



грамотного, чем десяток лет тому назад, невозможно заслужить без обеспечения высокого качества предоставляемых услуг.

Если принять справедливость высказанных соображений, можно сформулировать и основные требования к современному автосервису — универсальность с точки зрения выполняемых работ при обеспечении их качества. Кстати, в этом мы, слава Богу, не оригинальны. Тенденции развития мирового рынка автоуслуг аналогичны, их анализ показывает, что будущее — за автосервисами такого типа.

стране, следуя за повышением благосостояния отдельных социальных групп граждан, активно молодеет.

Понятно, что обязанностью универсального автосервиса будет являться техническое обслуживание, диагностирование неисправностей и ремонт всей электронно-механической «начинки» автомобилей. Для этого потребуются: оснастить автосервис диагностическим и ремонтным оборудованием более высокого уровня, подготовить квалифицированных специалистов, прекрасно разбирающихся в компьютеризированных авто-

РАЗМЫШЛЕНИЯ О БУДУЩЕМ

СЕРГЕЙ САМОХИН

Любой владелец автосервиса обязан думать о будущем своего бизнеса. Понятно, текущие проблемы оставляют для этого немного времени, и все же давайте отвлекемся от них на несколько минут, и поразмышляем о возможных путях развития авторемонтных предприятий, диктуемых ситуацией на рынке, а также о том, как в недалеком будущем не оказаться «не у дел».

Не секрет, что основа успеха коммерческого предприятия заключается в тонком знании рынка, анализе постоянно изменяющегося спроса и в гибком обеспечении предложения в соответствии с ним. Каковы особенности спроса в сфере автосервиса сегодня? Не претендуя на глубокий анализ, можно сказать, что его главная особенность определяется желанием автовладельца получить в одном месте максимальное количество услуг.

Согласитесь, каждый из нас, являясь потенциальным клиентом автосервиса, хотел бы в случае необходимости поручить автомобиль людям, заслуживающим доверия, и через некоторое время получить его в исправном состоянии независимо от того, какой комплекс работ необходимо выполнить. Кстати, доверие современного клиента, гораздо более требовательного и технически

Чем «грозит» автосервису высококачественная универсальность? Для ответа на этот вопрос нужно вспомнить, что такое современный автомобиль, и представить, каким он будет в недалеком будущем (речь-то мы ведем о будущем автосервиса). Специалисты единодушны во мнении, что будет наблюдаться дальнейшее конструктивное усложнение агрегатов автомобиля на фоне их «электризации».

Уже сейчас на борту автомобиля зарубежного производства можно обнаружить до десятка процессоров, управляющих работой двигателя, трансмиссии, тормозных механизмов, системы безопасности, климат-контроля и других. Не за горами широкое внедрение спутниковых навигационных систем — автомобиль неуклонно превращается в четырехколесный компьютер.

Всеобщие тенденции не обходят стороной и отечественную промышленность. Пока еще редки экземпляры ее продукции, оснащенные системами электронного впрыска топлива, — это лишь первые ласточки. Вскоре специальность «карбюраторщик» станет у нас столь же редкой, как «погонщик мулов». Кстати, заблуждаются те, кто рассчитывают еще долго работать по старинке, считая, что «на их век старья хватит». Автопарк в

мобилеях, снабдить их необходимой, регулярно обновляемой технической информацией, обеспечить поставку качественных запасных частей...

Перечень можно продолжить, но и этого вполне достаточно, чтобы заставить задуматься даже самого «бесшабашного» предпринимателя, работающего в сфере автосервиса. Оси-



Общий стиль прослеживается во всем. Одежда персонала — не исключение.

лит ли большинству отечественных предприятий такую задачу технически, организационно, материально? Не понаслышке зная о том, как труден хлеб автосервисника, позволим себе сделать, к сожалению, неутешительный вывод: далеко не всем сервисам по силам самостоятельно справиться с проблемой.

Каковы возможные пути выхода из ситуации? Просматриваются два возможных варианта. Во-первых, можно ничего не предпринимать и жить «как жили», рассчитывая исключительно на свои силы, какими бы они ни были. Где-то что-то подкупим, достанем, что-то спросим у соседа, так потихоньку-помаленьку и продержимся. И до сих пор было нелегко, а как-то справлялись! Наверняка многие рассуждают аналогичным образом, ведь это наш стиль — «авось, не пропадем»! Надо сказать, позиция не очень сильная — ведь очень многие уже пропали, не выдержав конкуренции!

Вариант второй — попытаться стать авторизованным сервисом, отдав предпочтение обслуживанию определенной марки автомобилей. Выход неплохой, но он реален далеко не для всех, поскольку удовлетворить требованиям, предъявляемым к таким предприятиям и преодолеть организационные трудности так же сложно, как и выжить на рынке вообще.

Помимо этого, авторизованным, специализирующимся на обслуживании одной марки авто-

Это — стандарт для предприятий системы Бош Авто Сервис. Хорошо просматриваются элементы корпоративного стиля.





На пути к мастеру-приемщику клиент проходит через шоу-рум, где представлены образцы запчастей, предлагаемых к продаже.

мобиля, автосервисам свойственен еще один

серьезный недостаток. Их создание далеко не всегда и не везде экономически целесообразно. Хорошо, если вам повезло и ваше предприятие расположено в крупном мегаполисе, имеющем солидный и разнообразный автопарк. В противном случае этот путь неприемлем — смешно ведь затевать дело ради того, чтобы вашими клиентами стали полтора десятка владельцев «фольксвагенов» или десяток обладателей «мерседесов».

Кстати, этим соображением определяется еще одно требование к современному успешному автосервису. Он должен стремиться к универсальности не только в отношении типов выполняемых работ, но и в отношении обслуживаемых марок автомобилей — так проще обеспечить себя работой.

Что получается в итоге? Неужели не существует решения, приемлемого для большинства автосервисов, позволяющего им закрепиться и успешно действовать в условиях как сегодняшнего, так и завтрашнего дня? Безвыходных ситуаций, как известно, не бывает и решения, безусловно, существуют. Поговорим об одном из возможных.

Речь идет о том, чтобы заручиться поддержкой сильного партнера, способного оказать помощь в развитии автосервиса. Причем, имеется в виду не спонсорство и не кабальное кредитование, а именно взаимовыгодное партнерство.

На сегодняшний день ситуация настолько благоприятна, что если вы готовы к сотрудничеству, вы можете стать партнером, ни много ни мало, всемирно известного концерна Bosch. Это возможно потому, что фирма Bosch приступила к реализации нового коммерческого проекта — Бош Авто Сервис. Новым этот проект является для

нашей страны, за рубежом уже успешно действуют свыше 10000 сервисных предприятий, являющихся партнерами фирмы.

Впрочем, если быть точным, в различных регионах России к настоящему времени также работают несколько десятков автосервисных предприятий, созданных в рамках прежней концепции Бош Сервис. Они были организованы при сотрудничестве с фирмой Bosch главным образом для оказания услуг по гарантийным обязательствам фирмы перед ее клиентами.

До сих пор концерн Бош сознательно ограничивал количество таких предприятий-партнеров, будучи не в состоянии оказать действенную партнерскую помощь всем желающим. Теперь объективная ситуация изменилась к лучшему, что позволило выработать новый подход к сотрудничеству, нашедший отражение в новой концепции Бош Авто Сервис.

Информация к размышлению.

Бosch для автомобиля.

Большинству людей, далеких от автомобильной техники, фирма Bosch знакома прежде всего как производитель качественной бытовой техники и электроинструмента. Между тем, данные производственные отрасли приносят менее 25% денежного оборота фирмы, в то время как продажи автомобильного оборудования обеспечивают около 70% суммарного оборота концерна, превышающего 60 млрд. немецких марок.

Если вспомнить историю, то стоявшие у истоков концерна «Мастерские точной механики и электротехники», основанные Робертом Бошем в 1886 г. в Штуттгарте, специализировались на устройствах зажигания для различных двигателей. Следуя давней традиции, фирма Bosch на протяжении последующих десятилетий являлась пионером в деле разработки и производства новых систем для автомобилей. На сегодняшний день она владеет «ноу-хау» в таких областях, как системы зажигания, устройства электронного впрыска, дизельная аппаратура, электронные тормозные механизмы и других.

Помимо разработки и производства Hi-Tech систем, монтируемых на конвейерах большинства автопроизводителей, фирма Bosch предлагает более 100 тысяч наименований запчастей и принадлежностей практически для всех автомобилей мира.

Это: аккумуляторы, стартеры и генераторы, реле и регуляторы, осветительные приборы, электроприводы, свечи, приводные ремни, фильтры, высоковольтные провода, стеклоочистители и многое другое.

Не менее обширна программа диагностического оборудования фирмы, включающая все: от простейшего мотортестера до сложнейшего компьютерного диагностического комплекса.

Проект предусматривает создание в России на базе уже существующих и вновь создаваемых автосервисов различного уровня широкой сети универсальных автосервисных станций, объединенных единым корпоративным имиджем и гарантирующих клиентам высокие стандарты качества обслуживания.

Бош Авто Сервис — это независимое и самостоятельное предприятие, руководимое владельцем, который, действуя на основе генерального соглашения, продает и обслуживает продукцию с торговой маркой Bosch, и своим именем гарантирует ее высокое качество.

Каким хотели бы видеть автосервис разработчики проекта? По их мнению, он должен представлять собой универсальный сервис для современных автомобилей всех марок. В качестве основных направлений работы предлагается выполнять ремонт и обслуживание следующих систем:

- электронного впрыска топлива;
- дизельной аппаратуры;
- автомобильной электрики и электроники;
- тормозных механизмов;
- механических систем автомобиля.

Приведенный перечень возник не случайно. В него включены работы по системам автомобиля, в отношении которых концерн Бош зарекомендовал себя как автор новейших разработок, владелец «ноу-хау», производитель и поставщик самой широкой гаммы запчастей.

Помимо указанных работ, Бош Авто Сервис при желании может включать в свою программу любые другие виды работ и дополнительные услуги, например, может осуществлять гарантийное обслуживание продаваемой продукции Bosch. Если проанализировать список, станет понятным, что, освоив данный комплекс услуг, ав-

тосервис практически с полным основанием сможет называться универсальным, что в соответствии с высказанными выше соображениями, обеспечит ему надежные предпосылки для выживания в будущем.

И все же прибыльность, по мнению авторов концепции, автосервису должны принести не только (и не столько) работы по ремонту и обслуживанию автомобилей, а прежде всего — продажи запасных частей с торговой маркой Bosch, осуществляемые как через ремонтную зону, так и участок приемки автомобилей. Для обеспечения торговли запчастями в составе Бош Авто Сервиса должен быть организован склад и вы-

Одно из основных требований к Бош Авто Сервису — наличие диагностического оборудования, позволяющего тестировать современные электронно-механические системы автомобиля.





Для партнеров фирмы Bosch действует учебный центр. Здесь сотрудники Бош Авто Сервисов могут пройти всестороннюю подготовку и повысить свою квалификацию.

делена небольшая торговая площадь (шоу-рум) в помещении для приема посетителей.

Еще несколько важных штрихов к портрету Бош Авто Сервиса. Как уже говорилось, он должен гарантировать своим клиентам фирменное качество Bosch. Выполнить это невозможно без квалифицированных специалистов, прошедших обучение по указанным направлениям, использующих в работе полную гамму необходимого оборудования и регулярно обновляемую техническую документацию. Эти три компонента также должны стать характерной составной частью каждого фирменного автосервиса.

Говоря о структуре и внутреннем содержании автосервиса новой концепции, не стоит забывать и об уже упоминавшемся едином корпоративном стиле. Разработчики концепции намерены использовать в оформлении автосервисов, одежды персонала и деловых бумаг единый фирменный стиль со всеми присущими ему атрибутами — фирменными цветами, логотипами и т. д. По их мнению, это позволит осуществлять корпоративную рекламную поддержку и сделает автосервисы легко узнаваемыми независимо от места их расположения.

Не правда ли, все это похоже на красивую сказку, каких мы слышали немало? Проект действительно можно было бы воспринимать как идеализированную мечту, если бы не одно «но». В концерне Bosch, знакомом с нашими российскими реалиями, работают отнюдь не сказочники, а трезво мыслящие специалисты-аналитики. На их счету — реализация многих проектов, в том числе, более грандиозных, чем представляемый ныне.

Забываясь о том, чтобы «сказка стала былью», концерн Bosch обязуется осуществлять всестороннюю поддержку Бош Авто Сервисов как на

этапе становления, так и в процессе дальнейшей работы. Какую же помощь готов оказать концерн Bosch автосервисам, решившим принять участие в проекте?

- Обеспечить авторемонтное предприятие элементами корпоративного стиля, часть из которых предоставляется бесплатно, оказать рекламную поддержку.
- Бесплатно предоставить торговое оборудование для оснащения шоу-рума, организовать обучение продавцов.
- Предоставить в распоряжение автосервиса в любом регионе через одного из своих оптовых продавцов широкий ассортимент запчастей. Осуществить рекламную поддержку продаж.
- Обучить и периодически повышать квалификацию сотрудников автосервиса в учебном центре фирмы в Москве.
- Снабдить предприятие исчерпывающей, регулярно обновляемой, актуальной технической информацией по направлениям деятельности, на которых оно специализируется.

Информация к размышлению.

Bosch в России.

1969г. — основание представительства фирмы в СССР.
 1993г. — образование в Москве ТОО «Роберт Бош». Основными направлениями деятельности — продажи автомобильного оборудования и диагностических средств, электроинструмента, отопительных приборов и персональных систем связи.
 1996г. — создание совместно с рязанским АОТ «Электроприбор» общества «Бош Рязань ГмбХ» по производству осветительного оборудования.
 1996г. — создание общества «Бош Саратов ГмбХ», которому принадлежит 51% акций завода свечей зажигания в г. Энгельс.
 1999г. — открытие в Москве 31-го учебного центра фирмы Bosch.
 В настоящее время интересы концерна в России представляет ООО «Роберт Бош», находящееся в Москве

- Оказывать консультативную помощь в сложных случаях в режиме «горячая линия».
- При желании предоставить любое необходимое оборудование и инструмент из широкого спектра, производимого предприятиями концерна.

Все это действительно позволяет вести речь о совместном проекте, хотя в приведенном списке не упомянут еще один, пусть не материальный, но весьма весомый вклад фирмы Bosch — это ее имя, или как принято сейчас называть — брэнд. Эта штука «дорогого стоит», поскольку не покупается ни за какие

деньги, а лишь долго и упорно заслуживается безупречным трудом.

Некоторые читатели из числа владельцев рядовых провинциальных сервисов могут подумать, что предложение фирмы Bosch адресовано не им, а передовым, лучшим, столичным. Это не так, к реализации проекта приглашаются практически все желающие существующие и вновь создаваемые автосервисы. Первоначальные требования к кандидатам — минимальны. Так, к сотрудничеству приглашаются предприятия, имеющие возможность организовать минимум два рабочих поста для ремонта и небольшое помещение под шоу-рум.

Кандидату на роль Бош Авто Сервиса гарантируется индивидуальный подход. Он заключается в том, что для каждого сервиса опытные менеджеры совместно с руководством предприятия разрабатывают индивидуальную программу организационных и технических мероприятий, реализация которой позволит через намеченное время стать частью всемирной системы Bosch. Раз-

ница для автосервисов различного уровня лишь в том, что для одних «кандидатский стаж» может исчисляться днями, для других — годами. А что такое один-два года упорной работы, к которой вы безусловно привыкли, в сравнении с последующим многолетним прочным положением, которое гарантируется сотрудничеством с компетентным партнером, каковым, бесспорно, является всемирно известный концерн?

Вот вам один из возможных рецептов того, «как не пропасть по-одиночке». Безусловно, принятие стратегического решения — вещь непростая, требующая и времени на обдумывание и всесторонней

дополнительной информации. Что касается информации, в этом журнал готов оказать вам помощь, более подробно рассказав о новой концепции. Что до времени — его остается не так много, что наглядно продемонстрировали экспонаты недавно завершившегося Автосалона 2001. Тем более, что в любом новом начинании стартующий в первых рядах обеспечивает себе фору. **AEC**

Бош Авто Сервис в России — не сказка. Так после модернизации выглядит обычный автосервис в г. Туле. С ноября прошлого года он носит название Бош Авто Сервис «Автошина» и оказывает услуги по электрике, впрыску, механике.

