

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Южно-Уральский государственный университет»
(национальный исследовательский университет)
Высшая школа экономики и управления
Кафедра «Логистика и экономика торговли»

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

Заведующий кафедрой

к.э.н., доцент

_____ А.Б. Левина

_____ 2018г.

МОБИЛЬНЫЙ ШИНОМОНТАЖ КАК ОДИН ИЗ ФАКТОРОВ
ПЕРСПЕКТИВНОГО РАЗВИТИЯ АВТОСЕРВИСНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА
К ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЕ

ЮУрГУ–43.03.01.2018.120/096.ПЗ ВКР

Руководитель работы

к.э.н., доцент

_____ Ж.А.Зеленская

_____ 2018 г.

Автор работы

студент группы ЭУ-535

_____ Г.Г. Блошкин

_____ 2018г.

Нормоконтролер

доцент кафедры

_____ Ж.А.Зеленская

_____ 2018 г.

Челябинск 2018

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Южно-Уральский государственный университет»
(национальный исследовательский университет)
Высшая школа экономики и управления
Кафедра «Логистики и экономики торговли»
Направление 43.03.01 «Сервис»

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

_____ А.Б. Левина

_____ 2018г.

ЗАДАНИЕ

на выпускную квалификационную работу студента

Блошкин Георгий Георгиевич

Группа ЭУ–535

1. Тема работы: «Мобильный шиномонтаж как один из факторов перспективного развития автосервисного предприятия»

утверждена приказом по университету от 04 апреля 2018г. №580

2. Срок сдачи студентом законченной работы 20.06.2018г.

3. Исходные данные к работе

Материалы преддипломной практики, финансовая и бухгалтерская отчётности предприятия за период 2015–2017 г., статистические и экономические данные о рынке автосервисных предприятий, данные российских периодических изданий, справочные материалы.

4. Перечень вопросов, подлежащих разработке:

- Рассмотреть теоретические аспекты технического обслуживания автомобилей
- Осуществить анализ финансовых показателей деятельности компании;
- Разработать план модифицирования услуги шиномонтажа автомобилей –

Произвести расчет экономического эффекта проекта перевооружения.

5. Иллюстративный материал (плакаты, альбомы, раздаточный материал, макеты, электронные носители и др.)

Электронная презентация в формате PowerPoint, альбом демонстрационных материалов.

6. Дата выдачи задания: 16.01.2018 г.

Руководитель _____ Ж.А. Зеленская
(подпись) (И.О.Ф)

Задание принял к исполнению _____ Г.Г. Блошкин
(подпись студента) (И.О.Ф)

КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН

Наименование этапов выпускной квалификационной работы	Срок выполнения этапов работы	Отметка о выполнении руководителя
Заполнение задания на выпускную квалификационную работу с руководителем	15.01.2018-21.01.2018	Выполнено
Подготовка 1 раздела ВКР	26.02.2018-25.03.2018	Выполнено
Подготовка 2 раздела ВКР	26.03.2018-22.04.2018	Выполнено
Подготовка 3 раздела ВКР	23.04.2018-17.06.2018	Выполнено
Преддипломная практика	04.06.2018-17.06.2018	Выполнено
Подписание ВКР у руководителя, получение справки по антиплагиату, регистрация ВКР на кафедре	18.06.2018	Выполнено
Нормоконтроль	19.06.2018-24.06.2018	Выполнено
Подписание ВКР у заведующего кафедрой	19.06.2018-24.06.2018	Выполнено
Защита выпускных квалификационных работ	25.06.2018-15.07.2018	Выполнено

Заведующего кафедрой _____ А.Б. Левина
(подпись)(И.О.Ф)

Руководитель работы _____ Ж.А. Зеленская
(подпись)(И.О.Ф)

Студент _____ Г.Г. Блошкин
(подпись)(И.О.Ф)

АННОТАЦИЯ

Блошкин Г.Г. Мобильный шиномонтаж как один из факторов перспективного развития автосервисного предприятия. – Челябинск: ЮУрГУ, 2018, 73 с., 9 ил., 26 таблица, библиогр. список – 51 наим.

Целью выпускной квалификационной работы является организация бизнес-процессов по предоставлению услуг мобильного шиномонтажа на предприятии ИП Окунева.

Объектом выпускной квалификационной работы является предприятие автомобильного сервиса ИП Окунева.

Предметом выпускной квалификационной работы является анализ разрабатываемых бизнес-процессов на предприятии ИП Окунева.

В первой главе рассматриваются теоретические аспекты сервисной деятельности автотранспортных предприятий. Приводятся виды предприятий данного типа сферы, а также произведено сравнение российского и зарубежного опыта в сервисной деятельности автотранспортных предприятий.

Во второй главе дан всесторонний анализ рассматриваемого предприятия. Проведена организационно-правовая характеристика, рассмотрен спектр оказываемых услуг сервиса, дана оценка экономической деятельности предприятия.

В третьей главе, используя результаты анализа, разработаны процессы по предоставлению услуг мобильного шиномонтажа. Дано экономическое обоснование предложенных мероприятий.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	6
1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОТРАСЛИ АВТОСЕРВИСНЫХ УСЛУГ.....	9
1.1. Понятие и содержание автосервисной услуги.....	9
1.2. Категории автосервисных предприятий.....	17
1.3. Сравнение российского и зарубежного опыта в организации услуг шиномонтажа.....	23
2. АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ АВТОСЕРВИСНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ – ИП ОКУНЕВА.....	31
2.1. Организационная характеристика ИП Окунева.....	31
2.2. Виды автосервисных услуг, предоставляемых ИП Окунева.....	36
2.3. Анализ финансово-экономического положения ИП Окунева.....	45
3. РАЗРАБОТКА ФАКТОРОВ ПЕРСПЕКТИВНОГО РАЗВИТИЯ ИП ОКУНЕВА.....	55
3.1. Модифицирование услуги шиномонтажа автомобилей.....	55
3.2. Экономическое обоснование разработки услуги.....	64
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	69
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	72
ПРИЛОЖЕНИЕ А.....	77
ПРИЛОЖЕНИЕ Б.....	79
ПРИЛОЖЕНИЕ В.....	81
ПРИЛОЖЕНИЕ Г.....	83

ВВЕДЕНИЕ

На сегодняшний день одним из самых востребованных сфер деятельности является техническое обслуживание и ремонт автомобилей. Особенно эта деятельность в Российской Федерации активно развивается с начала 2000-ых годов. «Гаражный» ремонт уступает большим автообслуживающим предприятиям по многим факторам, и постепенно исчезают на территории России. Выполняя услуги, автосервис берёт большую ответственность за выполнение работы, поэтому некачественный ремонт может повести за собой не только материальные затраты, но и человеческие жертвы. Для минимизации нежелательных последствий ремонтных работ автомобиля предприятиям следует постоянно контролировать и повышать качество предоставляемых услуг.

Несмотря на достаточную количественную обеспеченность автосервисов в городах России многие предприятия не могут предоставлять услуги технического обслуживания на должном уровне. Автосервисы находятся в прямой зависимости от экономических и политических факторов, которые могут подрывать качественный уровень их услуг. Многие предприятия автомобильного сервиса намеренно предлагают выполнение ненужных заказчику ремонтных работ, к тому же с завышенной их стоимостью. При этом не редко, исполнители услуг, выполняют ремонт без учета технологии, используя некачественные запасные части и комплектующие.

Для решения проблемы на предприятиях автосервиса необходимо вводить множество мероприятий, направленных на повышение качества услуг. Первоначально выявив и устранив внутренние причины, снижающие эффективность предприятия, такие как моральное устаревание технологического оборудования, периодичное повышение квалификации исполнителей и т.п. Следует постоянно адаптироваться под влияние внешних факторов, влияющих на эффективность функционирования предприятия.

Актуальность данной темы обоснована следующими моментами. Расширение

спектра предоставляемых услуг даёт предприятию новый поток клиентов, соответственно происходит рост выручки и прибыли. Внедрение инноваций позволяет повысить конкурентоспособность, особенно в том случае, когда данный тип инноваций появляется впервые на рынке. Помимо этого, растут такие показатели как узнаваемость предприятия, его репутация, уровень возможности в отношении различных сфер деятельности. Поэтому внедрение новых, инновационных услуг является действенным способом общего развития предприятия на рынке сервисных услуг.

Целью выпускной квалификационной работы является разработка рекомендаций по организации бизнес-процессов по предоставлению услуг мобильного шиномонтажа на предприятии ИП Окунева.

В соответствии с поставленной целью необходимо решить ряд следующих задач:

1. рассмотреть теоретические аспекты отрасли автотранспортных услуг;
2. провести анализ деятельности рассматриваемого предприятия ИП Окунева;
3. дать экономическое обоснование разработанных мероприятий.

Объектом выпускной квалификационной работы является предприятие автомобильного сервиса ИП Окунева.

Предметом выпускной квалификационной работы является анализ разрабатываемых бизнес-процессов на предприятии ИП Окунева.

Теоретической основой исследования являются труды отечественных и зарубежных авторов в сфере сервисной деятельности автотранспортных предприятий и организации бизнес-процессов.

Методическую базу выпускной квалификационной работы составляют методы моделирования бизнес-процессов в сфере автосервисных услуг.

Нормативно-правовую и статистическую основу составили федеральные законы Российской Федерации и правовые акты в сфере хозяйственной деятельности, аналитические обзоры рынка по рассматриваемой теме, справочные и инструктивные материалы, данные финансовой, бухгалтерской отчетности ИП Окунева.

Практическая значимость разработки бизнес-процессов по предоставлению услуг мобильного шиномонтажа заключается в возможности применения его на практике для ИП Окунева.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трёх глав, заключения.

В первой главе рассматриваются теоретические аспекты сервисной деятельности автотранспортных предприятий. Приводятся виды предприятий данного типа сферы, а также произведено сравнение российского и зарубежного опыта в сервисной деятельности автотранспортных предприятий.

Во второй главе дан всесторонний анализ рассматриваемого предприятия. Проведена организационно-правовая характеристика, рассмотрен спектр оказываемых услуг сервиса, дана оценка экономической деятельности предприятия.

В третьей главе, используя результаты анализа, разработаны процессы по предоставлению услуг мобильного шиномонтажа. Дано экономическое обоснование предложенных мероприятий.

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОТРАСЛИ АВТОСЕРВИСНЫХ УСЛУГ

1.1. Понятие и содержание автосервисной услуги

В России автосервисы появились значительно позже зарубежных стран, что обусловлено отставанием развития отечественного автопрома от мировых тенденций. Однако, несмотря на некое ранее отставание, последнее десятилетие демонстрирует устойчивую динамику увеличения российского автомобильного парка. По оценкам экспертов, автомобильный рынок России, является одним из наиболее, динамично развивающихся в мире и его ежегодный прирост составляет около 10% в год. Данная тенденция обусловлена не только расширением производства отечественных автомобилей, но и увеличением объема совместного производства с зарубежными компаниями, а также активным ввозом автомобилей иностранного производства.

Согласно прогнозных данных, к 2020 г. общее количество автомобилей в стране возрастет более чем в 2 раза и превысит 60 млн. автомобилей. Все это свидетельствует о том, что интерес к сервисным услугам в области технического обслуживания автомобилей будет только расти. Сегодня можно с уверенностью утверждать, что данный бизнес стал частью российской экономики.

На мировом авторынке Россия по итогам 2017 г. заняла 8-е место с показателем 2,5 млн. легковых и легких коммерческих автомобилей, уступив Великобритании (таблица 1.1).

Таблица 1.1 – Результаты продаж легковых автомобилей на ведущих мировых рынках в 2017 г.

Национальный рынок	Объем реализации автомобилей, млн шт.	Прирост объемов реализации автомобилей на рынке, %
Китай	23,60	+7,8
США	16,50	+6,0
Япония	5,46	+ 3,5
Бразилия	3,33	-7,0
Германия	3,25	+2,6

Окончание таблицы 1.1

Национальный рынок	Объем реализации автомобилей, млн шт.	Прирост объемов реализации автомобилей на рынке, %
Индия	3,09	+2,1
Великобритания	2,79	+10,3
Россия	2,49	-10,3
Великобритания	2,79	+10,3
Россия	2,49	-10,3
Франция	2,17	+0,4
Италия	1,48	+4,9

Динамичный рост продаж автомобилей обусловило увеличение количества автосервисов, которое за последние годы выросло в 10 раз. Если в 2000 г. в России насчитывалось около 2,5 тыс. станций технического обслуживания, то в 2017 г. - свыше 7,5 тыс. официально зарегистрированных. На данный момент, по сведениям Росстата, в России насчитывается 25 тыс. действующих автосервисов, но и это количество не удовлетворяет потребностям. По прогнозу агентства «Автостат», общая потребность в автосервисах оценивается в количестве 27 тыс.

В. В. Волгин приводит три метода расчета необходимого количества автосервисов [4]. Однако независимо от их специфики по всем трем методам получены схожие результаты - норматив планирования: один пост на 100 автомобилей. Таким образом, на сегодняшний день необходимо около 350 тыс. сервисных постов, включая отдельные мойки, шиноремонтные и мелкие мастерские. Если учесть, что в среднем на предприятии автосервиса имеется 7-10 постов, то потребность оценивается в пределах 35-50 тыс. автосервисных предприятий.

В целом ситуация на российском рынке автосервисов складывается следующая: в регионах подавляющая доля (65-70 %) приходится на небольшие частные автосервисы, 15-25 % - на частных исполнителей (бизнес в гараже) и около 10 % - на специализированные технические центры. Большинство автосервисов - 70 %, по оценкам Департамента транспорта и связи, позиционируют себя как универсальные, т. е. они способны оказать техпомощь легковым машинам всех марок. На иномарках специализируются только 6 % станций техобслуживания, на отечественных моделях - 24 %. Спрос на услуги автосервисов в России растет с каж-

дым годом в среднем на 15 %.

Рост количества автомобилей, низкий технический уровень, старение автомобильного парка, открытый способ хранения автомобилей в условиях российского климата, плохие дороги, а также далеко не всегда высокое качество услуг автосервиса и другие факторы оказывают заметное влияние на уровень спроса на услуги автосервиса.

Прирост автомобильного парка как прямо, так и косвенно стимулирует развитие автомобильной инфраструктуры и рост производственных мощностей - увеличение количества предприятий автосервиса, повышение уровня их технической оснащённости и профессионализма работников.

Термин «автосервис» до сих пор не имеет однозначного определения и по-разному рассматривается специалистами, что отражается и в практической деятельности предприятий (таблица 1.2).

Таблица 1.2 – Понятия термина «автосервис», предлагаемые разными авторами

Смысловые границы	Определение	Автор
Широкое понимание	Автосервис – это не только техническое обслуживание автомобиля и предоставление различных услуг их владельцам (консультирование, обеспечение запасными частями, эксплуатационными материалами, организация хранения принадлежащих им транспортных средств), а также обустройство дорог и др.	Т. Ф. Фастовцев [16]
	Автосервис – это отрасль, обслуживающая автомобильный транспорт	Е. С. Кузнецов [7]
	Автосервис – одна из наиболее динамичных и быстро развивающихся отраслей сферы услуг	Л. Б. Миротин [15]
	Автосервис в широком смысле – это инфраструктура автомобильного транспорта	О. Д. Марков [9]
Узкое понимание	Автосервис – это бизнес по продаже удовлетворения потребителям посредством ремонта их машин	В. В. Волгин [3]
	Автосервис в узком понимании слова — это система поддержания и восстановления работоспособности автомобиля в течение всего срока эксплуатации	О. Д. Марков [9] М. В. Малиновский [8]
	Автосервис – это комплекс адаптированных основных компетенций и соответствующих им конкурентных преимуществ с целью максимизации социально-экономической эффективности использования автомобилей	А. М. Соколов [13]

Определения автосервиса можно разделить на две группы. Одни исследователи рассматривают автосервис в широком смысле и дают определения, охватывающие отрасль автотранспорта в целом, в которую входит не только поддержание работоспособности автомобиля, но и инфраструктура автотранспорта. Другие исследователи придерживаются понимания этого понятия в узком смысле, характеризуя отдельные экономические, правовые, социальные и другие аспекты автосервиса, раскрывая внутреннее содержание его работы, которое выражается в единстве многообразия свойств и функций, что позволяет отличить его от сходных явлений.

В контексте данной работы, будем придерживаться определения «автосервис», которое дает О. Д. Марков [8] и поддерживает М. В. Малиновский [7]. Однако, использование в определении слова «система» всегда предполагает определенную сложность, поскольку система - это множество элементов, находящихся в отношениях и связях друг с другом, которые образуют определенную целостность, единство. Поэтому более уместно уточнить данное определение заменив слово «система», на выражение «комплекс мероприятий». Таким образом, автосервис - это комплекс мероприятий, который способствует поддержанию работоспособности и восстановлению автомобиля в течение всего срока эксплуатации.

Функционирование автосервисных предприятий сводится к сервисной деятельности, т. е. к оказанию услуг и обслуживанию.

На сегодняшний день существуют различные классификации видов услуг, каждая из них отражает специфику подхода к анализу сервисной деятельности. В соответствующей литературе, как правило, выделяются такие свойства услуг, как неотделимость от источника производства, неосвязаемость, несохраняемость, неопределенность качества, отсутствие перехода права собственности, иммобильность.

Услуги автосервиса представляют собой особый класс услуг, для которого характерен ряд особенностей:

1. Значительная материальность, так как автосервисная услуга может преду-

смазывать использование запасных частей, материалов, автопринадлежностей, автокосметики и т. д. Кроме того, она осуществляется в специально оборудованном помещении.

Отсюда следует, что автосервисные услуги - это действия, в результате которых персонал автосервисного предприятия посредством осязаемых материальных товаров, дополняющих услугу, удовлетворяет потребности (заказы) потребителей (клиентов). Таким образом, автосервисная услуга относится к материальным услугам, восстанавливающим потребительскую стоимость.

2. Выраженная технологичность. Проявляется в использовании и развитии технологий, разработке нового оборудования, при помощи которого происходит обслуживание и ремонт автомобилей. Внедрение нового оборудования и новых технологий технического обслуживания и ремонта автомобилей приводит к расширению номенклатуры оказываемых услуг (ремонт электрических систем, диагностика автомобиля и т. д.).

3. Комплексность оказываемых услуг. Клиент сам может выбрать из всего набора подходящую для себя комбинацию. В процессе оказания услуг имеется возможность их изменения и адаптации под индивидуальные требования. Персонал может предоставить множество комбинаций возможных решений и изменить первоначальный заказ, добавляя любые компоненты по требованию клиента. Качество обслуживания в автосервисе зависит от профессионализма, знаний, умений и способностей автослесарей, а также от скорости и точности их работы. В зависимости от предпочтений клиента компания может расширять список предоставляемых услуг, что позволит ей повысить конкурентоспособность и занять уникальную нишу на рынке автосервисных услуг.

4. Проявление такого общего свойства услуг, как несохраняемость. Особенность автосервисных услуг заключается в том, что если клиент оставил автомобиль в автосервисе и в течение определенного времени не появляется, то автосервис, с учетом положений ст. 720 Гражданского кодекса РФ, вправе по истечении месяца со дня выполнения работы, двукратно предупредив об этом потребителя,

продать автомобиль с воплощенной в нем автосервисной услугой, а вырученную сумму, за вычетом всех причитающихся автосервису платежей (в том числе за хранение на платных стоянках либо у себя по установленным тарифам), внести на имя потребителя в депозит в порядке, предусмотренном ст. 327 Гражданского кодекса РФ [6].

5. Отчетливо выраженная дискретность отношений субъекта (автосервисной компании) и объекта (автовладельца) автосервисной услуги (рисунок 1.1).

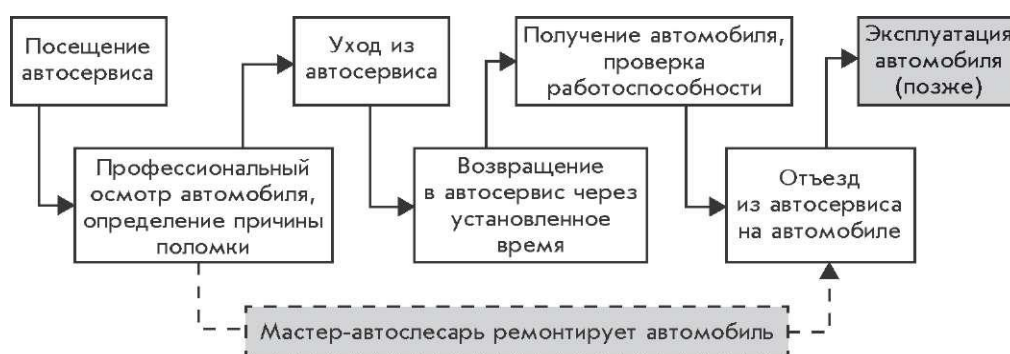


Рисунок 1.1– Упрощенная схема предоставления автосервисной услуги

Присутствие потребителя при оказании автосервисной услуги оценивается как дискретное (прерывистое). Участие клиента не требует его постоянного присутствия при оказании данной услуги, но клиент имеет право контролировать процесс, выражая свое желание и внося необходимые пояснения в процессе оказания услуги. Автосервисная услуга является услугой с низкой степенью взаимодействия между клиентом и сотрудником, однако роль персонала здесь остается ведущей. Соответственно, слова и действия представителя компании воспринимаются клиентом как реализация политики организации.

6. Наличие выраженных сезонных колебаний также характерно для автосервисных услуг. В осенне-зимний период вероятность выполнения всех заказов велика, так как поток требований в это время ниже мощностей автосервисных предприятий. И, наоборот, в летний период число автовладельцев, получивших отказ в выполнении заказа, резко возрастает в связи с тем, что автосервисное предприятие не справляется с объемом работ.

7. Конкурентное географическое место может быть ограничено в связи с локализацией предприятий, оказывающих автосервисные услуги, так как автосервисы привязаны к одной точке сбыта (конкретному городу или региону). Особый интерес для России представляет деление автосервисов на городские и сельские. Здесь необходимо учитывать, что 75 % населения Российской Федерации проживает в городах и 25 % в сельской местности. Кроме того, трассы и дороги в черте города имеют качественный показатель выше среднего, тогда как сельские дороги имеют низкий показатель. Следовательно, городские и сельские автосервисы в своей деятельности обладают рядом отличий (таблица 1.3).

Таблица 1.3 – Показатели, влияющие на деятельность городских и сельских автосервисных предприятий в Челябинской области

Показатели	Автосервисы	
	Городские	Сельские
Наличие дилерских сервисных центров	Присутствуют	Отсутствуют
Количество автосервисов, шт.	40-306	2-19
Количество рабочих постов, шт.	7-12	2-6
Обеспечение запасными частями	Как правило, высокое	Как правило, низкое
Уровень технической оснащённости	Как правило, высокий	Как правило, низкий
Предоставление дополнительных услуг	Присутствует	Отсутствует
Сертификация	Присутствует	Нередко отсутствует
Квалификация персонала	Высокая	Более низкая
Название автосервисного предприятия	Как правило, присутствует	Часто отсутствует

Кроме перечисленных показателей в работе автосервисных предприятий выделяется также ряд особенностей (таблица 1.4).

Таблица 1.4 – Особенности автосервисных предприятий

Особенности	Автосервисы	
	Городские	Сельские
Специализация по видам работ, широкий ассортимент услуг	Присутствует	Присутствует
Проявление потребительского экстремизма	Присутствует	Отсутствует
Придуманные неисправности	Присутствует чаще	Присутствует реже
Использование «manual»* и технологических карт	Присутствует	Отсутствует

Окончание таблицы 1.4

Особенности	Автосервисы	
	Городские	Сельские
Процесс обслуживания	Низкая степень взаимодействия потребителя и ремонтного персонала	Степень взаимодействия ремонтного персонала с потребителем выше

* Manual (пер. с англ. «руководство, инструкция») - электронные пошаговые руководства (инструкции) к продуктам производителей определенных торговых марок

Автосервисные услуги статистически относятся к платным бытовым услугам, занимая около 40 % этого рынка. Они имеют свои отличительные особенности и специфику по сравнению с другими услугами. Качество обслуживания в автосервисе зависит от персонала, поэтому именно в его обучение требуются большие вложения. Если ранее сервис был ориентирован на автомобиль, то ориентация настоящего времени - человек с автомобилем. Следовательно, повышение компетенций работников автосервиса является главной задачей для повышения конкурентоспособности автосервисного предприятия.

Понятия «конкуренция» и «конкурентоспособность» в системе рыночной экономики занимают центральное место. Человечество давно обращалось к вопросам их идентификации с позиций своего времени и проблем. К уточнению и пересмотру ранее определенных понятий в конце XX в. привели эволюция рынка, постоянно возрастающая конкуренция, достижения науки, прогресс технологий, развитие общества и расширение его потребностей, исчерпание прежних и актуализация интеллектуальных ресурсов.

В свою очередь, для повышения конкурентоспособности автосервисного предприятия необходимо наличие определенного состава деятельности и компетентного персонала (рисунок 1.2).

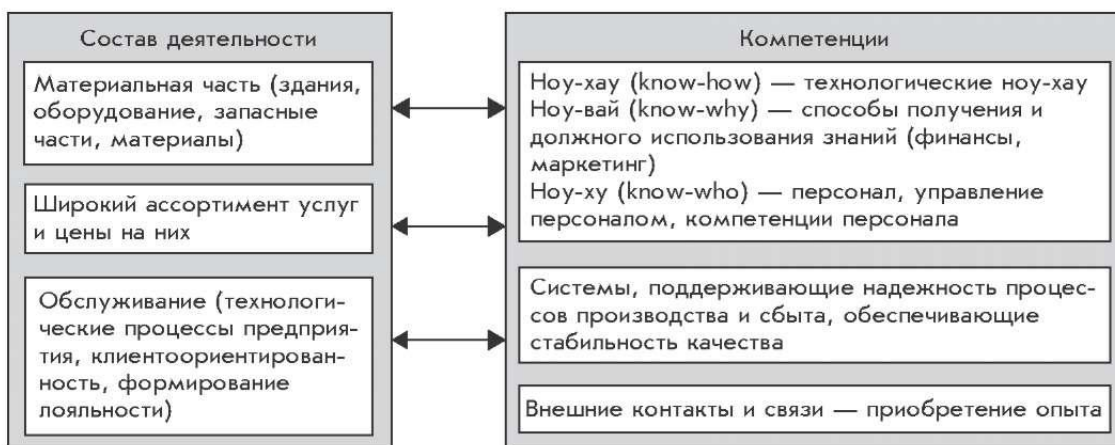


Рисунок 1.2 – Состав деятельности и компетенции, определяющие конкурентоспособность автосервисного предприятия

В технико-технологической составляющей заключается материальная часть деятельности автосервиса; услуги должны быть представлены широким ассортиментом; обслуживание - тот компонент, который характеризует качество взаимодействия производителей услуг с клиентами. В конечном итоге, все составляющие связаны с компетенциями персонала и предприятия в целом, так как достичь повышения конкурентоспособности можно используя только то, что невозможно скопировать.

1.2 Категории автосервисных предприятий

Необходимость классификации возникает в связи с существованием множества неоднородных объектов и изучения присущих им свойств и закономерностей. Посткризисное восстановление экономики, в том числе увеличение объемов производства, экспортно-импортных операций, рост деловой активности способствуют развитию рынка транспортных услуг, что особенно характерно для сектора перевозок автомобильным транспортом. Разнообразие и многоплановость автотранспортных предпринимательских структур обуславливают актуальность их классификации, обеспечивающей изучение характерных черт функционирования современных автотранспортных предпринимательских структур (АТПС) на рынке

транспортных услуг.

Под классификацией понимается распределение объектов по группам, при котором объекты, обладающие общими схожими признаками, попадают в одну группу [4]. Целью классификации является создание упорядоченной структуры, позволяющей наиболее полно отразить признаки, присущие АТПС.

В большинстве работ, посвященных исследованию функционирования рынка автотранспортных услуг, авторы большое внимание уделяют изучению деятельности и попыткам классификации автотранспортных предприятий (АТП). К наиболее часто встречающимся в экономической литературе признакам классификации можно отнести [1, 2, 3, 7]:

- размер предприятия. В соответствии с этим признаком авторы выделяют малые, средние и крупные АТП. В российской практике используются различные критерии отнесения предприятия к одному из перечисленных типов, ознакомиться с которыми можно в законодательных актах РФ;

- форма собственности. По данному критерию выделяют государственные, частные, со смешанной формой собственности, с иностранным участием, а также АТП общественных организаций;

- организационно-правовая форма. Все организационно-правовые формы АТП, также как предприятий других отраслей, осуществляющих свою деятельность на территории РФ, определены в Гражданском Кодексе. У каждой организационно-правовой формы есть свои преимущества и недостатки, обязанности и ответственность участников, которые необходимо учитывать как на этапе создания предприятия, так и при его реорганизации или ликвидации.

Все указанные признаки являются общими, характерными для всех предприятий, функционирующих на территории РФ независимо от осуществляемого. Все указанные признаки являются общими, характерными для всех предприятий, функционирующих на территории РФ независимо от осуществляемого вида деятельности. Однако, для характеристики множества АТПС необходимо рассмотреть их специфические признаки, основным из которых является вид перевозки

(характер выполняемых услуг). В соответствии с данным критерием, все АТП делят на грузовые, пассажирские (автобусные и легковые), смешанные (грузопассажирские) и специальные (скорой медицинской помощи, коммунального обслуживания).

К вышеперечисленным признакам классификации АТП, В. П. Бычков относит также их ведомственную принадлежность. Данный показатель делит все АТП на ведомственные, обслуживающие только предприятия той отрасли, к которой они относятся, и общего пользования, выполняющие транспортные услуги на коммерческой основе [1].

По мнению И. С. Туревского, перечисленных признаков недостаточно для охвата всего многообразия существующих АТП и поэтому автор классифицирует все предприятия по маршрутам и по расстоянию перевозки [6]. В зависимости от расстояния выполняемой перевозки грузов или пассажиров, исследователь выделяет местные, междугородные и международные АТП. По мнению автора, АТП могут осуществлять перевозки на городских, пригородных, междугородных и/или туристических маршрутах.

С. Г. Тамбовский в своем диссертационном исследовании отмечает, что основу классификации должны составлять показатели, характеризующие работу АТП и, следовательно, влияющие на его финансовые результаты. Все АТП, функционирующие на современном рынке автотранспортных услуг автор разделяет на четыре группы по уровню экономической состоятельности [5].

Таким образом, авторы, исследующие проблему классификации АТП, недостаточно внимания уделяют изменениям, происходящим на рынке автотранспортных услуг в новых условиях хозяйствования, в частности, расширению номенклатуры оказываемых услуг, ужесточению конкурентной среды в данном секторе перевозок, повышению требований потребителей к качеству и безопасности транспортных услуг. Поэтому целесообразно в рамках исследования уточнить и дополнить существующие классификации с учётом особенностей функционирования современного рынка автотранспортных услуг.

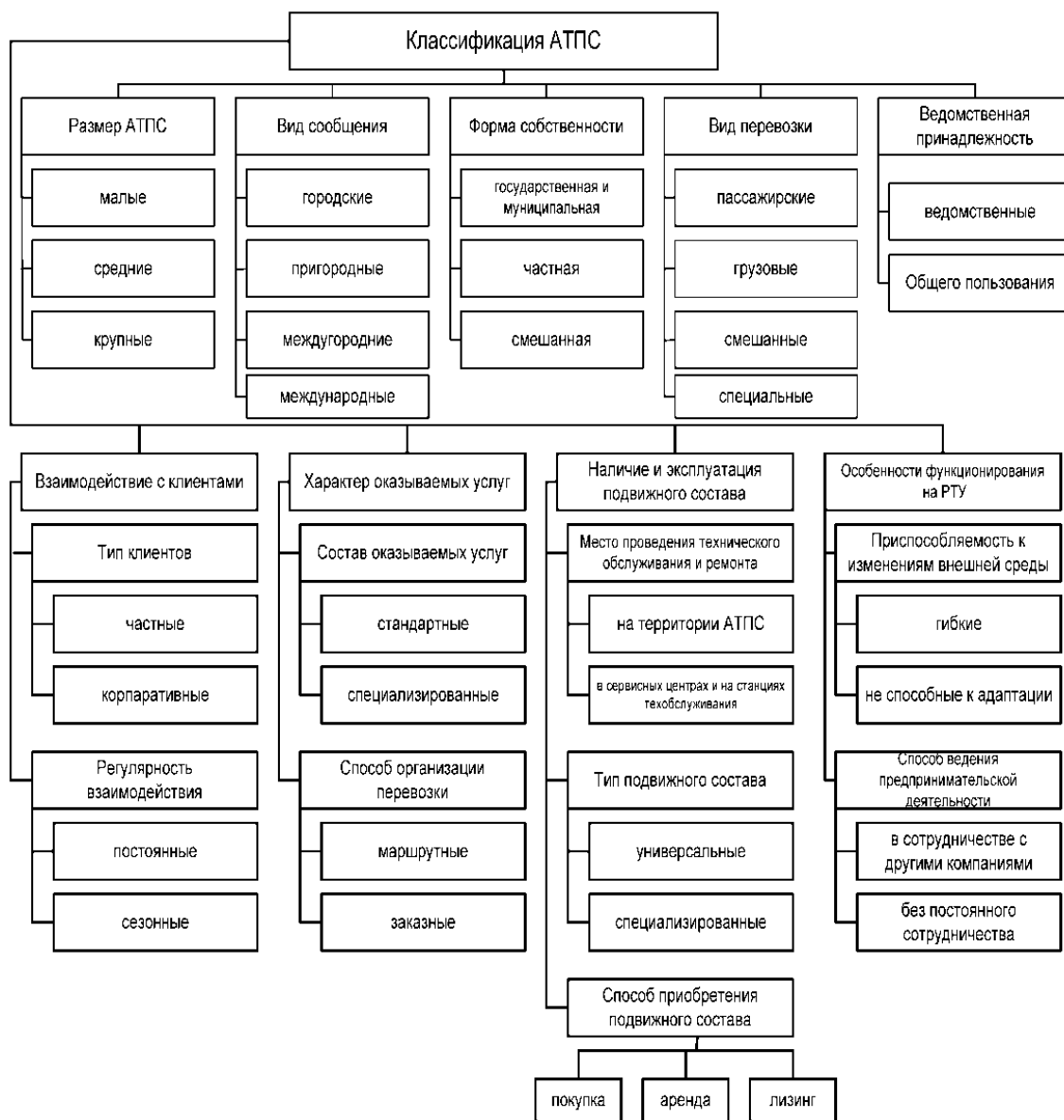
Все АТПС, функционирующие на рынке транспортных услуг можно классифицировать по следующим признакам:

- взаимодействие с клиентами;
- характер оказываемых услуг;
- наличие и эксплуатация подвижного состава;
- особенности функционирования на рынке транспортных услуг.

В свою очередь, перечисленные группы целесообразно разделить на подгруппы, в соответствии с их содержанием и особенностями, как это представлено на рисунке 1.3.

Поскольку АТПС является социально-экономической структурой, ориентированной на извлечение прибыли и удовлетворение потребностей клиентов, важным классификационным признаком является взаимодействие с клиентами. В соответствии с данным критерием, все АТПС подразделяются по типу клиентов и регулярности взаимодействия с ними. Транспортные услуги могут оказываться как частным, так и корпоративным клиентам, к числу которых относятся организации, нуждающиеся в перевозке грузов и пассажиров. Сезонные колебания более характерны для грузовых перевозок и могут быть вызваны различными причинами, к числу которых относятся специфика ряда отраслей экономики (сельское хозяйство, строительство), климатические и погодные условия.

По характеру оказываемых услуг все АТПС могут быть разделены по составу услуг на стандартные и специализированные. Необходимость данного деления связана с тем, что современные АТПС оказывают не только стандартные услуги, под которыми понимаются собственно перевозки, но и услуги, сопутствующие перевозкам. Также в рамках данного критерия все АТПС делятся на осуществляющие перевозки по заранее разработанному пути следования подвижного состава (маршрутные) и на АТПС, осуществляющие перевозки в соответствии с поступлением заказа клиента (заказные).



————— Существующая классификация АТПС *
————— Дополненная классификация АТПС **

Рисунок 1.3 – Классификация автотранспортных предпринимательских структур

Качество и безопасность транспортных услуг, удовлетворенность клиентов зависят от имеющегося в наличии подвижного состава и его эксплуатации. В соответствии с данным критерием, все АТПС можно разделить по типу подвижного состава на универсальные и специализированные. Специализированные АТПС используют подвижной состав, оборудованный различными устройствами и приспособлениями для перевозки особых грузов или пассажиров. К грузовому спе-

специализированному подвижному составу относятся цистерны, бетоносмесители, фургоны для перевозки отходов и пр. При осуществлении пассажирских перевозок специализированными являются низкопольные автобусы и автобусы, оснащенные специальными устройствами для перевозки инвалидов-колясочников.

По способу приобретения подвижного состава АТПС могут быть разделены на АТПС, приобретающие транспорт в собственность, в аренду или лизинг. Необходимость такого деления обусловлена тем, что в условиях рынка предпринимательские структуры самостоятельно определяют, каким способом приобретать необходимое количество транспортных средств в зависимости от соотношения затраты-выгоды.

Наличие собственного места технического обслуживания и ремонта подвижного состава значительно облегчает его эксплуатацию: проще осуществлять плано-предупредительное обслуживание транспортных средств по заранее разработанным планам-графикам. Однако следует учитывать дополнительные затраты на содержание помещения и специалистов. В соответствии с данным признаком классификации, все АТПС делятся на обслуживающие подвижной состав на собственной территории, и на АТПС, осуществляющие ремонт и техническое обслуживание на станциях и специальных сервисах.

В современных рыночных условиях важным классификационным признаком является способ ведения предпринимательской деятельности. По данному критерию все АТПС можно разделить на АТПС, осуществляющие свою деятельность в сотрудничестве с другими компаниями, и АТПС, функционирующие без постоянного сотрудничества. Предпринимательские структуры, имеющие наработанные контакты и долгосрочные договоры с участниками отраслевого рынка, занимают активную позицию на РТУ и способны формировать неценовые стратегические барьеры входа для фирм-конкурентов. Структуры, не имеющие долгосрочных контрактов, могут быть вытеснены с рынка при ужесточении конкуренции.

По признаку приспособляемости к изменениям внешней среды АТПС делятся на гибкие и не способные к адаптации. При осуществлении перевозок особенно

важной представляется приспособляемость к требованиям клиентов АТПС, которые постоянно меняются: если восприятие ценности транспортных услуг не соответствует ожиданиям, покупатель утрачивает интерес к продавцу услуги. Следовательно, АТПС необходимо непрерывно совершенствовать методы и средства оказания услуг, не останавливаясь на достигнутом уровне качества. Современным АТПС необходимо научиться эффективно использовать организационные, экономические и правовые рычаги воздействия на процесс формирования и поддержания необходимого уровня качества обслуживания на всех стадиях жизненного цикла транспортной услуги.

Представленная классификация универсальна и может быть применена как для анализа деятельности пассажирских АТПС, так и для предпринимательских структур, основной деятельностью которых является перевозка грузов. Разработанная классификация позволит обосновать рыночный подход к деятельности исследуемой категории, т. е. услуги, оказываемые АТПС, прежде всего, должны учитывать интересы клиентов и обладать свойствами, полно и качественно удовлетворяющими спрос. Предлагаемая классификация, безусловно, не является полной, но может быть использована как в решении научно- методических задач исследования рынка автотранспортных услуг, так и на практике, для лучшего понимания функционирования АТПС в современных условиях.

1.3 Сравнение российского и зарубежного опыта в организации услуг шиномонтажа

Европейский рынок автомобилей не однороден. Западная Европа является основным производителем и потребителем автомобилей. Западноевропейский автомобильный рынок, с более чем 100-летней историей, один из самых развитых. Он насчитывает свыше 205 млн. автомобилей, ежегодно на нем продается 15 (+/- 5 %) млн. машин. [10,11]

В Западной Европе работает около 350 тыс. станций технического обслуживания

ния, численность персонала которых - 2,5 млн. человек. Из общего числа автосервисных предприятий 232 тыс. (66,3 %) - независимые СТО, 118 тыс. (33,7 %) - авторизированные дилеры. Оборот всех предприятий автосервиса составляет 520 млрд. евро в год, в том числе 420 млрд. (80,7%) - продажа автомобилей, 60 млрд. (11,5%) - продажа запасных частей, 40 млрд. (7,6%) - продажа услуг автосервиса.

Авторизированный автосервис контролирует 50% рынка услуг по автомобилям не старше 4 лет. Удельный вес авторизированных дилеров в экономически высокоразвитых странах Западной Европы больше, чем в менее развитых. Например, в Германии он составляет 45-50%, а в Чехии из 7000 СТО лишь около 1000 (15%) - авторизированные дилеры. Ужесточение конкуренции ведет к сокращению количества предприятий автомобильного рынка и их укрупнению.

Независимые СТО можно разделить на универсальные по автомобилям и перечню выполняемых работ и специализированные, выполняющие определенные виды работ. Станции, специализирующиеся на выполнении ограниченного перечня работ, требуют меньших инвестиций и имеют достаточную загрузку.

Свободные станции в Европе небольшие, приблизительно на 40% из них работает до 4 чел., на 30% - от 4 до 9, на 20% СТО - от 10 до 19, на 8% - от 20 до 49 и на 5% - более 50 чел. В России и Украине удельный вес авторизированных сервисов незначительный (в Украине не более 5 - 7%). Преобладают универсальные или мелкие специализированные независимые станции технического обслуживания (в Украине их удельный вес составляет 93—95%). Кроме авторизированных СТО по маркам и моделям автомобилей, в Европе и во всем мире существуют сети авторизированных СТО продавцов оборудования и запасных частей, так называемый сетевой автосервис.

Правила поведения на рынке продаж автомобилей и автосервиса в Евросоюзе определяет Закон GVO (Gruppenfreistellungverordnung - распоряжение по групповому освобождению как исключение из Закона о конкуренции), который закрепил ответственность производителей автомобилей за их продажу, обеспечение запасными частями, гарантию, техническое обслуживание и ремонт на протяжении

жизненного цикла автомобиля. В основе этого Закона лежит концепция расширенного продукта: производитель не только продает автомобили, но и поддерживает их в течение всего срока эксплуатации. При этом автомобильный лидер имеет свою дилерскую сеть, состоящую из определенного числа дистрибьюторов и дилеров. Кроме них такая сеть включает в себя логистическую систему для обеспечения каждого дилера только оригинальными запасными частями и материалами. Дилерская сеть имеет также свою информационную систему и систему технической поддержки.

Еще в 1985 г., когда принимался Закон GVO, узаконенная им фирменная модель обслуживания автомобилей рассматривалась как исключение для автомобильной отрасли из общеевропейских законов о конкуренции. Исключение было сделано ввиду того, что автомобиль, будучи продуктом массового потребления, является технически сложным источником повышенной опасности и потому требует большого внимания к гарантии и технической поддержке. Практика применения этого Закона в странах Евросоюза показала, что любые ограничения для одних и свободы для других ведут к существенному ограничению конкуренции. В Украине многие дилеры пользуются своим монопольным положением на рынке, гарантией и правом устанавливать оригинальные запасные части, монопольным правом владения программными продуктами и технологической документацией исключительно в собственных интересах. В действительности это выражается в неадекватных ценах на услуги и запасные части, завышенной наценкой на автомобили, двукратными по сравнению с закупочными ценами на запасные части, в давлении на конкурентов. Например, цены на услуги легкового автосервиса дилера Volvo были практически в два раза выше, чем у дилеров других автомобилей, а цены любых авторизованных дилеров на 30-100% выше, чем на независимых СТО.

Структура современного рынка сервиса в России выглядит следующим образом: всего в стране насчитывается более 46 тысяч сервисных предприятий различного масштаба. Примерно 9% из этого количества - официальные дилеры

(чуть более 4 тысяч), еще около трети (15,5 тыс. шт., 33%) - независимые СТО. Остальные 58% - это узкоспециализированные сервисные предприятия, включая шиномонтажные предприятия, мойки, тюнинг-ателье, станции кузовного ремонта, точки по ремонту двигателей, электроники, ходовой части и прочие. [12]

В России рынок сервисных услуг для автовладельцев активно развивался лишь последние пять, максимум десять лет. И вызвано это было бурным ростом самого автобизнеса. В годы до наступления кризиса продажи новых автомобилей прирастали на 60-70 процентов. И как следствие, дилеры и автосервисы диктовали свои условия. Но за последние два года, как отметили участники круглого стола, это отношение кардинально поменялось. Безусловно, до европейских стандартов обслуживания отечественный автосервис еще не дотягивает, на это потребуется много времени. Российский рынок автосервисных услуг только встает на путь цивилизованности, а компании-производители постепенно отходят от жестких требований, предъявляемых к своим дилерам.

Для сравнения, в России только 7% автовладельцев продолжают в послегарантийный период обслуживаться в официальном сервисе. Но к международным ориентирам, как заявляют специалисты рынка, автосервис обязательно придет. По оценке экспертов, в ближайшие два-четыре года ситуация кардинально изменится. Дистрибьюторы и автопроизводители вынуждены будут разрешить российским дилерам устанавливать на автомобили, так называемые аналоговые запчасти. Подобная практика уже действует в Европе. Это окончательно уравнивает цены на техническое обслуживание у официального и независимого сервисов.

Вопрос цены - у кого дешевле - весьма спорный. Автодилеры в период ажиотажного спроса на новые автомобили могли завышать цены, на чем и зарабатывали. Начиная уже с 2008 года рынок диктует официальным дилерам условия, поскольку центры техобслуживания автодилеров загружены лишь на 30-40 процентов. И сегодня уже сами компании-производители в борьбе за клиента предоставляют своим покупателям различные бонусные преимущества при гарантийном техобслуживании. Но главное, что в новых условиях отличает официальный сер-

вис от независимого - высокая степень ответственности. Клиенту теперь дается право в любой момент проверить, как производится ремонт его автомобиля у официального дилера. Он может это не только наблюдать через стекло, но и попросить мастера провести его в сервисную зону, чтобы убедиться, что та или иная операция выполняется качественно.

Еще один момент, который отмечают представители дилерских центров, заключается в том, что ни один независимый автосервис не имеет того оборудования, которое получают автодилеры. Вдобавок к этому обучение персонала компаниями-производителями и дальнейшее техническое сопровождение.

Формально рынок независимых СТО в стране развит адекватно автопарку. В России около 18 тысяч таких предприятий. Для сравнения, в Германии независимых СТО около 20 тысяч при сопоставимой численности автопарка. Но стоит также отметить, что в Германии есть еще около 18 тысяч официальных дилерских центров техобслуживания. В России таких всего около пяти тысяч. При этом число сложных в обслуживании иномарок в автопарке страны постоянно растет. Так что потенциал для роста спроса на услуги качественного авторемонта достаточно большой. При этом отмечается усиление конкуренции между независимыми СТО, занимающимися иностранными автомобилями. Самая жесткая борьба за выживание сейчас идет среди малых, неспециализированных автомастерских, ориентированных на владельцев автомобилей старше 10 лет - их основная клиентура сильнее всего страдает от падения доходов, вызванного экономической ситуацией.

Многие неспециализированные автосервисы испытывают сейчас серьезные проблемы с клиентским трафиком - вплоть до угрозы банкротства. Но специализированные СТО с хорошей репутацией чувствуют себя хорошо. Автодилеры также испытывают проблему того, что все больше клиентов не хотят обслуживать автомобили в их сервисах, а в некоторых регионах владельцы GM (General Motors) и Opel остались без гарантийного обслуживания. То есть появляется все больше автомобилей, которые нуждаются в ремонте или в поддержании технического состояния. Рынок реагирует на это организацией частных автосервисных

предприятий, которые смогут качественно отремонтировать машину по цене ниже, чем у официальных дилеров. Вполне возможно, что эти сервисы организуют и работники официальных дилеров иностранных производителей, которые попали под сокращение в связи с плохими показателями продаж.

Данные "Автостата" подтверждают, что потребители все чаще экономят на автосервисе и уходят на обслуживание в независимые СТО, не дожидаясь срока окончания гарантии. Эта тенденция отражает взросление рынка. Например, в США дилеры выполняют только 15% объемов работ по обслуживанию и ремонту, 5% - автотранспортные предприятия, и около 80% работ выполняют независимые СТО.[12]

Ниже, на рисунке 1.4 наглядно показан рост числа независимых СТО в период с января по ноябрь 2017 года.

Мобильный шиномонтаж за рубежом более похож на полное обслуживание автомобилистов. Он позволяет максимально сберечь время клиента. Эта служба выполняет все виды работ, кроме капитального ремонта. Но, как была в ее основе заложена функция круглосуточного ремонта колес, так название и сохранилось.

В России мобильный шиномонтаж, как правило, скомпонован на базе микроавтобуса. Он представляет собой автономную шиномонтажную мастерскую, укомплектованную всем необходимым оборудованием для работы с колёсами. Одни выездные мастерские обслуживают легковые автомобили и внедорожники, у других установлено оборудование, предназначенное для работы с грузовым транспортом.

Но сказать, что отечественные компании остановились на узком перечне услуг с колесами, нельзя. У многих из них постепенно, но постоянно расширяется перечень, оказываемой помощи. Экспресс-замена моторного масла, подвоз тормозной и охлаждающих жидкостей, зарядка аккумуляторов, проведение технического обслуживания автомобилей, заправка автомобильных кондиционеров и прочие услуги проводят уже несколько мобильных служб в Москве и других городах страны.

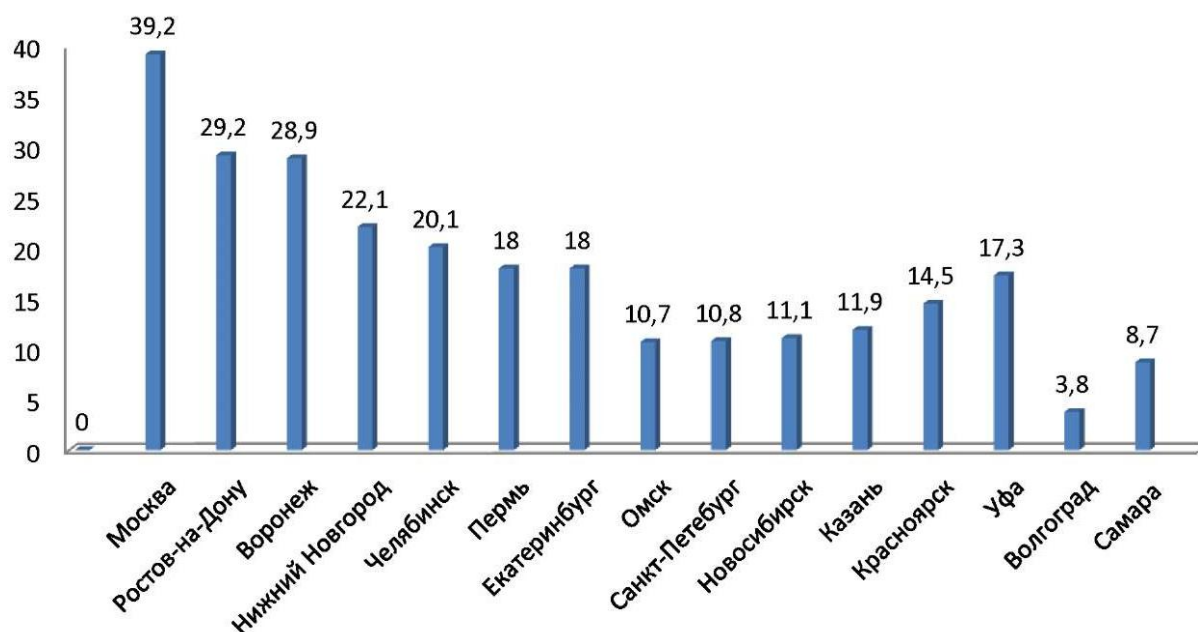


Рисунок 1.4 – Рост числа автосервисов в период с января по ноябрь 2017 г., %

Остается надеяться, что мобильный шиномонтаж в России догонит по количеству и качеству услуг своих зарубежных коллег. Кстати, качество услуг мобильного шиномонтажа уже выше, чем во многих стационарных аналогах. Это обусловлено новейшим оборудованием, которое закупили многие компании этого сектора обслуживания.

Выводы по разделу 1. Итак, согласно, прогнозных данных к 2020 г. общее количество автомобилей в стране возрастет более чем в 2 раза и превысит 60 млн. автомобилей. Все это свидетельствует о том, что интерес к сервисным услугам в области технического обслуживания автомобилей будет только расти. Сегодня можно с уверенностью утверждать, что данный бизнес стал частью российской экономики.

Автосервис - это комплекс мероприятий, который способствует поддержанию работоспособности и восстановлению автомобиля в течение всего срока эксплуатации. Функционирование автосервисных предприятий сводится к сервисной деятельности, т. е. к оказанию услуг и обслуживанию.

Услуги автосервиса представляют собой особый класс услуг, для которого характерен ряд особенностей: значительная материальность, выраженная техноло-

гичность, комплексность оказываемых услуг, несохраняемость, наличие выраженных сезонных колебаний также характерно для автосервисных услуг.

Мобильный шиномонтаж за рубежом более похож на полное обслуживание автомобилистов. Он позволяет максимально сберечь время клиента. Эта служба выполняет все виды работ, кроме капитального ремонта. Но, как была в ее основе заложена функция круглосуточного ремонта колес, так название и сохранилось.

В России мобильный шиномонтаж, как правило, скомпонован на базе микроавтобуса. Он представляет собой автономную шиномонтажную мастерскую, укомплектованную всем необходимым оборудованием для работы с колёсами.

2. АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ АВТОСЕРВИСНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ – ИП ОКУНЕВА

2.1. Организационная характеристика ИП Окунева

В соответствии с Федеральным законом «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей» в Единый государственный реестр индивидуальных предпринимателей внесена запись о государственной регистрации физического лица – Окуновой Елены Николаевны – в качестве индивидуального предпринимателя. Окунева Елена Николаевна зарегистрирована в качестве индивидуального предпринимателя в Инспекции Федеральной налоговой службы по г. Златоуст за основным государственным регистрационным номером записи о государственной регистрации индивидуального предпринимателя №318745600076205.

Место нахождения – г. Челябинск, ул. Ворошилова, 16«А»

ИП Окунева оказывает следующие услуги по ОКВЭД, представленные в таблице 2.1.

Таблица 2.1 – Виды экономической деятельности ИП Окунева

Код по ОКВЭД	Вид деятельности	Описание вида деятельности
46.90	Основной	Торговля оптовая неспециализированная
45.20.1	Дополнительный	Техническое обслуживание и ремонт легковых автомобилей и легких грузовых автотранспортных средств
45.20.2	Дополнительный	Техническое обслуживание и ремонт прочих автотранспортных средств
46.19	Дополнительный	Деятельность агентов по оптовой торговле универсальным ассортиментом товаров
52.21.24	Дополнительный	Деятельность стоянок для транспортных средств
45.31.2	Дополнительный	Деятельность агентов по оптовой торговле автомобильными деталями, узлами и принадлежностями

На рисунке 2.1 представлена организационная структура ИП Окунева.



Рисунок 2.1 – Организационная структура ИП Окунева

Данная организационная структура относится к линейному типу.

Линейная организационная структура управления характеризуется тем, что во главе каждого структурного подразделения находится руководитель - единоначальник, наделенный всеми полномочиями и осуществляющий единоличное руководство подчиненными ему работниками и сосредоточивающий в своих руках все функции управления. [13]

При линейном управлении каждое звено и каждый подчиненный имеют одного руководителя, через которого по одному единовременному каналу проходят все команды управления. В этом случае управленческие звенья несут ответственность за результаты всей деятельности управляемых объектов. Речь идет о пообъектном выделении руководителей, каждый из которых выполняет все виды работ, разрабатывает и принимает решения, связанные с управлением данным объектом.

Поскольку в линейной структуре управления решения передаются по цепочке, а сам руководитель нижнего звена управления подчинен руководителю более вы-

сокого над ним уровня, формируется своеобразная иерархия руководителей организации. В данном случае действует принцип единоначалия, суть которого состоит в том, что подчиненные выполняют распоряжения только одного руководителя. Вышестоящий орган управления не имеет права отдавать распоряжения каким-либо исполнителям, минуя их непосредственного начальника.

Линейная структура управления является логически более стройной и формально определенной, но вместе с тем и менее гибкой. Каждый из руководителей обладает всей полнотой власти, но относительно небольшими возможностями решения функциональных проблем, требующих узких, специальных знаний. [14]

Перечислим задачи каждого подразделения предприятия. [15]

Директор - осуществляет общее руководство деятельностью компании. Он является ее представителем при общении со всеми заинтересованными лицами и организациями. Директор подписывает договора, бухгалтерские документы и иные сопутствующие бумаги. Директор может взять на себя единолично право подписи платежных документов в банке. Директор по своему усмотрению выдает доверенности от своего имени на лиц, которым он доверяет представление интересов вверенного ему предприятия в различных органах. Директор заверяет свою подпись в банке, где открыт расчетный счет и имеет право первой подписи всех платежных документов.

Специалист по работе со страховыми компаниями - осуществляет подготовку необходимых документов для оформления медицинских полисов работников, не имеющих таковых. Отслеживает изменения в анкетных данных работников, при необходимости оформляет заявления об обмене или выдаче дубликатов медицинских полисов, представляет их застрахованным лицам для проверки правильности и подписи. Информировать застрахованных лиц об их правах и обязанностях в системе обязательного медицинского страхования; организовывает и осуществляет выдачу работникам медицинских полисов. Разрешает все спорные вопросы, возникающие в связи с отказами в получении медицинских полисов или запросами на уточнение сведений. В конце отчетного периода анализирует и вносит в базу

данных сведения о вновь принятых на работу и уволенных работниках.

Оператор-кассир - осуществляет операции по приему, учету, выдаче и хранению денежных средств и ценных бумаг с обязательным соблюдением правил, обеспечивающих их сохранность. Оформляет документы и получает в соответствии с установленным порядком денежные средства и ценные бумаги в учреждениях банка для выплаты рабочим и служащим заработной платы, премий, оплаты командировочных и других расходов. Ведет на основе приходных и расходных документов кассовую книгу. Составляет кассовую отчетность.

Обязанности мастера-приёмщика:

- Запись на обслуживание автомобиля;
- Подготовка к приему (проверяет загрузку сервисного цеха и убеждается в реальности обещанных сроков, убеждается в наличии свободных специалистов);
- Приемка автомобиля и составление заказ-наряда;
- Передает автомобиль в работу механику с пояснением заказ-наряда;
- Рассматривает возможность применения гарантии или послегарантийной поддержки в ремонте автомобиля;
- Проверка качества и подготовка к выдаче автомобиля;
- Выдача автомобиля и расчет;
- Интересуется мнением клиента о ремонте (вежливо принимает рекламацию, регистрирует в установленном порядке каждую рекламацию).

Автомойщик – производит мойку автотранспортных средств на оборудовании предприятия с применением расходных материалов и химических средств в строгом соответствии с инструкцией по технике безопасности и правилами охраны труда и указаниями мастера уборочно-моечного цеха. Следит за техническим состоянием вверенного ему оборудования и инструмента, для выполнения уборочно-моечных работ.

Автослесарь – проводит диагностику и профилактический осмотр автотранспортных средств. Выполняет работы по разборке, ремонту и сборке узлов и механизмов транспортных средств в соответствии с техническими условиями завода-

изготовителя и другими руководящими материалами по организации ремонта и обслуживания. Проводит работы по установке, регулированию и замене запасных частей, агрегатов и оборудования согласно оформленному заказ-наряду. Устраняет выявленные в ходе диагностики дефекты и неисправности по согласованию с мастером участка.

Специалист по шиномонтажу – монтирует новые и восстановленные старые шины, полученные со склада автотранспортного предприятия, накачивает их воздухом до установленной нормы давления. Проверяет исправность ободьев, дисков, бортовых и замочных колец, исправляет мелкие повреждения (потертости, заусенцы, очищает от ржавчины), со значительными неисправностями направляет в ремонт и получает отремонтированные. Производит статическую или динамическую балансировку колес в сборе. Производит демонтаж и монтаж эксплуатирующихся шин, накачивает их воздухом до установленной нормы давления.

Основные технико-экономические показатели ИП Окунева представлены в таблице 2.2.

Таблица 2.2 – Основные технико-экономические показатели ИП Окунева

Показатель	2015 год, тыс. руб.	2016 год, тыс. руб.	2017 год, тыс. руб.	Отклонение 2016 года от 2015 года		Отклонение 2017 года от 2015 года	
				Абсолютное, тыс.руб.	Относительное, %	Абсолютное, тыс.руб.	Относительное, %
Выручка	35338	34091	29568	-1247	96,5	-5770	83,7
Себестоимость	34822	32641	29078	-2181	93,7	-5744	83,5
Валовая прибыль (убыток)	516	1450	490	934	281,0	-26	95,0
Коммерческие расходы	403	359	223	-44	89,08	-180	55,33
Управленческие расходы	0	0	0	0	#ДЕЛ/0!	0	#ДЕЛ/0!
Налог при приме- нении УСН	4	59	21	55	1475,00	17	525,00
Чистая прибыль (убыток)	40	731	278	691	1827,5	238	695,0
Численность персонала	45	46	50	+1	102,2	+5	111,11

Выручка ИП Окунева в 2016 году по сравнению с 2015 годом уменьшилась на 1247 тыс. руб., в 2017 году – на 5779 тыс. руб. Себестоимость товаров ИП Окунева снижается чуть более медленными: темп снижения в 2017 году по сравнению с 2015 годом составил 83,5%. В абсолютных величинах себестоимость в 2017 году по сравнению с 2015 годом уменьшилась на 5744 тыс. руб. В связи с этим валовая прибыль ИП Окунева в 2017 году по сравнению с 2015 годом имеет тенденцию к снижению: она уменьшилась с 516 тыс. руб. до 490 тыс. руб. Коммерческие расходы предприятия снижаются в 2017 году по сравнению с 2015 годом на 180 тыс. руб. и составляют 223 тыс. руб. Прибыль от продаж в 2017 году по сравнению с 2015 годом увеличилась на 154 тыс. руб. Прочие доходы ИП Окунева остаются примерно на одном уровне. А вот прочие расходы ИП Окунева уменьшаются: в 2015 году - 297 тыс. руб., в 2017 году - 204 тыс. руб. В связи с этим прибыль до налогообложения ИП Окунева в 2017 году по сравнению с 2015 годом увеличилась на 283 тыс. руб. и составила 350 тыс. руб. Темп роста – 144,8%.

Чистая прибыль ИП Окунева в 2017 году по сравнению с 2015 годом увеличилась на 238 тыс. руб. и составила 278 тыс. руб.

2.2. Виды автосервисных услуг, предоставляемых ИП Окунева

ИП Окунева – предприятие является комплексным сервисным центром по обслуживанию легковых и грузовых автомобилей. Одним из основных видов сервисной деятельности является подбор автомобильных шин для любой марки и модели автомобиля. К каждому клиенту свой индивидуальный подход. Деятельность организации регламентируется законодательными актами РФ в сфере технического обслуживания автомобильного транспорта, соблюдаются стандарты обслуживания клиентов, близкие к уровню официальных дилерских центров.

На предприятии существует сервисный центр по ремонту и обслуживанию аккумуляторных батарей, а также отдел рекламаций, специалисты которого имеют право проводить экспертизу, позволяющую определить причины выхода автошин

из эксплуатации. Также организован цех ошиповки грузовых и легковых автошин.

Компания осуществляет следующий спектр услуг:

1. Основные услуги:

– подбор автомобильных шин. У потребителя имеется возможность прямо на сайте подобрать необходимые шины, как по параметрам, так и по автомобилю, причём компания предоставляет шины, как для легковых автомобилей, так и для грузовых, сельскохозяйственных, спецтехники. Есть выбор производителя.

– подбор автомобильных дисков. Также имеется возможность на сайте подобрать необходимые диски по параметрам или по модели автомобиля.

– подбор аккумуляторов. Подбор можно также проводить на сайте, по параметрам или модели автомобиля.

2. Услуги легкового автосервиса: ремонт шин; шиномонтаж; хранение шин; техническое обслуживание шин; повторная ошиповка шин; промывка инжектора; зарядка аккумулятора; регламентное ТО автомобиля; очистка и дезинфекция кондиционера; мелкосрочный ремонт ходовой части; развал-схождение; диагностика ходовой части; замена масла и технических жидкостей; замена тормозных колодок; экспресс проверка аккумулятора; мойка автомобиля; заправка кондиционера.

3. Услуги грузового автосервиса: ремонт шин; нарезка протектора шины; шиномонтаж; замена масла; экспресс проверка аккумуляторов.

Предприятие также предлагает своим покупателям шины от ведущих отечественных и зарубежных производителей и АКБ для грузовых машин, сельскохозяйственной и спецтехники:

– компании «Michelin» (шины Michelin, Kormoran);

– компании «Bridgestone» (шины Bridgestone, Firestone);

– торгового дома «КАМА» (шины КАМА, и другие модели производства НкШЗ);

– компании «Сибур» (шины Тугех, и другие модели производства ОШЗ, ЯШЗ, УШЗ, Волтайр);

– алтайского шинного завода (модели шин производства АШК);

– компании «Exide» (аккумуляторы Exide);
– курского завода «Аккумулятор» (Курские аккумуляторы). Гарантии на товары и услуги:

- на легковые автошины - 24 месяца;
- на грузовые автошины - 12 месяцев;
- на легковые колёса (диски) - 12 месяцев;
- на грузовые колёса (диски) - 12 месяцев.
- На аккумуляторы для легковых а/м:
 - подольские аккумуляторы (ПАЗ) г. Курск - 12 месяцев.

– Banner Power Bull, Banner Uni Bull, Bosch Silver, Bosch Silver Plus, Exide Classic, Exide Excel, Exide Premium, FB Super Nova, Mutlu Calcium Silver, Mutlu Silver Evolution, Power г. Курск, Tenax Highline, Tenax Premium, Titan Standart, Tyumen BatBear, Tyumen Battery (40-230 Ач), Varta Black Dynamic, Varta Blue Dynamic, Varta Silver Dynamic, Тюменский медведь, Тюменский медведь Silver - 24 месяца.

– Moratti, Titan Euro Silver, Titan Asia Silver, Titan Arctic Silver - 36 месяцев на аккумуляторы емкостью от 130А/ч (для грузовых а/м)- 12 месяцев

Гарантийные обязательства по услугам легкового автосервиса:

- регулировка углов установки колёс- 14 дней или 1000км пробега (что наступит ранее);
- ремонт мелкосрочный - 20 дней.

Гарантийные обязательства на шиномонтажные работы легковых а/м:

- балансировка колёс и работ по сборке- 14 дней;
- местный ремонт шин - 90 дней;
- повторная ошиповка шин- 14 дней.

Гарантийные обязательства на шиномонтажные работы грузовых а/м:

- балансировка колёс и работ по сборке - 14 дней;
- местный ремонт шин - 90 дней.

Основным документом договора предприятия и заказчика является заказ-наряд

о выполняемых услугах. В нём отображаются все выполненные работы и перечисляются материалы, которые были использованы или работы, которые будут проделаны по выявлению поломки. [16]

Для более полной характеристики положения предприятия на рынке сервисных услуг следует также провести анализ внешней среды. [23]

Анализ внешней среды представляет собой процесс, посредством которого разработчики стратегического плана контролируют внешние по отношению к организации факторы, чтобы определить возможности и угрозы для фирмы.

Анализ внешней среды помогает получить важные результаты. Он даёт организации время для прогнозирования возможностей, время на составление плана на случай непредвиденных обстоятельств, время для разработки системы раннего предупреждения на случай возможных угроз и время на разработку стратегий, которые могут превратить прежние угрозы в любые выгодные возможности. [24]

Анализ внешней среды подразумевает под собой оценку различных факторов по отношению к организации. Это такие факторы, как:

- Экономические;
- Политико-правовые;
- Социокультурные;
- Технологические.

В таблице 2.3 приведены факторы макросреды предприятия ИП Окунева.

Таблица 2.3 – Факторы макросреды предприятия ИП Окунева

Политико-правовые факторы:	Экономические факторы:
1. Ужесточение налоговой политики; 2. Неэффективная политика государства; 3. Взаимодействие с иностранными партнерами; 4. Политическая ситуация в стране относительно стабильная; 5. Законы по охране окружающей среды.	1. Инфляция; 2. Высокие налоговые ставки; 3. Высокие процентные ставки по кредитам, низкие ставки по вкладам; 4. Курс валюты; 5. Повышение цен поставщиками.

Окончание таблицы 2.3

Социокультурные факторы:	Технологические факторы:
1. Популяризация здорового образа жизни; 2. Изменение в уровне и стиле жизни; 3. Изменение структуры расходов, расходов; 4. Отношение к труду и отдыху; 5. Повышение общего уровня знаний населения (знание законов, прав и обязанностей работодателя).	1. Новые продукты; 2. Технологические изменения, имеющие существенное значение для организации; 3. Скорость обновления оборудования и технологий оказания услуг; 4. Скорость обновления оборудования и технологий оказания услуг; 5. Информации и коммуникации, влияние сети Интернет; 6. Зрелость технологий.

Предприятие ИП Окунева существует с 2008 года и в данный момент находится в стадии зрелости.

Организация занимает 20-25% рынка автошин, дисков в Челябинске. Ежегодно предприятие увеличивает темпы роста производства на 10%.

Рынок автошин постоянно развивается, прирост рынка в 2015 году составил 30% по отношению к 2014. В 2016 году ожидается прирост рынка на 40%. Автомобильный рынок растет и примерно в таких же пропорциях растет рынок автошин, дисков.

В настоящее время на предприятии, развивается сфера услуг. Внедряются новые технологии, приобретается современное оборудование. Также идёт развитие комплексного сервиса услуг для владельцев автомобилей.

Теперь произведём SWOT-анализ предприятия (таблица 2.4). Это один из самых эффективных инструментов в стратегическом менеджменте. Сущность анализа заключается в анализе внутренних и внешних факторов компании, оценке рисков и конкурентоспособности предприятия.

Таблица 2.4 – SWOT-анализ предприятия ИП Окунева.

Внутренние сильные стороны:	Внешние возможности:
Достоверный мониторинг рынка; Отлаженная сбытовая сеть; Широкий ассортимент товаров; Высокая рентабельность; Высокая квалификация персонала; Достаточная известность бренда компании.	Появление большого количества автотранспорта; Расширение фирм, сотрудничающих с компанией - увеличение сотрудников, объемов продаж; Возникновение предприятий партнеров; Улучшение уровня жизни населения; Снижение цен поставщиками; Снижение безработицы; Неудачное поведение конкурентов.
Внутренние слабые стороны:	Внешние угрозы:
Высокие цены на товары, услуги; Недостатки в рекламной политике; Низкая заработная плата и мотивация персонала.	Открытие новых фирм-конкурентов; Неплатежеспособность клиентов; Ухудшение экономической ситуации; Изменение уровня цен; Рост безработицы, темпов инфляции.

Преимущества SWOT анализа заключаются в том, что он позволяет достаточно просто, в правильном разрезе взглянуть на положение компании, товара или услуги в отрасли, и поэтому является наиболее популярным инструментом в управлении рисками и принятии управленческих решений.

Результатом проведения SWOT анализа предприятия является план действий с указанием сроков выполнения, приоритетности выполнения и необходимых ресурсов на реализацию. [26].

Также необходимым моментом будет построение SWOT – матрицы (таблица 2.5).

Таблица 2.5 – SWOT - матрица ИП Окунева

	Возможности	Угрозы
	1) Появление большого количества автотранспорта. 2) Расширение фирм, сотрудничающих с компанией - увеличение сотрудников, объемов продаж. 3) Возникновение предприятий партнеров 4) Улучшение уровня жизни населения. 5) Неудачное поведение конкурентов	1) Открытие новых фирм-конкурентов. 2) Неплатежеспособность клиентов. 3) Ухудшение экономической ситуации в целом. 4) Изменение уровня цен. 5) Рост безработицы, темпов инфляции

Окончание таблицы 2.5

Сильные стороны	СИБ	СИУ
1) Достоверный мониторинг рынка. 2) Отлаженная сбытовая сеть. 3) Большой ассортимент товаров. 4) Высокая рентабельность.	1) Выход на новые рынки. 2) Увеличение ассортимента товара, услуг. 3) Высокая известность бренда будет способствовать выходу на новые рынки. 4) Квалификация персонала, контроль качества, неудачное поведение конкурентов дадут возможность следовать за ростом рынка.	1) Усиление конкуренции, политика государства, инфляция повлияют на выбор стратегии предприятия. 2) Достоверный мониторинг цен позволит вовремя заметить изменения вкусов потребителей. 3) Появление конкурентов вызовет дополнительные расходы финансовых ресурсов.
Слабые стороны	СЛВ	СЛУ
1) Высокие цены на товары, услуги. 2) Недостатки в рекламной политике. 3) Низкая заработная плата, недостаточная мотивация персонала.	1) Недостатки в рекламной политике создадут затруднения при выходе на новые рынки, увеличении ассортимента товаров и услуг. 2) Низкая заработная плата и мотивация персонала могут привести к неисполнению своих обязанностей работниками при снижении безработицы. 3) Снижение цен поставщиками может понизить цены на товары и услуги.	1) Появление новых конкурентов и высокий уровень цен ухудшит конкурентную позицию предприятия. 2) Непродуманная рекламная политика не удержит покупателей при изменении их вкусов. 3) Ухудшение экономической ситуации в стране, снижении доходов населения не удержит клиентов компании из-за высоких цен на товары и услуги.

Матрица является завершающим шагом в построении SWOT анализа деятельности предприятия и помогает сделать правильные выводы по проведенному анализу и найти правильные стратегии для продвижения предприятия. Она представляет собой 4 квадранта с тактическими действиями, которые помогают увеличить конкурентоспособность товара за счет сильных сторон, снизить угрозы от внешних факторов и эффективно использовать возможности роста бизнеса. [27]

В целом ситуация для организации достаточно благоприятна. Сочетания, получившиеся в квадрате СИБ обязательны к использованию, так как они создают возможности для повышения конкурентоспособности фирмы. Поле СЛВ показывает, что с одной стороны нужно сократить слабости фирмы за счет возможностей, а с другой стороны не допустить использования возможностей конкурентами, так как неиспользованные возможности внешней среды становятся угрозой, если ее использует конкурент. На поле СИУ стратегия предусматривает преодо-

ление угроз внешней среды за счет сильных сторон организации, то есть для дальнейшей успешной деятельности предприятия нужно делать акцент на существующую потребность фирм и населения в автомобильных шинах, дисках, аккумуляторах, снижении цен на услуги и работы, выполнение работ в короткие сроки, чтобы компенсировать неблагоприятные воздействия внешней среды.

Для поля СЛУ лучшим решением станет стратегия избегания, поскольку у компании не хватит возможностей для преодоления угроз внешней среды. В связи с кризисом снижается уровень доходов населения, растет безработица и численность предприятий-банкротов. Но, несмотря на всю сложность экономической ситуации в стране, появляются новые компании, товары и услуги компании востребованы при постоянно растущем количестве автомобилей. Наилучший ориентир для стратегических действий компании - это определение того, что делают и что собираются делать конкуренты, иначе предприятие вынуждено все время находиться в защитной позиции.

Ключевые факторы успеха (КФУ) - главные показатели финансового и конкурентного успеха предприятия в данной отрасли. Их отражение - один из главных приоритетов разработки стратегии. Они могут служить краеугольными камнями построения стратегии, однако они могут меняться от отрасли к отрасли. Обычно для отрасли характерны три-четыре таких фактора, а из них один-два наиболее важны, и задачей анализа является их выявление.[28 - 30]

В таблице 2.6 приведено определение ключевых факторов успеха предприятия ИП Окунева

Таблица 2.6 – Определение ключевых факторов успеха ИП Окунова

Что хотят потребители? (Анализ спроса)	Как выживает организация в условиях конкуренции? (Анализ конкуренции)	Ключевые факторы успеха
Потребители требуют от предприятия качественного удовлетворения своих потребностей по доступным ценам.	Благодаря узнаваемости бренда компании, огромному ассортименту товаров и услуг, высокого качества удовлетворения потребностей покупателей и внедрения новых технологий, компания выживает в условиях конкуренции.	1) Налаженные связи с лидирующими поставщиками товаров, комплектующих, расходных материалов. 2) Широкий ассортимент товаров, удобный доступный сервис и обслуживание, гарантия.

Фирма определённо является востребованной на рынке сервисных услуг. Уровень компетенции работников пропорционален качеству оказываемых услуг и близок к отметке «отлично». Основные участки предприятия (шиномонтажный и автомоечный участок) качественно выполняют свои функции, о чём говорят результаты опроса. Посещаемость компании также находится на высоком уровне, из чего можно сделать вывод о том, что очень многих устраивает спектр и качество предлагаемых услуг на предприятии.

Для полноценной оценки предприятия с точки зрения уровня сервиса, качества предоставляемых услуг и продаваемых товаров был проведён опрос группы независимых потребителей по типовой анкете (Приложение А). Целью данного опроса является определение уровня качества сервиса оказываемых услуг, степень узнаваемости предприятия, а также определение необходимых факторов для дальнейшего всестороннего развития предприятия. Согласно опросу результаты выглядят следующим образом:

1) Из 25 опрошенных 13 человек узнали о компании по запросу в поисковых системах, 5 - из рекламы на улице, 3 - из социальных сетей, 4 - от знакомых.

2) Из 25 опрошенных 15 отметили, что обращаются в компанию «ТехАвто» достаточно часто, 7 - обращаются часто, 3 - иногда.

3) Из 25 опрошенных 17 отмечают, что качество работ шиномонтажного участка находится на отметке «отлично», 6 - на отметке «хорошо», 2 - на отметке

«нормально».

4) Из 25 опрошенных 16 отмечают, что качество работ автомоечного комплекса находится на отметке «отлично», 8 - на отметке «хорошо», 1 - на отметке «нормально».

5) Из 25 опрошенных 15 отметили большой ассортимент технических жидкостей и качественный сервис по их замене, 5 - на отметке «есть всё необходимое» и качественный сервис по замене, 4 - на отметке «выбор не большой», качество замены хорошее, и 1 - отметка «маленький выбор», но качественная замена.

6) Из 25 опрошенных, 17 отметили, что уровень компетенции сотрудников на отметке «отлично», 4 - на отметке «хорошо», 3 - на отметке «нормально», 1 - на отметке «плохо».

7) Из 25 опрошенных, 15 опрошенных отметили важными факторами качество услуг, приемлемые цены, быстрое обслуживание, из которых 6 также отметили репутацию компании и компетентность компании. Ещё 6 опрошенных отметили все вышеперечисленные варианты, 2 отметили качество услуг и быстрое обслуживание, 2 - удобное месторасположение и приемлемые цены.

8) Из 25 опрошенных, 17 воспользовались бы услугами компании снова, 6 - возможно, 2 - нет.

9) Из 25 опрошенных 16 однозначно посоветовали бы компанию своим знакомым, 7 - возможно посоветовали бы, 2 - нет.

Выводы по проведённому опросу: Компания определённо является востребованной на рынке сервисных услуг. Уровень компетенции работников пропорционален качеству оказываемых услуг и близок к отметке «отлично». Основные участки предприятия (шиномонтажный и автомоечный участок) качественно выполняют свои функции, о чём говорят результаты опроса. Посещаемость компании также находится на высоком уровне, из чего можно сделать вывод о том, что очень многих устраивает спектр и качество предлагаемых услуг на предприятии.

2.3. Анализ финансово-экономического положения ИП Окунева

Проведем анализ финансового состояния на основе Бухгалтерского баланса за 2017 год (Приложение Б) и Отчетов о финансовых результатах за 2017 год (Приложение В), за 2016 год (Приложение Г).

В таблице 2.7 представлен анализ структуры и динамики имущества ИП Окунева.

Таблица 2.7 – Анализ структуры и динамики имущества ИП Окунева

Виды имущества	2015 год		2016 год		2017 год		Отклонение, тыс. руб.		Темп роста, %	
	тыс. руб.	в %	тыс. руб.	в %	тыс. руб.	в %	2016 к 2015	2017 к 2016	2016 к 2015	2017 к 2016
I. Внеоборотные активы, из них:	5201	16,93	5077	15,68	4210	13,13	-124	-867	80,9	82,9
Основные средства	4948	16,10	4209	13,00	3704	11,55	-739	-505	74,9	88,0
Результаты исследований и разработок	115	0,37	79	0,24	40	0,12	-36	-39	34,8	50,6
Отложенные налоговые активы	138	0,45	789	2,44	466	1,45	651	-323	337,7	0,0
II. Оборотные активы, из них:	25525	83,07	27305	84,32	27858	86,87	1780	553	109,1	102,0
Запасы	20154	65,56	22049	68,09	24567	76,61	1905	2518	122,0	111,4
Дебиторская задолженность	4314	14,04	4591	14,18	2415	7,53	277	-2176	56,0	52,6
Денежные средства	1077	3,47	665	2,05	876	2,73	-402	211	82,1	131,7
Всего стоимость имущества	30736	100,0	32382	100,0	32068	100,0	1656	-314	104,4	99,0

По данным таблицы 2.7 валюта баланса ИП Окунева в 2017 году по сравнению

с 2016 годом уменьшилась на 314 тыс. руб., произошло это за счет того, что значительно уменьшились внеоборотные активы (на 867 тыс. руб.) и выросли оборотные активы на 553 тыс. руб. В 2016 году по сравнению с 2015 годом валюта баланса увеличивается на 1656 тыс. руб. В 2016 году уменьшаются внеоборотные активы (на 123 тыс. руб.), а оборотные активы увеличиваются на (на 1656 тыс. руб.).

На рисунке 2.2 представлена структура актива ИП Окунева.

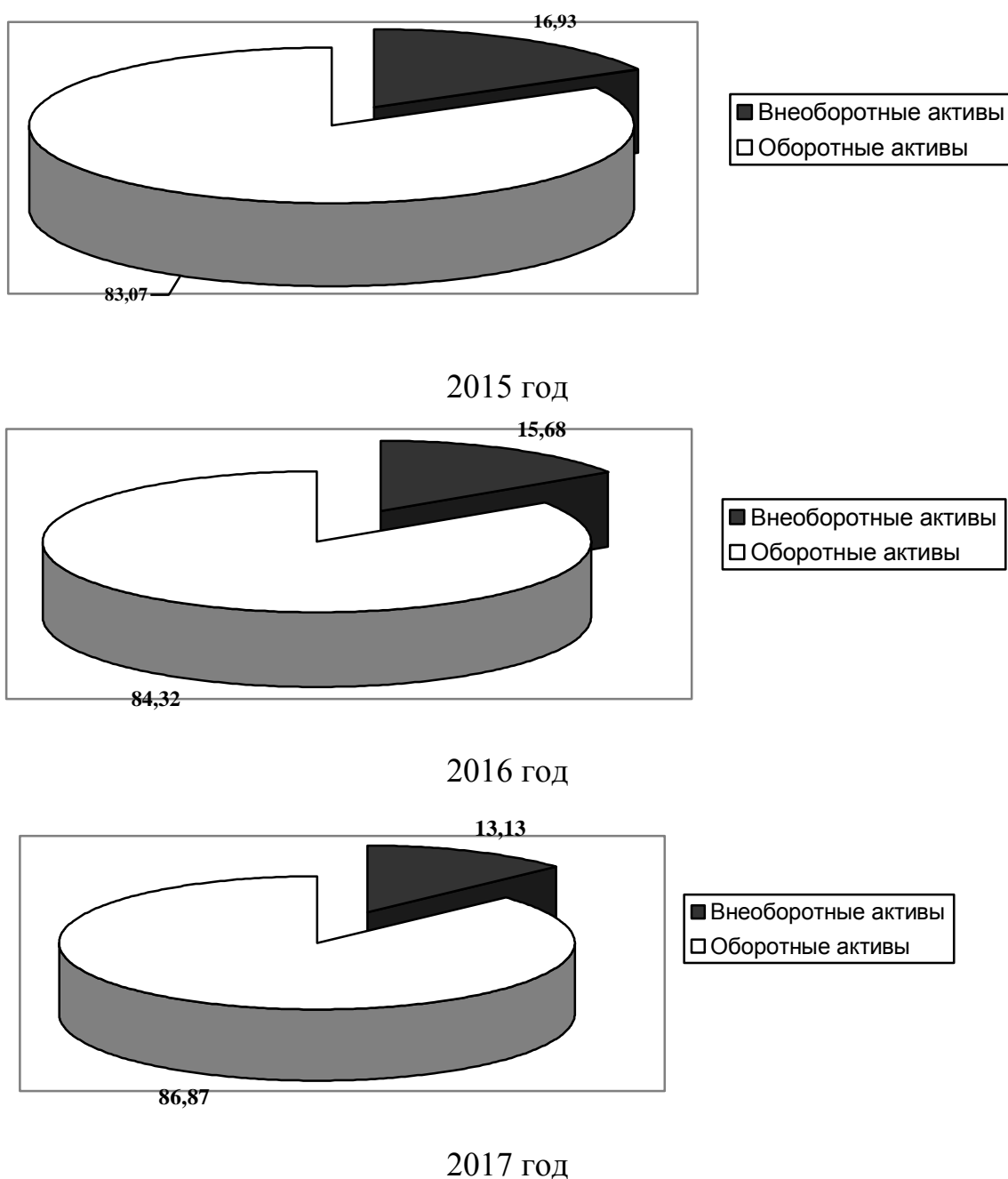


Рисунок 2.2 – Структура актива

В структуре актива баланса в течение всего анализируемого периода наибольший удельный вес занимают оборотные активы. Однако, их удельный вес постепенно увеличивается: с 83,07% в 2015 году до 86,87% в 2017 году. Соответственно, удельный вес внеоборотных активов уменьшается: с 16,93% в 2015 году до 13,13% в 2017 году.

Внеоборотные активы представлены в основном только основными средствами. Среди оборотных активов значителен удельный вес запасов, причем их удельный вес увеличивается: с 65,56% в 2015 году до 76,61% в 2017 году. Дебиторская задолженность уменьшается (с 4314 тыс. руб. в 2015 году до 2415 тыс. руб. в 2017 году). Удельный вес денежных средств незначителен и не достигает пяти процентов.

Можно сделать вывод о том, что структура актива ОАО «Игоинский весовой завод» не соответствует типичной структуре активов производственного предприятия, а более соответствует типичной структуре активов торгового предприятия, так как наблюдается большой размер запасов. Это отрицательно скажется на показателях оборачиваемости предприятия.

В таблице 2.8 представлен анализ источников формирования имущества ИП Окунева. На рисунке 2.3 представлена структура пассива ИП Окунева.

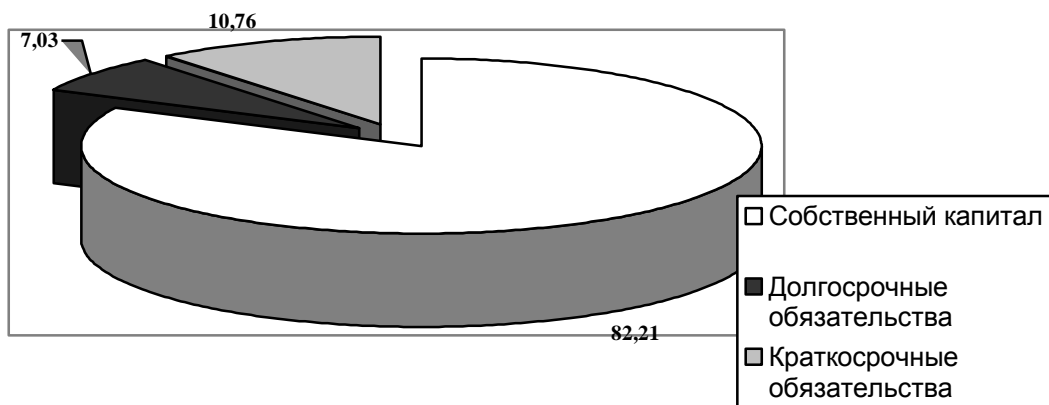
Таблица 2.8 – Анализ источников формирования имущества ИП Окунева

Виды источников формирования имущества	2015 год		2016 год		2017 год		Отклонение, тыс. руб.		Темп роста, %	
	тыс. руб.	в %	тыс. руб.	в %	тыс. руб.	в %	2016 к 2015	2017 к 2016	2016 к 2015	2017 к 2016
III. Капитал и резервы	25267	82,21	24348	75,19	24058	75,02	-919	-290	95,22	98,81
Уставный капитал	13954	45,40	13954	43,09	13954	43,51	0	0	100,00	100,00
Резервный капитал	698	2,27	698	2,16	698	2,18	0	0	100,00	100,00
Нераспределенная прибыль	10615	34,54	9696	29,94	9406	29,33	-919	-290	88,61	97,01

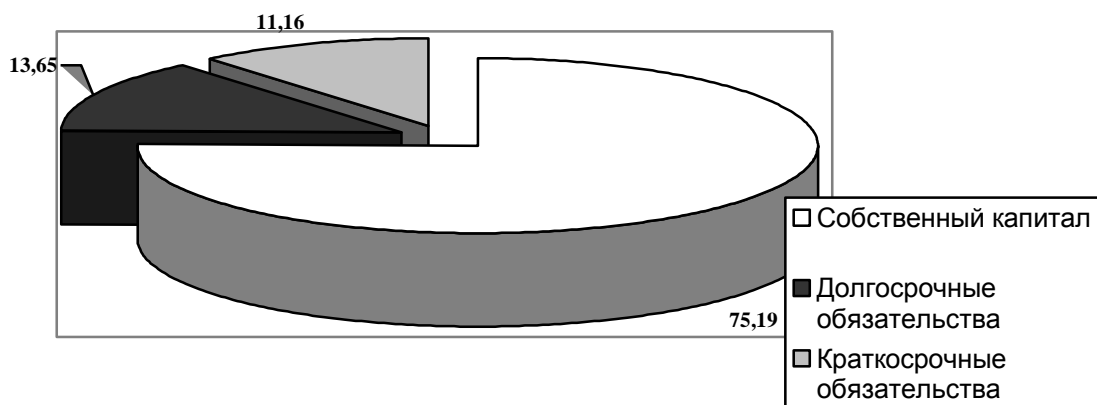
Окончание таблицы 2.8

Виды источников формирования имущества	2015 год		2016 год		2017 год		Отклонение, тыс. руб.		Темп роста, %	
	тыс. руб.	в %	тыс. руб.	в %	тыс. руб.	в %	2016 к 2015	2017 к 2016	2016 к 2015	2017 к 2016
IV. Долгосрочные обязательства	2162	7,03	4420	13,65	5267	16,42	2258	847	243,62	119,16
Отложенные налоговые обязательства	1719	5,59	3429	10,59	4175	13,02	1710	746	0,00	121,76
Оценочные обязательства	443	1,44	991	3,06	1092	3,41	548	101	246,50	110,19
V. Краткосрочные обязательства	3307	10,76	3614	11,16	2743	8,55	307	-871	82,95	75,90
Кредиторская задолженность	3307	10,76	3614	11,16	2743	8,55	307	-871	82,95	75,90
Всего источников формирования имущества	30736	100,0	32382	100,0	32068	100,0	1646	-314	104,33	99,03

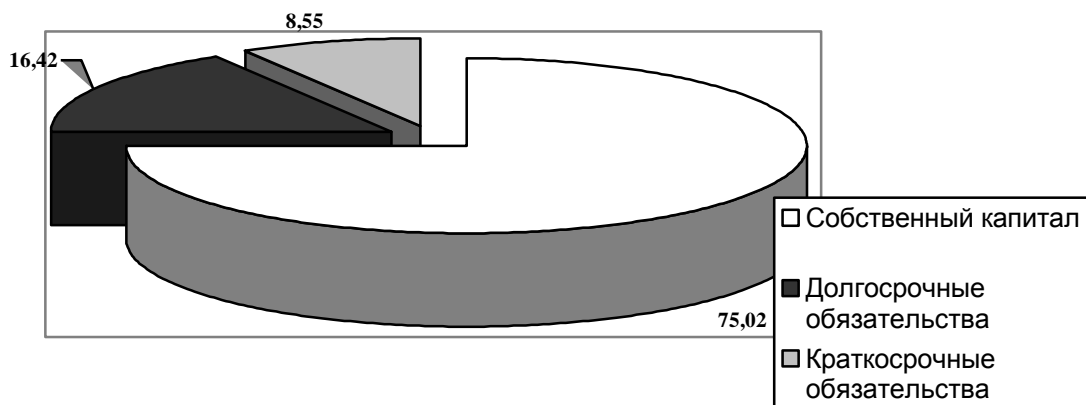
По данным таблицы 2.8 валюта баланса ИП Окунева в 2017 году по сравнению с 2016 годом уменьшилась на 314 тыс. руб., произошло это за счет того уменьшился собственный капитал (на 290 тыс. руб.) и краткосрочные обязательства (на 871 тыс. руб.).



2015 год



2016 год



2017 год

Рисунок 2.3 – Структура пассива

В 2016 году по сравнению с 2015 годом валюта баланса увеличивается на 1646 тыс. руб. В 2016 году уменьшается собственный капитал (на 919 тыс. руб.), а

краткосрочные обязательства и долгосрочные обязательства увеличиваются соответственно на 2258 тыс. руб. и 307 тыс. руб.

Собственный капитал предприятия представлен уставным и резервным капиталами, которые в течение всего анализируемого периода неизменны и составляют 13954 тыс. руб. и 698 тыс. руб. соответственно, а также нераспределенной прибылью, которая уменьшается с 10615 тыс. руб. в 2015 году до 9406 тыс. руб. в 2017 году.

Заемный капитал представлен долгосрочными и краткосрочными обязательствами.

Краткосрочные обязательства представлены только кредиторской задолженностью, которая в 2017 году по сравнению с 2016 годом уменьшается на 871 тыс. руб.

Наибольший удельный вес среди источников формирования имущества занимает собственный капитал, его удельный вес уменьшается с 82,21% в 2015 году до 75,02% в 2017 году. Удельный вес заемного капитала сокращается.

Таким образом, имущество предприятия сформировано за счет собственных средств, что, безусловно, положительно сказывается на показателях финансовой независимости и устойчивости предприятия.

Анализ ликвидности баланса ИП Окунева представлен в таблице 2.9. Баланс считается ликвидным при условии соблюдения следующих рациональных пропорций (соотношения): $A_1 \geq П_1$, $A_2 \geq П_2$, $A_3 \geq П_3$, $A_4 \leq П_4$.

Таблица 2.9 – Группировка активов и пассивов баланса ИП Окунева

Активы				Пассивы			
Группа	2015 г.	2016 г.	2017г.	Группа	2015 г.	2016 г.	2017г.
A1	1 077	665	876	П1	3307	3614	2743
A2	4 314	4 591	2 415	П2	0	0	0
A3	20 144	22 049	24 567	П3	2162	4420	5267
A4	5 201	5 077	4 210	П4	25267	24348	24058
Баланс	30 736	32 382	32 068	Баланс	30736	32382	32068

Соотношение каждой группы актива с соответствующей группой пассива

представлены в таблице 2.10.

Таблица 2.10 – Соотношение групп активов

Абсолютная ликвидность	Ликвидность баланса на 31.12.14	Ликвидность баланса на 31.12.15	Ликвидность баланса на 31.12.16
A1≥П1	1077<3307	665<3614	876<2743
A2≥П2	4314>0	4591>0	2415>0
A3≥П3	20154>2162	22049>4420	24567>5267
A4≤П4	5201<25267	5077<24348	4210<24058

Проверив соотношение групп активов организации, выявлено, что баланс предприятия на отчетные даты нельзя назвать абсолютно ликвидным, т.к. одно из неравенств имеет знак, противоположный в оптимальном варианте.

Как видно из таблицы, первое условие абсолютной ликвидности не выполняется. В 2015 году наиболее ликвидные активы меньше наиболее срочных обязательств. Данная ситуация свидетельствует о нехватке срочной ликвидности в размере (A1 – П1).

В таблице 2.11 представлен анализ платежеспособности ИП Окунева.

Таблица 2.11 – Анализ платежеспособности ИП Окунева

Показатели	2015	2016	2017	Норматив
Общий показатель ликвидности	2,35	1,94	2,19	>1
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,33	0,18	0,32	0.1 – 0.25
Коэффициент критической оценки	1,63	1,45	1,20	0.7-0.8
Коэффициент текущей ликвидности	7,72	7,56	10,16	1.5-2.5
Коэффициент маневренности функционирующего капитала	0,91	0,93	0,98	Должен снижаться
Доля оборотных средств в активах	0,83	0,84	0,87	-
Коэффициент обеспеченности собственными средствами	0,79	0,71	0,71	Не менее 0,1

Все рассчитанные коэффициенты ликвидности находятся в пределах норматива или превышают его.

В таблице 2.12 представлен анализ рентабельности деятельности ИП Окунева.

Таблица 2.12 – Показатели рентабельности ИП Окунева

Показатели	Методика расчета	2015 г.	2016 г.	2017 г.	Абсолютное отклонение, 2017 г. к 2015 г.
Рентабельность продаж	Прибыль от продаж / выручка * 100%	0,32	3,20	0,90	0,58
Рентабельность основной деятельности	Валовая прибыль / Себестоимость * 100%	-1,48	-4,44	-1,69	-0,20
Рентабельность собственного капитала	Чистая прибыль / собственный капитал * 100%	0,16	3,00	1,16	1,00
Рентабельность заемного капитала	Чистая прибыль / Заемный капитал * 100%	0,73	9,10	3,47	2,74
Рентабельность совокупных активов	Чистая прибыль / Баланс * 100%	0,13	2,26	0,87	0,74
Рентабельность оборотных активов	Чистая прибыль / Оборотные активы * 100%	0,16	2,68	1,00	0,84
Общая экономическая Рентабельность	Чистая прибыль / Активы * 100%	0,77	14,40	6,60	5,83

Рентабельность продаж у ИП Окунева увеличилась к концу 2017 года на 0,58 процентных пунктов и составила 0,90%. Этот показатель очень низок. Рентабельность собственного капитала у ИП Окунева увеличилась к концу 2017 года на 1 процентных пунктов и составила 1,16%.

Общая экономическая рентабельность предприятия в 2017 году по сравнению с 2015 годом увеличилась на 5,83 процента и составила 6,60%.

Выводы по разделу 2. Итак, ИП Окунева как автомобильное сервисное предприятие основано в апреле 2008г. Расположенное по адресу: г. Челябинск, ул.Ворошилова, 16«А». Основными видами деятельности являются: продажа запасных частей для отечественных и зарубежных автомобилей, авторемонт и ТО, автомойка, шиномонтаж.

Организационно-правовая форма – индивидуальное предпринимательство. Форма собственности – частная.

Миссией предприятия является: доступные цены на запасные части и отличное

качество предоставляемых услуг.

По итогам проведенного анализа можно выделить следующие положительные моменты в деятельности предприятия:

– имущество предприятия сформировано за счет собственных средств, что, безусловно, положительно сказывается на показателях финансовой независимости и устойчивости предприятия.

– коэффициенты ликвидности находятся в пределах норматива или превышают его;

– трехкомпонентный показатель равен $S = (1, 1, 1)$, т.е. у предприятия абсолютная финансовая устойчивость;

– коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами (СОС) показывает достаточность у организации собственных средств для финансирования текущей деятельности.

По итогам проведенного анализа можно выделить следующие отрицательные моменты в деятельности предприятия:

– выручка ИП Окунева в 2016 году по сравнению с 2015 годом уменьшилась на 1247 тыс. руб., в 2017 году – на 5779 тыс. руб.

– валовая прибыль ИП Окунева в 2017 году по сравнению с 2015 годом имеет тенденцию к снижению: она уменьшилась с 516 тыс. руб. до 490 тыс. руб.

– наибольший удельный вес в выручке ИП Окунева занимает себестоимость продукции: 98,5% в 2015 году, 95,7% – в 2016 году и 98,3% – в 2017 году. Валовая прибыль составляет 1,5% в 2015 году, 4,3% – в 2016 году, 1,7% – в 2017 году. Чистая прибыль составляет 0,1% от выручки в 2015 году, 2,1% – в 2016 году и 0,9% – в 2017 году. Это очень низкие показатели.

Так как выручка предприятия имеет тенденцию к снижению, то предприятию просто необходимо искать способы ее увеличения. Одним из таких способов как раз и является внедрение такой услуги как мобильный шиномонтаж.

3. РАЗРАБОТКА ФАКТОРОВ ПЕРСПЕКТИВНОГО РАЗВИТИЯ ИП ОКУНЕВА

3.1. Модифицирование услуги шиномонтажа автомобилей

Сфера услуг в настоящее время является одной из важных отраслей народного хозяйства, призванной удовлетворять индивидуальные запросы и потребности населения страны в различных видах услуг.

Одним из таких видов являются услуги автосервиса. В настоящее время рост парка автомобилей предъявил повышенные требования к функционированию и развитию такой отраслевой группы бытовых услуг, как услуги по ремонту и техническому обслуживанию автотранспортных средств, а также отдельных видов услуг.

С каждым годом в нашей стране увеличивается число частных автомобилей. В настоящее время почти 500 автомобилей приходится на каждую тысячу населения. Машины различных марок заполняют улицы и платные автостоянки. Однако с увеличением их числа растёт и потребность в ремонте и обслуживании. Практически каждому автолюбителю требуется поменять покрышки автомобиля, заменить колодки, сделать балансировку колёс.

Одной из наиболее востребованных услуг является шиномонтаж. Проект создания предприятия «Мобильный шиномонтаж» на базе ИП Окунева станет модернизацией предприятия. Спрос на такие услуги будет всегда большой.

В отличие от стационарного варианта оказывать услуги на выезде гораздо проще, удобнее, экономичнее и прибыльнее. «Мобильный шиномонтаж» позволяет оперативно реагировать на заявки клиентов, есть своя категория клиентов, для которых такой вариант обслуживания вне конкуренции (жители удалённых районов, где нет автосервисов, корпоративные клиенты, обладающие большим автопарком), минимальные затраты на рекламу и поиск клиентов.

Высокое качество и соблюдаемые сроки работ являются наиболее значимыми

факторами в обслуживании клиентов. Необходимо максимально комфортно обслуживать клиентов, качественно и оперативно ремонтировать автомобили. При выполнении таких условий обслуживания водителю захочется обратиться в данный автосервис неоднократно.

Целью проекта является:

1) Удовлетворение потребностей автовладельцев в сервисных услугах, приближенных к месту проживания;

2) Получение прибыли для образования оборотного капитала, финансирования маркетинга, создания фонда расширения и резервного фонда.

Проведем маркетинговый анализ рынка услуг мобильного шиномонтажа г. Челябинска.

Территориальный ареал данного бизнеса включает в себя как район города, так и город, и область в целом.

По данным Главного управления внутренних дел по Челябинской области в 2017 году в Челябинской области было зарегистрировано у физических лиц легковых автомобилей 610184 единицы, что составляет 95,3% от общего числа легковых автомобилей.

По данным ДубльГис, в настоящий момент в городе Челябинске насчитывается 113 шиномонтажных мастерских.

Исходя из этих данных можно посчитать что на каждую шиномонтажную мастерскую приходится: $610184/113=5400$ автомобилей.

К социальной категории потенциальных клиентов можно отнести средний класс, т.е. все те люди, которые в состоянии приобрести автомобиль и обслуживать его.

Возрастная категория потенциальных клиентов – от 18 лет, и до того возраста, при котором медицинская комиссия будет допускать к управлению транспортным средством (определяется индивидуально).

Социальный пол (гендер), как критерий определяющий потребность в данной услуге особого значения не имеет, поскольку в постиндустриальном обществе ба-

зовый гендерный контракт определяется как контракт «равного статуса», который характеризуется выравниванием прав и возможностей мужчин и женщин. Т.е. в настоящий момент, женщины как и мужчины управляют автомобилями и пользуются услугами шиномонтажных мастерских.

К профессиональной категории потенциальных клиентов можно отнести: водители такси, курьеры с л/а, менеджеры, мерчендайзеры, снабженцы, развозчики продуктов питания управляющий персонал, торговые представители.

Динамика спроса напрямую зависит от количества легковых автомобилей, численность которых, как показывают официальные данные, непрерывно растет. Сезонность играет существенную роль в динамике спроса: осень (период первого гололеда) – спрос крайне высок, зима – затишье, весна – спрос возрастает (ввиду смены зимней резины на летнюю), лето – спрос средний (зависит от места расположения мастерской, давности работы, уровня сервиса и от множества других факторов).

При уменьшении доходов граждан, спрос на данную услугу претерпит значительные изменения только в том случае, если уровень доходов будет приближен к уровню прожиточного минимума, на протяжении нескольких месяцев. В такой ситуации у потребителей не будет средств на эксплуатацию транспортных средств, упадет спрос на горюче-смазочные материалы, и государство будет нести значительные убытки. Поскольку правительство нашей страны не допустит такого развития событий, можно полагать, что спрос на данную услугу останется прежним на максимально долгий срок.

Шиномонтажные мастерские, вне всякого сомнения, открываться будут, но для частичного насыщения рынка, их количество должно превышать текущее хотя бы в 10 раз (тогда на каждую мастерскую придется 540 автомобилей, что позволит не только «оставаться на плаву», но и работать с прибылью).

Конкуренция на рынке шиномонтажных услуг значительная и имеет тенденцию к росту, но при той насыщенности рынка, которая наблюдается на настоящий момент времени, ввиду высокого спроса (а так же его роста) и сезонности, не мо-

жет оказывать определяющее влияние на объемы потребления данной услуги.

Оценка конкурентов по сопоставимым параметрам представлена в таблице 3.1.

Таблица 3. 1 – Оценка конкурентов по сопоставимым параметрам

Сопоставимые параметры	Весомость параметров	Шиномонтажная мастерская «174 шины»		Торгово-сервисная фирма Alex шина		ИП Окунева	
		Оценка	Результат	Оценка	Результат	Оценка	Результат
Место размещения	средний	удачное	+	удачное	+	удачное	+
Уровень цен	средний	средне-рыночный	+	средне-рыночный	+	средне-рыночный	+
Режим работы	весомый	9ч/сут.	-	9ч/сут.	-	12ч/сут.	+
Качество услуги	средний	среднее	(+)-	среднее	(+)-	среднее	(+)-
Культура обслуживания	весомый	средняя	(+)-	среднее	(+)-	высокая	+
Исключительность услуги	весомый	средняя	(+)-	средняя	(+)-	средняя	(+)-
Ассортимент	весомый	основной перечень	-	основной перечень	-	основной перечень	-
Репутация фирмы и услуги	средний	хорошая	+	хорошая	+	отсутствует	-
Итого			6(+), 5(-)		6(+),5(-)		6(+),4(-)

Услуги, представляемые ИП Окунева, отличаются от тех что уже существуют, культурой обслуживания и количеством времени, в течение которого клиент может ей воспользоваться, что очень важно в условиях конкурентной борьбы.

Позиции конкурентов ИП Окунева явно сильнее в тех областях, которые явно зависят от времени работы конкурента на рынке, а именно: известность, репутация, кадровый вопрос, клиентская база.

Главная уязвимость конкурентов вытекает из их преимущества, а именно: осуществляя свою деятельность уже долгое время, у конкурентов появляется оп-

ределенная известность и наработанная клиентская база. В период «сезона», это обстоятельство непременно приведет к появлению больших очередей, что устроит далеко не всех клиентов. Те, кто не готов ждать, придут в ИП Окунева. В период же межсезонья, «раскрученность» значения не имеет, т.к. при пробое колеса, водитель обратится в ту шиномонтажную мастерскую, которая будет ближе.

Действия конкурентов, после появления на рынке новой шиномонтажной мастерской могут быть разные: повышение качества сервиса, расширение ассортимента услуг, повышение качества наружной рекламы, изменение режима работы. Так же не исключаются возможные противоправные действия: порча наружной рекламы конкурента, клевета, прямые угрозы.

В Приложении Д представлена анкета потенциального потребителя к мобильному шиномонтажу.

Проведя всесторонний анализ рынка, выяснилось, что основными потенциальными потребителями сервисных услуг ИП Окунева являются владельцы легковых автомобилей как отечественного, так и зарубежного автопрома.

Качество обслуживания является важным инструментом в борьбе за рынки сбыта. Именно качество обеспечивает конкурентоспособность фирмы. При этом конкурентоспособность определяется совокупностью качественных и стоимостных особенностей услуг, которые могут удовлетворять потребности потребителя. Безусловно, повышение качества сопряжено с затратами. Однако они окупятся благодаря полученной прибыли.

Объем спроса на услуги определяет объем производства, так как объем производства зависит от количества поступивших заказов на ремонт и смену шин. Учитываются сезонные колебания спроса, а также введение дополнительных услуг. Реклама и введение новых услуг позволят удержать место на рынке. На начальной стадии будет организован один экипаж, а далее будет дополняться.

Полученные деньги будут использованы для образования оборотного капитала, финансирования маркетинга, создания фонда расширения и резервного фонда. А для снижения риска банкротства, функционирование и развитие планируется

исключительно в рамках самоокупаемости.

Создание предприятия «Мобильный шиномонтаж» предполагается на базе ИП Окунева. Для создания предприятия планируется использовать собственные и кредитные средства. Проект является мало бюджетным и в силу этого достаточно мобильным, что позволяет избежать многих рисков. Но, несмотря на это, быстро окупается и приносит сравнительно высокую прибыль.

Предприятие «Мобильный шиномонтаж», предполагает оказывать сервисные услуги, т.е. выезд на место выполнения работ (по требованию клиента) экипажа из двух механиков: руководителя-механика с заработной платой в 20 000 рублей в месяц и водителя-механика с заработной платой 20 000 рублей в месяц.

Выездной экипаж производит работы:

- шиномонтаж;
- ремонт и балансировку колёс;
- оказывает дополнительные услуги.

Этапы технологического процесса:

- получение заявки на телефон;
- выезд экипажа на место ремонта;
- производство работ в соответствие с заявкой;
- подписание акта выполненных работ и расчёт с клиентом.

Схема технологического процесса мобильного шиномонтажа представлена на рисунке 3.1.

Ценности предприятия «Мобильный шиномонтаж»:

- Профессионализм
- Самосовершенствование
- Безопасность клиентов в отношениях с предприятием
- Открытость и доступность

Руководство при работе с клиентами:

- Проведение работ качественно и в срок
- Аккуратен, пунктуален и вежлив коллектив данного предприятия, вовремя и

искренне пытающийся решить проблемы клиентов, обратившихся в предприятие «Мобильный шиномонтаж».

– Обратная связь, узнать мнение клиента о проведённой работе и желании ещё раз обратиться в «Мобильный шиномонтаж».

Преимущества для клиентов предприятия «Мобильный шиномонтаж»:

- Индивидуальное обслуживание в удобном месте
- Отсутствие очереди на шиномонтаж
- Нет необходимости транспортировать автомобиль к месту ремонта
- Существенная экономия времени клиента.

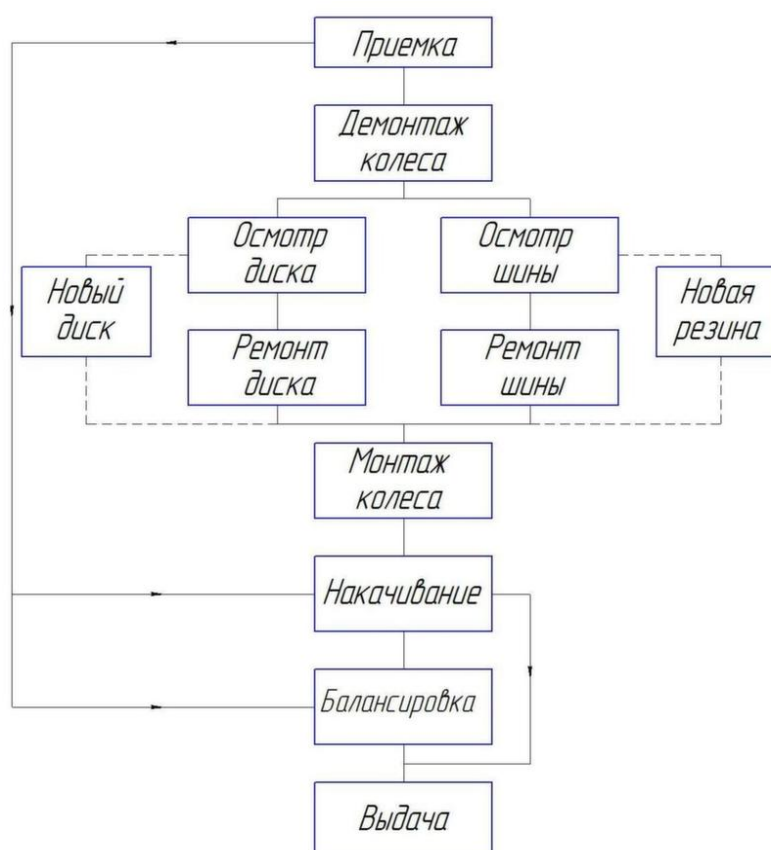


Рисунок 3.1 – Схема технологического процесса мобильного шиномонтажа

В соответствии с информацией, полученной в результате исследования, в настоящее время в Челябинске и области сфера услуг предприятия «Мобильный шиномонтаж» востребована, и вход, и выход из неё не затруднён.

Основными потребителями являются физические лица (около 90%), а осталь-

ную часть (10%) составляют юридические лица, автовладельцы как отечественного, так и иностранного автопрома.

Объём спроса на услуги определяет объём производства, так как объём производства зависит от количества поступивших заказов на ремонт и смену шин. Учитываются сезонные колебания спроса, а также введение дополнительных услуг.

Планируемый объём заказов представлен в таблице 3.2.

Таблица 3.2 – Планируемый объём заказов (количество)

Вид услуг	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь	Июль	Август	Сентябрь	Октябрь	Ноябрь	Декабрь
Шино-мон-таж	60	60	80	450	450	60	60	60	80	450	450	60
Балансировка колес	90	90	100	500	500	90	90	90	100	500	500	90
Ремонт шин	30	30	80	90	90	60	60	60	80	90	90	30

Объём производства будет зависеть от количества заказчиков на данный вид услуг. В среднем планируется обслуживать:

15 клиентов в день – в сезон замены шин;

5 клиентов – в межсезон замены шин.

Реклама и введение новых услуг позволят удержать место на рынке. На начальной стадии организовывается один экипаж, а далее будет дополняться.

Полученные деньги будут использоваться для образования оборотного капитала, финансирования маркетинга, создания фонда расширения и резервного фонда. А для снижения риска банкротства, функционирование и развитие планируется исключительно в рамках самоокупаемости.

Прейскурант цен на производство сервисных услуг предприятия «Мобильный

шиномонтаж» представлен в таблице 3.3.

В отличие от стационарного варианта оказывать услуги на выезде гораздо проще, удобнее, экономичнее и прибыльнее. «Мобильный шиномонтаж» позволяет оперативно реагировать на заявки клиентов, есть своя категория клиентов, для которых такой вариант обслуживания вне конкуренции (жители удалённых районов, где нет автосервисов, корпоративные клиенты, обладающие большим автопарком), минимальные затраты на рекламу и поиск клиентов. Спрос на такие услуги будет всегда большой. И в настоящее время не будет отсутствия заказов.

Таблица 3.3 – Прейскурант цен на производство сервисных услуг «Мобильный шиномонтаж»

Услуги шиномонтажа (в руб.)												
Наименование услуги	Шины для легковых автомобилей					Шины для автомобилей 4x4					RF	Легко-грузовая
	12-13"	14"	15"	16"	17" и выше	15"	16"	17"	18"	19" и выше		
Снятие-установка	30	30	40	45	50	45	50	60	70	80	60	60
Мойка	20	20	20	20	20	30	30	30	30	30	30	30
Демонтаж	35	40	45	55	65	65	70	80	90	95	160	60
Монтаж	35	40	45	55	65	65	70	80	90	95	160	60
Балансировка	70	70	85	100	110	110	110	120	130	140	150	100
Итого за одну шину	190	200	235	275	310	315	330	370	410	440	560	310
Итого за четыре шины	760	800	940	1100	1240	1260	1320	1480	1640	1760	2240	1240
Дополнительные услуги (в руб.)												
Обработка герметиком (1 борт)	25	25	25	30	30	25	30	30	30	30	30	30
Оптимизация по дисбалансу	60	60	60	70	70	60	70	70	70	70	70	70
Установка вентиля обычного	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Установка вентиля никелирован.	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Упаковка в пакет (1 колесо)	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10

Выход на рынок планируется с помощью проведения рекламной кампании.

На первом этапе для привлечения клиентов необходима широкая и всесторонняя реклама. В этих целях будет использован сам автомобиль в качестве рекламного носителя, на котором будет размещена информация об услугах с указанием номера телефона. Распространение визиток через автозаправки, автосалоны, магазины автозапчастей, а также будут использоваться рекламные газеты, листовки. Рекламные акции будут проводиться регулярно.

Предприятие рассчитано на то, чтобы первый раз обратившийся клиент, становился постоянным клиентом. И по возможности рекомендовал услуги предприятия «Мобильный шиномонтаж» своим друзьям и знакомым.

Важной функцией управления является функция организации, которая заключается в установлении постоянных и временных взаимоотношений между всеми подразделениями фирмы, определении порядка и условий функционирования фирмы. Каждый из сотрудников обладает достаточной и даже требуемой долей самостоятельности в пределах своей компетенции, что избавляет руководителя от излишней загрузки.

3.2 Экономическое обоснование разработки услуги

Для успешной работы и выполнения плана работы вновь создаваемого предприятия необходимы: набор инструментов и оборудования, мобильная связь, автомобиль. Для этого планируется закупить специализированный прицеп с необходимым оборудованием для шиномонтажа, а также необходимо приобретение сопутствующего оборудования.

Создание и закупка «Мобильного шиномонтажа» (прицеп с оборудованием), дополнительных расходных материалов будет производиться на собственные и кредитные средства, в размере 550 тыс.руб. Будет использоваться кредит Росбанка, т.к. хорошие партнёрские отношения уже сложились с ИП Окунева, которое

неоднократно пользовалось услугами этого банка.

Расчёты затрат на приобретение всего необходимого оборудования представлены в таблице 3.4.

Таблица 3.4 – Основные фонды предприятия «Мобильный шиномонтаж»

Вид и наименование основных фондов	Кол-во, ед.	Цена единицы, руб.	Сумма всего, руб.
Шиномонтажный АЕ&Т; 810стенд	1	Это полностью оборудованный прицеп для шиномонтажа, с указанной стоимостью 420 000 рублей	
Балансировочный стенд АЕ&Т; DST920В	1		
Генератор эталон 5квт	1		
Компрессор Air Cast СБ 4/С-100LB 30А	1		
Пневмогайковерт FORCE	1		
Набор головок ударных FORCE	1		
Домкраты	4	2000	8000
Минимойка	1	103000	103000
Расходные материалы		10000	10000
Средства связи	4	1000	4000
Реклама	1	5000	5000

Для создания предприятия «Мобильный шиномонтаж» планируется использовать собственные и кредитные средства. Проект является мало бюджетным и в силу этого достаточно мобильным, что позволяет избежать многих рисков. Но, несмотря на это, быстро окупается и приносит сравнительно высокую прибыль.

Затраты на оборудование и расходные материалы представлены в таблице 3.5.

Таблица 3.5 - Затраты на оборудование и расходные материалы

Средства	Вид и наименование основных фондов	Кол-во, ед.	Цена единицы, руб.	Сумма всего, руб.
собственные	Шиномонтажный АЕ&Т; 810стенд	1	Это полностью оборудованный прицеп для шиномонтажа, с указанной стоимостью 420 000 рублей	
собственные	Балансировочный стенд АЕ&Т; DST920В	1		
собственные	Генератор эталон 5квт	1		

Окончание таблицы 3.5

Средства	Вид и наименование основных фондов	Кол-во, ед.	Цена единицы, руб.	Сумма всего, руб.
собственные	Компрессор Air Cast СБ 4/С-100LB 30А	1	Это полностью оборудованный прицеп для шиномонтажа, с указанной стоимостью 420 000 рублей	420 000
собственные	Пневмогайковерт FORCE	1		
собственные	Набор головок ударных FORCE	1		
	Всего			420 000
кредит	Домкраты	4	2000	8000
кредит	Минимойка	1	103000	103000
кредит	Расходные материалы		10000	10000
кредит	Средства связи	4	1000	4000
кредит	Реклама	1	5000	5000
	Всего			130 000
	ИТОГО			550 000

Планируемая выручка от реализации услуг представлена в таблице 3.6.

Таблица 3.6 – Планируемая выручка от реализации услуг на период с 09.2018 – 08.2019 года (в тыс. руб.)

Вид услуг	Сентябрь	Октябрь	Ноябрь	Декабрь	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь	Июль	Август
Шиномонтаж	100	600	600	78	78	78	100	600	600	78	78	78
Балансировка колес	100	50	50	9	9	9	10	50	50	9	9	9
Ремонт шин	33	37	37	13	13	13	33	37	37	25	25	25
Всего:	143	687	687	100	100	100	143	687	687	112	112	112

Итого за год выручка составит 2296000 рублей.

Издержки производства за расчётный месяц приведены в таблице 3.7.

Таблица 3.7 – Издержки производства за расчётный месяц предприятия «Мобильный шиномонтаж» (в руб.)

Постоянные издержки	Сумма (руб.)	Переменные издержки	Сумма (руб.)
Коммунальные платежи	10000	Бензин	16000
З/плата:	40000	Материалы расходные	3000
Руководитель-механик	20000	Непредвиденные расходы	2000
Водитель-механик	20000		
Налоги на зарплату (14,2%)	4550		
УСН 15%	19450		
Ремонт основных средств	3000		
Реклама	2000		
Мобильная связь + Интернет	2000		
Ежемесячные платежи по кредиту	15000		
Всего:	136 000	Всего	21 000
Общая сумма затрат 157 000 рублей			

Итак, затраты за год составят: 157 000 руб. x 12 мес. = 1 884 000 (руб.). Планируемая выручка за год: 2 296 000 руб. Прибыль составит 412 000 руб. (2 296 000 - 1 884 000). Производя расчёт расходов и доходов, можно судить о том, что предприятие окупится за один год и четыре месяца

Вывод по разделу 3. Проект создания предприятия «Мобильный шиномонтаж» на базе ИП Окунева станет модернизацией предприятия. Спрос на такие услуги будет всегда большой.

В отличие от стационарного варианта оказывать услуги на выезде гораздо проще, удобнее, экономичнее и прибыльнее. «Мобильный шиномонтаж» позволяет оперативно реагировать на заявки клиентов, есть своя категория клиентов, для которых такой вариант обслуживания вне конкуренции (жители удалённых районов, где нет автосервисов, корпоративные клиенты, обладающие большим автопарком), минимальные затраты на рекламу и поиск клиентов.

Производя расчёт расходов и доходов, можно судить о том, что предприятие окупится в течение года.

В настоящее время частный автомобильный парк увеличивается и увеличивается. А предприятия «Мобильный шиномонтаж» развиваются обычными темпами, многие фирмы останавливаются на стационарном обслуживании клиентов.

Поэтому предприятие «Мобильный шиномонтаж» остаётся востребованным среди автовладельцев.

Основными преимуществами проектируемой фирмы являются: повышение качества обслуживания за счёт использования нового оборудования; высокий профессионализм сотрудников, расширение зоны обслуживания клиентов.

Исходя из этого, стратегией маркетинга избирается стратегия расширения спроса на автоуслуги, за счёт пропаганды и рекламно-маркетинговой деятельности, создание положительного имиджа будущего предприятия.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Итак, согласно, прогнозных данных к 2020 г. общее количество автомобилей в стране возрастет более чем в 2 раза и превысит 60 млн. автомобилей. Все это свидетельствует о том, что интерес к сервисным услугам в области технического обслуживания автомобилей будет только расти. Сегодня можно с уверенностью утверждать, что данный бизнес стал частью российской экономики.

Автосервис - это комплекс мероприятий, который способствует поддержанию работоспособности и восстановлению автомобиля в течение всего срока эксплуатации. Функционирование автосервисных предприятий сводится к сервисной деятельности, т. е. к оказанию услуг и обслуживанию.

Услуги автосервиса представляют собой особый класс услуг, для которого характерен ряд особенностей: значительная материальность, выраженная технологичность, комплексность оказываемых услуг, несохраняемость, наличие выраженных сезонных колебаний также характерно для автосервисных услуг.

Мобильный шиномонтаж за рубежом более похож на полное обслуживание автомобилистов. Он позволяет максимально сберечь время клиента. Эта служба выполняет все виды работ, кроме капитального ремонта. Но, как была в ее основе заложена функция круглосуточного ремонта колес, так название и сохранилось.

В России мобильный шиномонтаж, как правило, скомпонован на базе микроавтобуса. Он представляет собой автономную шиномонтажную мастерскую, укомплектованную всем необходимым оборудованием для работы с колёсами.

Итак, ИП Окунева как автомобильное сервисное предприятие основано в апреле 2008г. Расположенное по адресу: г. Челябинск, ул.Ворошилова, 16«А». Основными видами деятельности являются: продажа запасных частей для отечественных и зарубежных автомобилей, авторемонт и ТО, автомойка, шиномонтаж.

Организационно-правовая форма - индивидуальное предпринимательство. Форма собственности – частная.

Миссией предприятия является: доступные цены на запасные части и отличное

качество предоставляемых услуг.

По итогам проведенного анализа можно выделить следующие положительные моменты в деятельности предприятия:

- имущество предприятия сформировано за счет собственных средств, что, безусловно, положительно сказывается на показателях финансовой независимости и устойчивости предприятия.

- коэффициенты ликвидности находятся в пределах норматива или превышают его;

- трехкомпонентный показатель равен $S = (1, 1, 1)$, т.е. у предприятия абсолютная финансовая устойчивость;

- коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами (СОС) показывает достаточность у организации собственных средств для финансирования текущей деятельности.

По итогам проведенного анализа можно выделить следующие отрицательные моменты в деятельности предприятия:

- выручка ИП Окунева в 2016 году по сравнению с 2015 годом уменьшилась на 1247 тыс. руб., в 2017 году – на 5779 тыс. руб.

- валовая прибыль ИП Окунева в 2017 году по сравнению с 2015 годом имеет тенденцию к снижению: она уменьшилась с 516 тыс. руб. до 490 тыс. руб.

- наибольший удельный вес в выручке ИП Окунева занимает себестоимость продукции: 98,5% в 2015 году, 95,7% - в 2016 году и 98,3% - в 2017 году. Валовая прибыль составляет 1,5% в 2015 году, 4,3% – в 2016 году, 1,7% - в 2017 году. Чистая прибыль составляет 0,1% от выручки в 2015 году, 2,1% - в 2016 году и 0,9% - в 2017 году. Это очень низкие показатели.

Проект создания предприятия «Мобильный шиномонтаж» на базе ИП Окунева станет модернизацией предприятия. Спрос на такие услуги будет всегда большой.

В отличие от стационарного варианта оказывать услуги на выезде гораздо проще, удобнее, экономичнее и прибыльнее. «Мобильный шиномонтаж» позволяет оперативно реагировать на заявки клиентов, есть своя категория клиентов, для

которых такой вариант обслуживания вне конкуренции (жители удалённых районов, где нет автосервисов, корпоративные клиенты, обладающие большим автопарком), минимальные затраты на рекламу и поиск клиентов.

Производя расчёт расходов и доходов, можно судить о том, что предприятие окупится в течение года.

В настоящее время частный автомобильный парк увеличивается и увеличивается. А предприятия «Мобильный шиномонтаж» развиваются обычными темпами, многие фирмы останавливаются на стационарном обслуживании клиентов. Поэтому предприятие «Мобильный шиномонтаж» остаётся востребованным среди автовладельцев.

Основными преимуществами проектируемой фирмы являются: повышение качества обслуживания за счёт использования нового оборудования; высокий профессионализм сотрудников, расширение зоны обслуживания клиентов.

Исходя из этого, стратегией маркетинга избирается стратегия расширения спроса на автоуслуги, за счёт пропаганды и рекламно-маркетинговой деятельности, создание положительного имиджа будущего предприятия.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Постановление Правительства РФ от 11 апреля 2001 г. N 290 «Об утверждении Правил оказания услуг (выполнения работ) по техническому обслуживанию и ремонту автотранспортных средств».
2. ГОСТ Р 51709–2001. Требования безопасности к техническому состоянию и методы проверки. – М.: Госстандарт России, 2011. – 25 с.
3. СТБ 960 – 2011 Техническое обслуживание и ремонт транспортных средств. Общие требования безопасности.
4. Асаул, А.Н. Модернизация экономики на основе технологических инноваций / А.Н. Асаул, Б.М. Карпов, В.Б. Перевязкин, М.К. Старовойтов. – СПб: АНО «ИПЭВ», 2008. – 606с
5. Александров, В.А. Автотранспортные средства: Учебное пособие / В.А. Александров, Н.Р. Шоль. – СПб.: Лань П, 2016. – 336 с.
6. Алексеева, Л.М. Планирование деятельности фирм: Учеб.-метод.пособие. – М.: Финансы и стат., 2017. - 276с.
7. Арустамов, Э.А., Пахомкин А.Н., Платонов А.П., Рыкова И.В. Организация предпринимательства: Учебное пособие. М.: Издательско-книготорговый центр «Маркетинг», МУПК, 2015.-355с.
8. Баринов, В.А. Бизнес-планирование: Уч. пособие. – 3-е изд. – М.: ФОРУМ, 2009. — 256 с.
9. Барашев, А.Ф. Маркетинг: учеб. пособие / А.Ф. Барашев. – М.: Издательский центр «Академия», 2015. – 208 с.
10. Бачурин, А.А. Планирование и прогнозирование деятельности автотранспортных организаций / А.А. Бачурин. - Вологда: Инфра-Инженерия, 2011. - 272 с.
11. Беднарский, А.В. Техническое обслуживание и ремонт автомобилей. – Ростов н/Д.-2005.-448с.
12. Будрина, Е.В. Рынок транспортных услуг: особенности формирования и развития: учебное пособие / Е.В. Будрина. – СПбГИЭУ, 2015. – 102с.

13. Бурменко, Т.Д. Некоторые аспекты специфики деятельности и производства услуг автосервисных предприятий / Бурменко Т.Д., Кузьминич Г.Г. // Известия Иркутской государственной экономической академии. – 2015. – № 4. – С. 583-589
14. Бычков, В.П. Экономика автотранспортного предприятия: учебник / В.П. Бычков. – М.: ИНФРА-М, 2016. - 384с.
15. Виноградова, С.Н. Коммерческая деятельность: Учебн. Пособие / С.Н.Виноградова. – Мн.: Высш. школа, 2015. – 276с
16. Власова, В.М. Основы предпринимательской деятельности: маркетинг: учеб. пособие / В.М.Власова. – М.: Финансы и статистика, 2016. – 356 с
17. Веретенникова, И.И. Экономика организации (предприятия): Учебное пособие для бакалавров / И.В. Сергеев, И.И. Веретенникова; Под ред. И.В. Сергеев. – М.: Юрайт, 2015. – 671 с.
18. Волгин, В. В. Автосервис: Создание и сертификация: практ. пособие / В.В. Волгин. – М.: Дашков и Ко, 2014. - 520с.
19. Волгин, В. В. Энциклопедия автосервиса. Секреты бизнеса / В. В. Волгин. – М.: Ось-89, 2016. - 544 с.
20. Выездной шиномонтаж – новая услуга, новые возможности // <http://voditeliauto.ru/poleznaya-informaciya/kolesa/vyezdnoj-shinomontazh-novaya-usluga-novye-vozmozhnosti.html>
21. Гапоненко, А. Традиционные и новые факторы конкурентоспособности организаций / А.Гапоненко, М.Савельева // Пробл. теории и практики управл. – 2015. – № 5. – С.117-124.
22. Гринь, А.О. Особенности предоставления сервисных услуг /А.О. Гринь // Молодые экономисты. – 2015. – С. 191-194.
23. Грузинов, В. П. Экономика предприятия и предпринимательство/ В.П. Грузинов: учебное пособие. - М.: Софит, 2014. - 334 с.
24. Доронкин, В.Г. Шиноремонт: Учеб. пособие для нач. проф. образования. – М.: Издательский центр Академия, 2011. – 80с.

25. Евзович, В.Е., Райбмпн, П.Г. Автомобильные шины, диски и ободья. – М.: Автополис-плюс, 2010. – 144с.
26. Ковалев, В. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия/В.В. Ковалев. - М.: Проспект, 2013. - 346 с.
27. Ковалевский, А.Ф. Производственно–техническая инфраструктура предприятий автомобильного сервиса. / Ковалевский А.Ф., Овсянников В.В. – М.: Кнорус, 2013. – 320 с.
28. Кононова, Г.А. Экономика автомобильного транспорта: учебное пособие для студ. высш. учеб. заведений / Г. А. Кононова. – М.: Издательский центр «Академия», 2016. – 320 с.
29. Круглик, В.М. Технология обслуживания и эксплуатации автотранспорта: Учебное пособие / В.М. Круглик, Н.Г. Сычев. – М.: НИЦ ИНФРА – М, Нов. знание, 2014. - 260 с.
30. Кузнецов, Е.С. Техническая эксплуатация автомобилей: Учебник для вузов/Е.С. Кузнецов. – М.: Транспорт, 2014. - 413 с.
31. Коломиец, К.Л. Анализ развития сервисной отрасли в России / К.Л. Коломиец // Проблемы и перспективы экономики и управления: материалы VI Международ. науч. конф. – 2017. – №3 – С. 20-22.
32. Либенков, А.Н. Анализ сезонных колебаний услуг автосервиса / Либенков А.Н., Тихомиров П.В. // Актуальные направления научных исследований XXI века: теория и практика. – 2016. – № 5– С. 279–283.
33. Липсиц, И.А. Бизнес-план – основа успеха: Практическое пособие / И.А. Липсиц – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Дело, 2012. – 112 с.
34. Малиновский, М. В. Производственно-техническая инфраструктура предприятий автомобильного сервиса: учебное пособие / М. В. Малиновский, Н.Т. Тищенко. – Томск: Изд-во Томского государственного архитектурно-строительного университета, 2015. - 176 с.
35. Марков, О. Д. Станции технического обслуживания автомобилей / О. Д. Марков. – Киев: Кондор, 2016. - 536 с.

36. Марков, О.Д. Автосервис: Рынок, автомобиль, клиент/О.Д. Марков – М.: Транспорт, 2013. – 270 с.
37. Миротин, Л.Б. Управление автосервисом: учебное пособие для вузов / Л.Б. Миротин. – М.: Экзамен, 2015. – 320 с.
38. Мобильный шиномонтаж // <https://finforum.net/forums/biznes-planirovanie-offlajn30/> Тема в разделе "Бизнес-планирование оффлайн", создана пользователем CHESS1965, сен 15, 2016
39. Напольский, Г.М. Реконструкция и техническое перевооружение автотранспортных предприятий: Учеб. пособие. / Г.М. Напольский, А.В. Пугин. – М.: МАДИ, 2014. – 82 с.
40. Новашина, Т.С. Экономика и финансы предприятия: Учебник / Т.С. Новашина, В.И. Карпунин, В.А. Леднев. – М.: МФПУ Синергия, 2014. – 352 с.
41. Орлова, Е.Р. Бизнес-план: основные проблемы и ошибки, возникающие при его написании / Е.Р. Орлова. – 2-е изд., испр. и доп. – Омега-Л, 2012. – 152 с.
42. Памбухчиянц, О.В. Основы коммерческой деятельности: учебник / О.В. Памбухчиянц. – М.: Дашков и К, 2015. – 284 с
43. Платонова, Н.А. Планирование деятельности предприятия / Н.А. Платонова, Т.В. Харитонова. – М.: Дело и сервис, 2005. – 432 с.
44. Райзберг, Б.А. Современный экономический словарь / Б.А. Райзберг, П.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева. – М.: ИНФРА-М, 2016. - 495 с.
45. Ремцов, А.Н. Системы, технологии и организация услуг в автомобильном сервисе: учебник для студ. учреждений высш. проф. образования / А.Н. Ременцов, Ю.Н. Фролов, В.П. Воронов и др. – М.: Издательский центр «Академия», 2014. – 480 с.
46. Сергеев, Н.Н. Автосервис: учебное пособие / Н. Н. Сергеев, А. А. Потапов, А. Н. Сергеев, Ю. С. Дорохин, П. Н. Медведев, Д. В. Малий. – Тула: Изд-во ТулГУ, 2016. – 126 с.
47. Тарасов, В.В. Проектирование предприятий автомобильного транспорта:

Учеб. пособие. – М.: МГОУ, 2013. – 124 с.

48. Туревский, И. С. Экономика отрасли (автомобильный транспорт): учебник / И.С. Туревский. – М.: ИД ФОРУМ: ИНФРА-М, 2017. - 288 с.

49. Тюрин, И.Ю. Автосервис и фирменное обслуживание автомобилей / И.Ю. Тюрин. – Саратов, 2016. – 137 с.

50. Фастовцев, Т.Ф. Организация технического обслуживания и ремонта легковых автомобилей: учебник / Т. Ф. Фастовцев. – М.: Транспорт, 1982. – 224 с.

51. Щукин, О.С. Самооценка качества деятельности предприятий автосервиса / О.С. Щукин // Современная экономика: проблемы и решения. – 2016. – № 5. – С. 96–104.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

АНКЕТА ДЛЯ ОПРОСА ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Здравствуйте, просим Вас ответить на вопросы, касающиеся качества сервисных услуг ИП Окунева

1. Откуда вы узнали о компании?

- 1) В поисковых системах;
- 2) Реклама на улице;
- 3) От знакомых;
- 4) Социальные сети.

2. Как часто вы обращаетесь в компанию ИП Окунева?

- 1) Достаточно часто;
- 2) Часто;
- 3) Иногда;
- 4) Не обращался ни разу.

3. Как вы оцениваете качество работ шиномонтажного участка? Укажите оценку от 1 - очень плохо, до 5 - отлично _____

4. Как вы оцениваете качество работ автомоечного комплекса? Укажите оценку от 1 - очень плохо, до 5 - отлично _____

5. Устраивает ли вас ассортимент масел и других технических жидкостей, а также услуг по их замене?

- 1) Да, выбор достаточно большой;
- 2) Да, есть всё необходимое;
- 3) Нет, выбор не большой;
- 4) Нет.

6. Как вы оцениваете уровень компетентности сотрудников предприятия?
Укажите оценку от 1 – совсем не компетентны, до 5 – абсолютно компетентны _____

7. Какие факторы вы учитывали при выборе компании?

- 1) Внимание и доброжелательность персонал;
- 2) Быстрое обслуживание;
- 3) Приемлемые цены;
- 4) Удобное местонахождение;
- 5) Репутация компании;
- 6) Качество услуг;
- 7) Компетентность работников.

8. Воспользуетесь ли нашими услугами снова?

- 1) Да, определённо;
- 2) Нет.

9. Посоветовали ли бы Вы компанию своим знакомым, друзьям, родственникам?

- 1) Да, однозначно;
- 2) Возможно;
- 3) Нет.

ПРИЛОЖЕНИЕ Б
БУХГАЛТЕРСКИЙ БАЛАНС

ПРИЛОЖЕНИЕ В
ОТЧЕТ О ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТАХ ЗА 2017 ГОД

ПРИЛОЖЕНИЕ Г
ОТЧЕТ О ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТАХ ЗА 2016 ГОД

ПРИЛОЖЕНИЕ Д
АНКЕТА ПОТЕНЦИАЛЬНОГО ПОТРЕБИТЕЛЯ К МОБИЛЬНОМУ ШИНО-
МОНТАЖУ

1. Какую модель легкового автомобиля Вы имеете?

_____ автопроизводитель;

_____ модель;

_____ год выпуска.

2. Удовлетворены ли Вы качеством своего автомобиля?

- полностью устраивает;
- не совсем;
- совсем не устраивает.

3. Есть ли недостатки в Вашем автомобиле?

- ДА;
- НЕТ;
- Частично.

4. Когда в последний раз Вы обращались в службу сервиса или ремонта?

- более пяти лет назад;
- более трех лет назад;
- более одного года назад;
- в прошлом году;
- регулярно обращаюсь.

4. Как часто пользуетесь услугами шиномонтажа?

- до трех раз в год;
- от двух до пяти раз в год;

■ гораздо чаще;

5. Интересна ли была бы Вам услуга Мобильного шиномонтажа?

■ да;

■ нет;

■ не знаю

6. По какой причине Вам была бы интересна услуга Мобильного шиномонтажа?

Сведения о респондентах:

1. Укажите Ваш возраст:

■ 18-25лет;

■ 25-45 лет;

■ свыше 45 лет.

2. Укажите Ваш пол:

■ женский;

■ мужской.

3. Укажите вашу профессию или род занятий: _____

.