ( или) социальных групп,и т.д.:
2. Предназначенные для работы с автомобилями конкретных марок или назначения или определённого технического состояния или определённых конструктивных особенностей
3. С автомобилями выполняющими сходные типы работ или работающих в похожих, конкретного типа условиях
4. С автомобилями работающими или паркующимися в похожих условиях или на конкретных территориях
5. С автомобилями применяющими определённые виды топлива или других эксплуатационных материалов.
6. И т.д.

Таким образом общее решение предусматривает:

1. Выбрать конкретную цель выявления наиболее конкурентоспособного предприятия –тип конкурентоспособности в соответствии с формулировкой коммерческого интереса
2. Ограничить область поиска объектами соответствующими формулировке коммерческого интереса
3. Выбрать сегмент рынка соответствующий формулировке коммерческого интереса
4. Сформулировать требования к технологии оценки качеств по которым проводится сопоставление объектов
5. Сформулировать требования к технологии сопоставления объектов

Каждый из пунктов этой последовательности требует детального рассмотрения и формулировки алгоритма приводящего к решению вопросов обозначенных первым словом каждого пункта на основаниях непротиворечивых с точки зрения реализации каждого и их совокупности.

1. 1 *Михалёв Валерий Дмитриевич, кандидат технических наук, доцент, доцент каф «Автосервис» СПбГУСЭ, тел.: +7 921 235 11 21* [↑](#endnote-ref-2)