На правах рукописи



КУЗЬМИНИЧ

Галина Геннадьевна

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ АВТОСЕРВИСНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ, ДЕЙСТВУЮЩИХ В СЕЛЬСКОЙ МЕСТНОСТИ

Специальность 08.00.05 – «Экономика и управление народным хозяйством (экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами: сфера услуг)»

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени

кандидата экономических наук

Иркутск – 2015

Работа выполнена на кафедре менеджмента, маркетинга и сервиса
ФГБОУ ВПО «Байкальский государственный университет экономики и права»

Научный руководитель: **Бурменко Татьяна Дмитриевна,**
доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры менеджмента, маркетинга и сервиса ФГБОУ ВПО «Байкальский государственный университет экономики и права», г. Иркутск

Официальные оппоненты: **Ильина Ирина Евгеньевна,**
доктор экономических наук, доцент, заведующий отделом правовых проблем сферы науки и инноваций ФГБУ «Российский научно-исследовательский институт экономики, политики и права в научно-технической сфере», г. Москва

Голянд Ирина Леонидовна,
кандидат экономических наук, доцент, профессор кафедры экономики и организации предприятий энергетического и транспортного комплекса Института управления бизнес-процессами и экономики ФГАОУ ВПО «Сибирский федеральный университет», г. Красноярск

Ведущая организация: **ФГБОУ ВПО «Поволжский государственный университет сервиса», г. Тольятти**

Защита состоится 24 декабря 2015 г. в 10-00 часов на заседании диссертационного совета Д 212.070.03 при ФГБОУ ВПО «Байкальский государственный университет экономики и права» по адресу: 664003, г. Иркутск, ул. Карла Маркса, 24, корпус 9, зал заседаний ученого совета.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке ФГБОУ ВПО «Байкальский государственный университет экономики и права» по адресу: 664003, г. Иркутск, ул. Ленина, 11, корпус 2, ауд. 101 и на сайте: http://dissovet.isea.ru/dissertation/disInfo.aspx?id=23

Объявление о защите и автореферат диссертации размещены 20 октября 2015 г. на сайте ВАК Минобрнауки РФ (http://vak.ed.gov.ru) и на официальном сайте ФГБОУ ВПО «Байкальский государственный университет экономики и права» (http://www.isea.ru).

Отзывы на автореферат направлять по адресу: 664003, г. Иркутск, ул. Ленина, 11, БГУЭП, ученому секретарю диссертационного совета Д 212.070.03.

Автореферат разослан __ ноября 2015 г.

Ученый секретарь диссертационного совета
доктор экономических наук, профессор Н.Г. Новикова

I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. Одним из критериев развития национальной экономики является повышение конкурентоспособности организаций. Достижение высокого уровня конкурентоспособности – важная задача для каждого предприятия, стремящегося занять устойчивые позиции на рынке, в том числе на рынке услуг. Сфера услуг – один из важнейших секторов экономики, где проблема повышения конкурентоспособности является актуальной. Автосервисные услуги – отдельный вид деятельности, который становится все более востребован в России. Это связано как с неуклонным ростом количества автомобилей, изношенностью и неоднородностью отечественного автопарка, так и с условиями эксплуатации, плохими дорогами и др. Повышение уровня требований автовладельцев к ассортименту и качеству услуг автосервисов обостряет проблему конкурентоспособности. Если ранее данная проблема относилась преимущественно к автосервисным предприятиям, расположенным в городах, где насыщенность рынка такими организациями традиционно велика, то в последние годы с необходимостью повышения конкурентоспособности столкнулись и автосервисы, функционирующие в сельской местности. Клиенты этих организаций, получая представление о современных существующих возможностях обслуживания автомобилей в городах, предъявляют повышенные требования к работе автосервисов в сельской местности. Учитывая большую протяженность автодорог, а также то, что четверть населения Российской Федерации проживает в сельской местности, требуется развитие сельских территорий и повышение уровня развития инфраструктуры, в том числе автосервисных организаций.

Недостаточная проработанность в научной литературе теоретических положений по проблеме повышения конкурентоспособности автосервисных предприятий и специфичность предпринимательской деятельности в сфере услуг осложняют решение задачи повышения конкурентоспособности в сервисном секторе. Значимость выработки новых подходов и совершенствования инструментов повышения конкурентоспособности повышается в условиях усиления конкуренции и непрерывного роста запросов потребителей.

По мнению ряда ученых (В.Х. Дедегкаева, С.С. Камбердиевой, Л.Б. Басиевой, И.Б. Гуркова), в настоящее время классические способы повышения конкурентоспособности автосервисных предприятий в известной степени исчерпали себя. Одним из современных методов решения задачи увеличения эффективности и конкурентоспособности экономики считается становление компетентностного подхода в бизнесе, понятийно-категориальный аппарат и главные методические положения которого сегодня только начинают определяться. Проблемы по организации работы предприятий автосервиса и повышения их конкурентоспособности еще не достаточно решены и требуют пристального внимания. Все эти факторы и определили актуальность выбора темы.

Степень научной разработанности проблемы. В исследовании изучение теоретических вопросов основ становления системы конкурентоспособности предприятий, в том числе сферы услуг, базируются на работах М. Портера, С.М. Брауна, И. Кирцнера, А.А. Томпсона, И. Ансоффа, А. Дж. Стрикленда, У. Деминга, Ф. Хайека и др. В настоящее время приобрели довольно широкую из-

вестность труды отечественных ученых: В.М. Баутина, Г.Л. Азоева, А.Н. Быкова, Т.Д. Бурменко, В.П. Горева, Н.Г. Новиковой, А.Н. Кары, Р.А. Фатхутдинова, А.П. Градова, А.М. Кротова, С.П. Бурланкова и др.

Теме повышения конкурентоспособности автосервисных предприятий посвящены работы И.Е. Ильиной, А.М. Соколова, О.Д. Маркова, Н.В. Пеньшина, В.В. Волгина, Л.Б. Миротина, А.А. Ряховского, Г.Ф. Фастовцева и др.

Компетентностный подход в предпринимательстве был введен и развит К. Прахаладом, Г. Хамелом, Б. Вернельфельтом, В.С. Катькало, Р.М. Грантом, Е.И. Кудрявцевой, И.Г. Носыревой, А.Б. Идрисовым, О.И. Генисаретским, И.Б. Гурковым и др.

В работах иностранных и российских ученых отражены значимые проблемы теории и практики управления конкурентоспособностью автомобильного сервиса. В то же время имеет место ряд проблем по оценке и повышению конкурентоспособности предприятий как в практике, так и в теории, которые пока изучены слабо. Общетеоретических исследований существующей проблемы недостаточно с позиций компетентностного подхода и ориентацией на практическое применение. Такой важный фактор, как персонал не учитывается при оценке и повышении конкурентоспособности предприятия.

Целью диссертационной работы является разработка методического подхода к оценке и повышению уровня конкурентоспособности автосервисных организаций, функционирующих в сельской местности, на основе изучения специфики, содержания и характеристик их деятельности.

В соответствии с целью поставлены следующие **задачи**:

- раскрыть сущность конкурентоспособности предприятий и определить факторы, влияющие на ее уровень;
- раскрыть сущность компетентностного подхода в системе экономических знаний;
- выявить специфические черты производства услуг автосервисных предприятий и выделить характерные особенности деятельности предприятий автосервиса в сельской местности;
- исследовать существующие методики оценки конкурентоспособности предприятий и разработать с использованием компетентностного подхода методику оценки конкурентоспособности предприятий автосервиса и на ее основе провести исследование предприятий автосервиса в сельской местности;
- определить и обосновать способы повышения конкурентоспособности предприятий технического сервиса в сельской местности;
- показать необходимость создания ассоциации сельских автосервисных предприятий и спроектировать модель внедрения процесса самообучения на автосервисном предприятии для повышения его конкурентоспособности;
- выявить специфику взаимодействия потребителя, государственных органов, органов местного самоуправления и автосервисного бизнеса, разработать рекомендации для органов власти на муниципальном уровне по повышению конкурентоспособности автосервисных предприятий.

Объект исследования – автосервисные предприятия, действующие в сельской местности.

Предмет исследования – процессы оценки и повышения конкурентоспособности предприятий технического сервиса автомобилей с использованием компетентностного подхода.

Соответствие диссертации паспорту научной специальности. Область исследования соответствует п. 1.6.109. «Совершенствование организации, управления в сфере услуг в условиях рынка» и п. 1.6.123 «Обеспечение конкурентоспособности предприятий сферы услуг» паспорта специальностей ВАК Минобрнауки РФ 08.00.05 — «Экономика и управление народным хозяйством (экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами: сфера услуг)».

Рабочая гипотеза исследования. В современных условиях повышение конкурентоспособности автосервисных предприятий, в том числе функционирующих и в сельской местности, определяет необходимость развития компетентностного подхода и разработку соответствующей методики для ее оценки. Методика заключается в оценке двух составляющих: конкурентоспособности персонала и конкурентоспособности услуг.

Теоретической основой исследования послужили научные работы ученых, посвященные трудностям оценки и повышения конкурентоспособности предприятий, в том числе сферы услуг и автосервиса. Использована нормативно-правовая база Российской Федерации и Иркутской области в области управления качеством и конкурентоспособностью. В работе также использованы материалы международных, научно-практических конференций, научные периодические издания по тематике исследования и данные средств массовой информации.

Методологической основой исследования является структурно-функциональный подход, монографический метод, методы сравнений, экспертных оценок, маркетинговые и экономико-статистические, социологические методы, факторный анализ, метод организационно-экономического моделирования.

Информационной базой исследования стали данные финансовой и статистической отчетности компаний, локальные нормативные акты компаний: СТО «Алекс», автосервиса «СТОлица», автосервиса «Брулекс» и автосервиса «Автомастер», а также материалы Федеральной службы государственной статистики и ее Территориального органа по Иркутской области, базы данных ГИБДД Заларинского района Иркутской области, материалы научных семинаров и конференций, финансово-экономических изданий, информационной сети Интернет, публикации периодической печати, а также результаты анкетирования и аналитических исследований, выполненные лично автором (анкетирование сотрудников исследуемых предприятий с целью выявления основных проблем, существующих на предприятии; владельцев автомобилей Заларинского района с целью исследования их удовлетворенности оказываемыми автосервисными услугами (июль 2014 г.)).

Обоснованность и достоверность результатов диссертационной работы подтверждается: использованием известных проверяемых данных и фактов; опубликованными результатами, полученными автором в процессе исследования, в том числе в рецензируемых научных изданиях, определенных ВАК Минобрнауки РФ; анализом теории и практики взаимодействия муниципаль-

ных органов и бизнес-структур в сфере услуг автосервиса; обобщением передового отечественного и зарубежного опыта; сравнением авторских данных с имеющимися в открытой печати; использованием современных методов сбора и обработки исходной информации, наблюдения за объектом исследования и обобщения экспертных данных.

Научная новизна диссертационного исследования состоит в дополнении теоретических и методических положений оценки и повышения конкурентоспособности автосервисных организаций, функционирующих в сельской местности. Обладающие научной новизной, полученные лично автором **научные результаты исследования** заключаются в следующем:

1. Уточнен и дополнен понятийный аппарат по рассматриваемой проблематике: конкретизированы понятия конкуренции, конкурентоспособности, конкурентных преимуществ с позиции компетентностного подхода.

2. Расширено представление о специфике деятельности автосервисных предприятий в связи с тем, что услуги автосервиса представляют собой класс услуг, который обладает рядом особенностей: отчетливо выраженные материальность, технологичность, комплексность, несохраняемость, дискретность отношений субъекта и объекта (клиента и автосервисной организации), сезонность. Дополнена классификация автосервисных предприятий. Выявлены характерные черты деятельности предприятий автосервиса, в том числе в сельской местности.

3. Проведен анализ методик оценки конкурентоспособности предприятий, в том числе автосервисных компаний, результатом которого стала разработка авторской методики оценки конкурентоспособности автосервисного предприятия на основе компетентностного подхода. В ее основу положен подсчет коэффициента конкурентоспособности персонала и коэффициента конкурентоспособности услуг за счет оценки факторов и критериев конкурентоспособности. Разработана модель компетенций сотрудников автосервисного предприятия и модифицированная анкета для оценки качества предоставляемых услуг.

4. Развиты положения компетентностного подхода к оценке и повышению конкурентоспособности автосервисных предприятий в сельской местности путем уточнения его содержания в сравнении с другими подходами. В связи с тем, что в настоящее время компетентностный подход в бизнесе развит слабо и, как следствие, бизнес не успевает за теоретическими знаниями, впервые предпринята попытка устранения этого разрыва путем внедрения в функционирование автосервисных предприятий элементов компетентностного подхода. В частности, предложена инициатива создания ассоциации сельских автосервисных предприятий с целью внедрения информационной системы по предоставлению автосервисных услуг. Процесс самообучения персонала предприятия предложен в качестве способа повышения конкурентоспособности автосервисных предприятий. Под процессом самообучения персонала автосервисов понимается обучение в режиме решения актуальных задач развития бизнеса без отрыва от производства и внесения визуализированных решений в информационную систему по предоставлению автосервисных услуг.

5. Проанализирована и визуализирована система взаимоотношений автосервисных предприятий (производителей услуг), потребителей их услуг, а также органов местного самоуправления и государственных органов, которые выполняют регулирующую функцию. Для успешного функционирования данной системы обоснована необходимость внедрения мониторинга деятельности автосервисных предприятий. Это позволит расширить перечень информации и получить более объективное представление о сфере автосервисных услуг в сельской местности, как для потребителей, так и для органов местного самоуправления.

Теоретическая значимость работы заключается в развитии положений оценки и повышения конкурентоспособности автосервисных организаций сельской местности, чему способствовало применению компетентностного подхода. Значение исследования для науки состоит в том, что теоретические положения, методические разработки и выводы автора могут быть использованы для последующих исследований, нацеленных на повышение конкурентоспособности предприятий технического сервиса.

Практическая значимость диссертационного исследования заключается в том, что основные положения и выводы могут быть использованы органами местного самоуправления при организации мониторинговой деятельности, в том числе с целью привлечения инвестиций, а также мероприятий по обеспечению населения рабочими местами, по подготовке и переподготовке кадров. Выводы работы могут быть применимы для дальнейшего исследования, анализа результативности и совершенствования существующих систем оценки конкурентоспособности автосервисных предприятий.

Теоретические положения и выводы доведены до уровня конкретных практических предложений и могут быть использованы для формирования кадровой политики на автосервисных предприятиях, направленной на повышение конкурентоспособности предприятия за счет повышения компетенций персонала и качества оказываемых услуг.

Апробация и реализация результатов исследования. Предложенный в диссертации компетентностный подход к оценке конкурентоспособности автосервисных предприятий апробирован на четырех автосервисных предприятиях в Заларинском районе Иркутской области.

Теоретические, методологические и практические результаты исследования обсуждены на семи научно-практических конференциях: в г. Тверь (международная научно-практическая конференция «Партнерство бизнеса и образования в инновационном развитии региона», 2009г.); г. Пермь (международная научная конференция «Экономика, управление, финансы (II)», 2012 г.); г. Иркутск (международные научно-практические конференции: «Механизм деятельности хозяйствующих организаций в рыночных условиях», 2009 г.; «Стратегические направления устойчивого развития Байкальского региона», 2010г.; «Проблемы коммерциализации научных исследований как основы модернизации экономики региона. Инновационные направления развития малого и среднего предпринимательства», 2010 г.; «Российская экономика в системе мировых хозяйственных связей» 2014 г.); г. Новосибирск (международная научно-

практическая конференция «Международное научное обозрение проблем и перспектив точных и технических наук», 2015 г.).

Реализация результатов работы нашла отражение:

- в деятельности отдела потребительского рынка товаров, услуг и ценообразования администрации муниципального образования «Заларинский район» — при организации подготовки и переподготовки кадров для автосервисных предприятий и при организации мониторинговой деятельности автосервисных предприятий с целью повышения их конкурентоспособности (справка о внедрении);

- в деятельности автосервисного предприятия «Автомастер» — при оценке конкурентоспособности, формировании информационной системы по предоставлению автосервисных услуг для профессионалов и внедрении процесса самообучения (акт о внедрении);

- в деятельности автосервисного предприятия «СТОлица» — при оценке конкурентоспособности с учетом модели оценки компетенций персонала автосервисного предприятия и модифицированной анкеты для оценки предоставляемых услуг, а также при использовании рекомендаций по внедрению процесса самообучения персонала предприятия (справка о внедрении);

- в деятельности ООО «МЦ-Иркутск» (Официальный дилер «Мерседес-Бенц» в Иркутске), где использована методика оценки конкурентоспособности автосервисного предприятия на основе оценки конкурентоспособности персонала и оценки конкурентоспособности услуг (справка о внедрении);

- в учебном процессе ФГБОУ ВПО «Байкальский государственный университет экономики и права» — при разработке дисциплины «Управление конкурентоспособностью» для студентов всех форм обучения (справка о внедрении).

Публикации по теме исследования. Результаты диссертационного исследования опубликованы в 12 статьях общим объемом 3,72 п.л., из них авторских — 3,5 п.л., в том числе пять статей опубликовано в рецензируемых научных журналах, определенных ВАК Минобрнауки РФ, общим объемом 1,8 п.л., из них авторских — 1,6 п.л.

Структура и содержание работы. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, библиографии и приложений. Работа изложена на 200 страницах машинописного текста, содержит 34 рисунка, 38 таблиц, 5 приложений. Список литературы включает 201 наименование.

Во введении обоснована актуальность темы исследования, проанализирована степень разработанности рассматриваемой проблемы, определены цель и задачи, объект и предмет исследования, сформулированы основные положения, характеризующие научную новизну, теоретическую и практическую значимость исследования.

В первой главе «Теоретические основы конкурентоспособности предприятий в сфере услуг» рассмотрены основные подходы к выявлению сущности экономической категории «конкуренция», «конкурентоспособность», «конкурентные преимущества». Уточнены выше названные понятия с позиции компетентностного подхода. Компетентностный подход выделен как современный

этап эволюционного развития конкурентных преимуществ и рассмотрены его особенности.

В современных условиях большое значение для развития автосервиса является анализ тенденций развития автомобильного рынка и его составляющих. Рассмотрена ситуация растущей автомобилизации страны, старения автопарка России и определены специфические черты деятельности и производства услуг автосервисных предприятий, в том числе в сельской местности.

Во второй главе «Исследование конкурентоспособности автосервисных предприятий: методики и практика» рассмотрена и дополнена классификация автосервисных предприятий. Исследовано четыре сельских района Иркутской области, определены их общие черты и сформированы критерии типичности. Проанализированы автосервисные предприятия Заларинского района, как типичного района сельской местности. Проведен анализ методик оценки конкурентоспособности предприятий, результатом которого является необходимость разработки методики оценки конкурентоспособности автосервисного предприятия. Разработан алгоритм оценки конкурентоспособности предприятий на основе компетентностного подхода.

В третьей главе «Оценка конкурентоспособности автосервисных предприятий, действующих в сельской местности, и ее повышение на основе компетентностного подхода» проведена апробация предложенной оценки конкурентоспособности автосервисных предприятий и рассмотрены направления повышения конкурентоспособности. Предложена модель внутрифирменной подготовки сотрудников с внедрением процесса самообучения. Для взаимодействия органов местного самоуправления и автосервисных предприятий разработаны рекомендации по повышению конкурентоспособности автосервисных предприятий.

В заключении сформулированы основные выводы, предложения и даны рекомендации в соответствии с результатами проведенного в диссертационной работе исследования.

II. ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ И РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ, ВЫНОСИМЫЕ НА ЗАЩИТУ

1. Уточнен и дополнен понятийный аппарат по рассматриваемой проблематике: конкретизированы понятия конкуренции, конкурентоспособности, конкурентных преимуществ с позиции компетентностного подхода.

Для определения экономического содержания понятия «конкуренция», выделяют структурный, функциональный и поведенческий (деятельностный) подходы. В рамках поведенческого подхода находятся управленческий, предпринимательский и маркетинговый подходы к изучению, ориентированные на методическое обеспечение деятельности организаций в сфере конкуренции. Именно поведенческий подход задает необходимые ориентиры изучения конкуренции, получая свое развитие в рамках компетентностного подхода. С позиции компетентностного подхода, *конкуренция – это ситуация наличия на рынке большого числа независимых покупателей и продавцов, при которой последние, используя свои конкурентные преимущества, могут успешно реализовать то-*

вар (работу, услугу) и удовлетворить потребности потребителей, посредством использования ресурсов уникальным способом. Нужно отметить, что ресурс может быть копируемым, но организация использует его так, что исключает возможность копирования.

Конкурентный процесс зависит от действий тех, кто располагает лучшими идеями, способен предложить на рынке лучшие решения или движим более сильным желанием услужить рынку, предлагая лучшие возможности. Иными словами, обладает конкурентными преимуществами. *Конкурентное преимущество* – это *эксклюзивная ценность предприятия, которая создается компетенциями и проявляется в превосходстве над конкурентами.*

Конкурентные преимущества в системе конкурентных отношений занимают центральное место. С одной стороны, конкурентные преимущества составляют основу конкурентной стратегии. С другой стороны, конкурентные преимущества предприятия позволяют ему достичь конкурентоспособности. В то же время исполнение конкурентной стратегии позволяет предприятию занять конкурентную позицию, отражающую уровень его конкурентоспособности. *Конкурентоспособность автосервисного предприятия – это способность персонала автосервисного предприятия проявлять гибкость, адаптивность к постоянным изменениям внешней среды с целью наилучшего оказания услуги, а также увеличения, уменьшения, либо сохранения занимаемой доли рынка в зависимости от стратегии предприятия и мер государственного регулирования предпринимательской деятельности.*

Для оказания конкурентоспособных услуг необходим персонал, обладающий компетенциями. Для оценки персонала используется понятие конкурентоспособность персонала, для оценки услуг – конкурентоспособность услуг.

Компетентностный подход основан на утверждении, что рыночное положение предприятия основывается на уникальном сочетании его материальных и нематериальных ресурсов и управлении ими. В качестве источника конкурентных преимуществ предприятия выступают *компетенции* как способность использования уникальной комбинация материальных активов и оригинальных трудно-воспроизводимых специфических ресурсов предприятия, которые невозможно скопировать, но задействовав которые, можно обойти конкурентов.

2. Расширено представление о специфике деятельности автосервисных предприятий в связи с тем, что услуги автосервиса представляют собой класс услуг, который обладает рядом особенностей: отчетливо выраженные материальность, технологичность, комплексность, несохраняемость, дискретность отношений субъекта и объекта (клиента и автосервисной организации), сезонность. Дополнена классификация автосервисных предприятий. Выявлены характерные черты деятельности предприятий автосервиса, в том числе в сельской местности.

- Автосервисная услуга обладает *значительной материальностью,* поскольку основывается на применении запасных частей, приспособлений, оборудования и может предусматривать использование таких товаров, как запасные части, материалы, автопринадлежности, автокосметика и др. Кроме того, осуществляется в специально оборудованном помещении.

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

- *Комплексность* оказываемых автосервисных услуг. Клиент сам может выбрать из всего набора подходящую для себя комбинацию. В процессе оказания имеется возможность изменения услуг под индивидуальные требования.

- *Отчетливо выраженная дискретность отношений субъекта* (автосервисной компании) и *объекта* (автовладельца) показана на рис. 1.

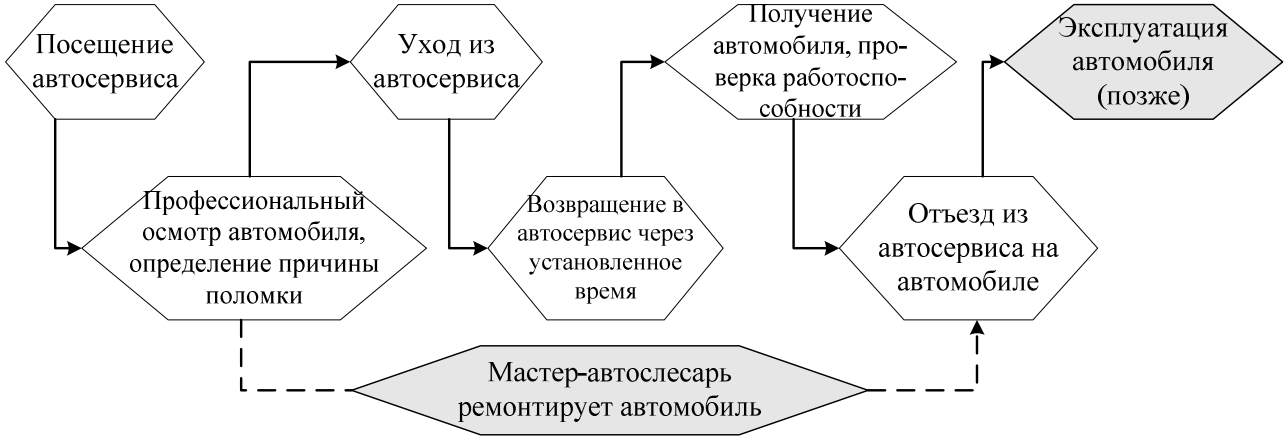


Рис. 1. Упрощенная схема предоставления автосервисной услуги

Автосервисная услуга – услуга с низкой степенью взаимодействия между клиентом и сотрудником, но роль персонала здесь является ведущей. Если ранее объектом автосервиса был исключительно автомобиль, то теперь важно не только осуществить ремонт, но и предоставить обслуживание самому автовладельцу. Поэтому повышение компетенций работников автосервиса является главной задачей для повышения конкурентоспособности автосервисного предприятия. Организация процесса обслуживания у предприятий автосервиса имеет отличия. Это зависит от размера компании, ориентации на определенных потребителей и перечня оказываемых услуг.

Любой рынок предполагает анализ участников, которые определяют предложение на этом рынке. В данном случае, это автосервисные компании, которые можно классифицировать по нескольким критериям. В частности, за основу взята и дополнена классификация, которую предложил Миротин Л.Б. (рис. 2 на с. 12). Пунктирной линией обозначены предложения по выделению признаков классификации.

Особого внимания требует классификация по степени локализации, а 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 качество выше среднего, тогда как сельские дороги имеют низкий показатель. Следовательно, городские и сельские автосервисы в своей деятельности обладают рядом отличий (табл. 1 на с. 13).



Рис. 2. Классификация предприятий автосервиса

Таблица 1

Характеристики и особенности деятельности автосервисных предприятий, их проявление в городских и сельских автосервисах (разработано автором)

Характеристика	Проявление	
	Городские автосервисы	Сельские автосервисы
Отличия (в Иркутской области)		
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, стабильное	как правило, нестабильное
Уровень технической оснащенности	как правило, высокий	как правило, низкий
Предоставление дополнительных услуг	присутствует	как правило, отсутствует
Сертификация	присутствует	нередко отсутствует
Квалификация персонала	высокая	низкая
Название автосервисного предприятия	как правило, присутствует	часто отсутствует
Особенности		
Специализация по видам работ, широкий ассортимент услуг	присутствует	присутствует
Проявление потребительского экстремизма	присутствует	отсутствует
Придуманные неисправности	присутствуют чаще	присутствуют реже
Использование «manual»'ов* и технологических карт	присутствует	отсутствует
Процесс обслуживания	низкая степень взаимодействия потребителя и ремонтного персонала	отсутствие некоторых услуг, степень взаимодействия ремонтного персонала с потребителем выше

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

3. Проведен анализ методик оценки конкурентоспособности предприятий, в том числе автосервисных компаний, результатом которого стала разработка авторской методики оценки конкурентоспособности автосервисного предприятия на основе компетентностного подхода. В ее основу положен подсчет коэффициента конкурентоспособности персонала и коэффициента конкурентоспособности услуг за счет оценки факторов и критериев конкурентоспособности. Разработана модель компетенций сотрудников автосервисного предприятия и модифицированная анкета для оценки качества предоставляемых услуг.

Алгоритм методики оценки конкурентоспособности автосервисного предприятия представлен на рисунке 3 (с. 14).

Оценка конкурентоспособности предприятия предполагает разработку рабочего инструментария: модели компетенций для оценки персонала, которая схематично представлена на рисунке 4 (с. 15), и модифицированной анкеты «SERVQUAL» для оценки услуг автосервиса клиентом (табл. 2 на с. 16).

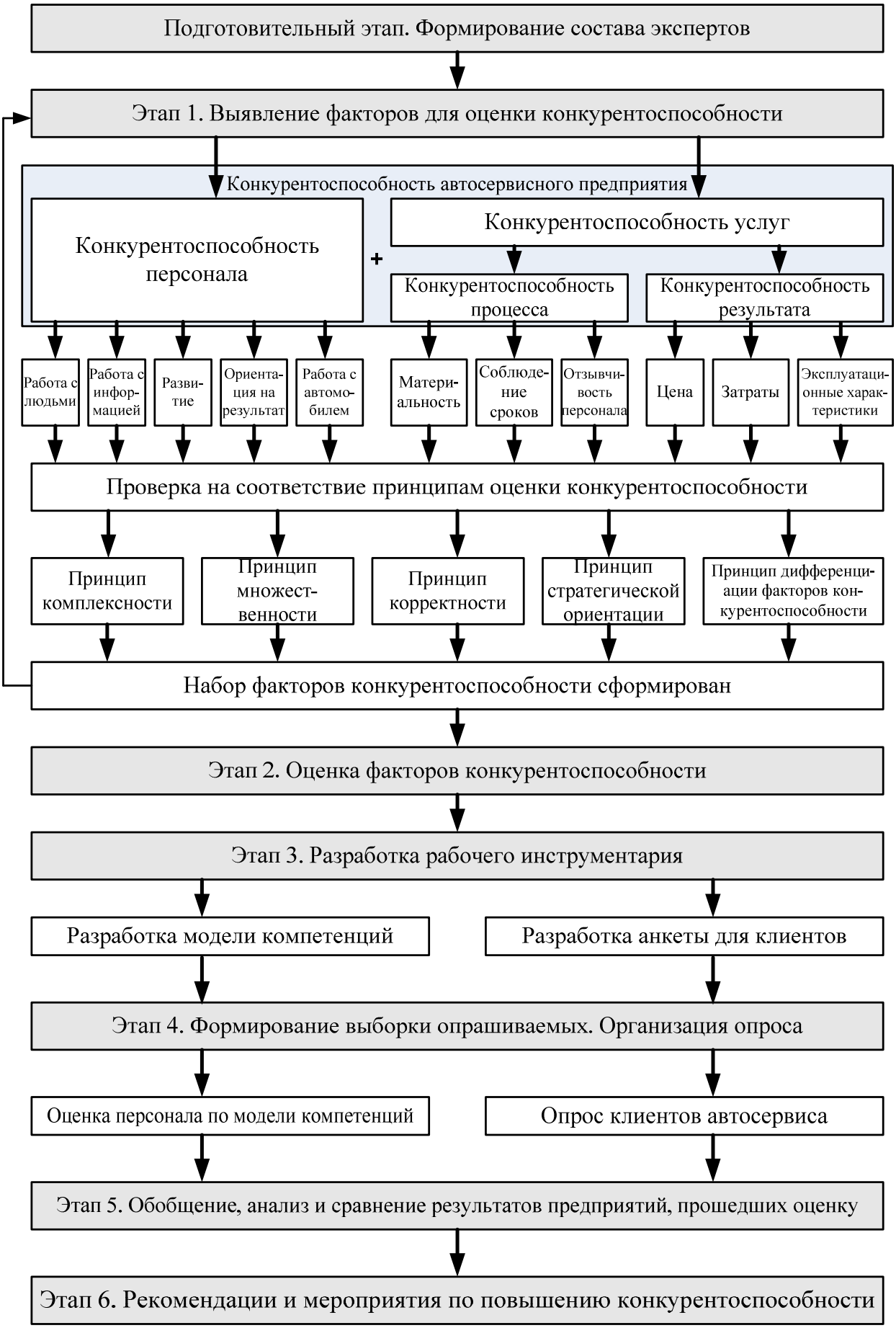


Рис. 3. Алгоритм методики оценки конкурентоспособности автосервисного предприятия (разработано автором)

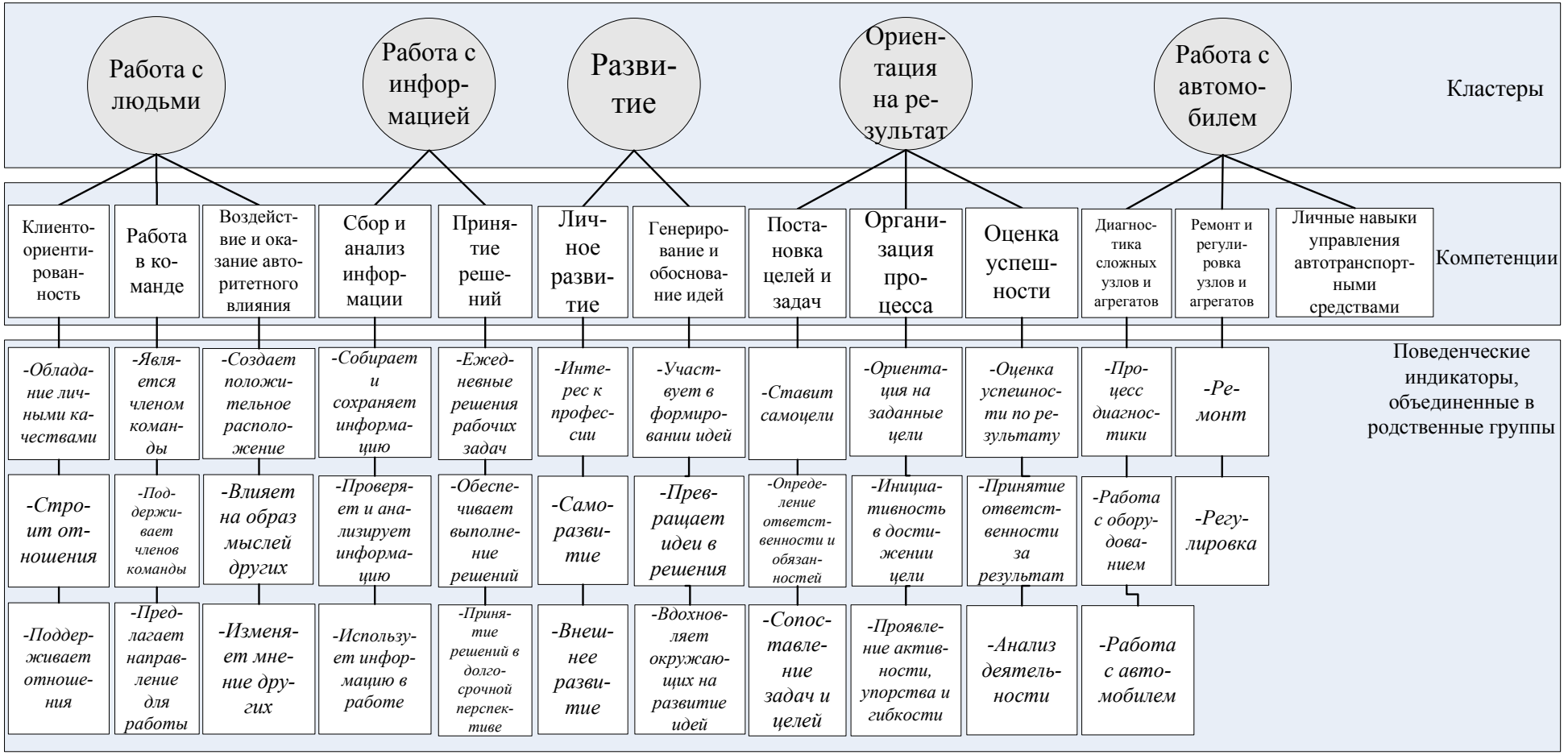


Рис. 4. Содержание модели компетенций для оценки персонала

Таблица 2

Анкета «SERVQUAL» для оценки услуг автосервиса клиентом

Критерий		Ожидание	Восприятие	Важность
Процесс				
М1	Фасад здания автосервиса имеет вид, привлекающий внимание	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	0,09
М2	Интерьеры помещений в отличном состоянии	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	
М3	Имеет современное оборудование и инструмент	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	
М4	Наличие рекламных материалов, стендов	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	
М5	Опрятный внешний вид персонала			
Н6	Выполняет обещания исполнить услугу к назначенному времени	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	0,12
Н7	Автосервис избегает ошибок и неточностей в процессах оказания услуг	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	
Н8	Услуги предоставляются клиентам в срок	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	
Н9	Персонал оказывает услуги быстро и оперативно	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	
Н10	Часы работы удобны для всех клиентов	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	
ОП11	Если у клиентов случаются проблемы, то персонал пытается их решить	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	0,06
ОП12	Персонал быстро реагирует на просьбы клиентов	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	
ОП13	Персонал «контактной зоны» способен создать атмосферу доверия и взаимопонимания при установлении контакта с клиентами	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	
ОП14	Персонал демонстрирует вежливость и доброжелательность по отношению к клиентам	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	
ОП15	Проявление индивидуального подхода к клиенту	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	
Результат				
Ц16	Оплаченная стоимость ремонта соответствует полученному результату	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	0,23
Ц17	Оплаченная цена за ремонт ниже цены конкурентов за этот же ремонт	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	
Ц18	Стоимость оказанной услуги приемлема и не обременительна для моего бюджета	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	
З19	Необходимая для ремонта запасная часть была в наличии	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	0,17
З20	Затраты времени на поиск автосервиса оправдались	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	
ЭР21	Установлена новая запасная часть с лучшими характеристиками взамен старой	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	0,33
ЭР22	Изменение конструкции способствует улучшению эксплуатационных характеристик	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	
ЭР23	Дополнительно установленное оборудование (деталь) снижает стоимость владение автомобилем	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	
ЭР24	Автомобиль получен без повреждений	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	

Инструкция: Просим высказать Ваше мнение относительно качества автосервисных услуг. В первом столбце перечислены критерии качества. Второй столбец отражает Ваши ожидания. Оцените каждый критерий, которому, на Ваш взгляд, должны соответствовать автосервисные услуги, по пятибалльной шкале. Если Вы полностью согласны с утверждением, обведите цифру 5, если полностью не согласны – цифру 1. Остальные значения (2, 3, 4) отражают степень Вашего приближения к той или иной крайней точке зрения. Третий столбец отражает Ваше восприятие, мнение по поводу соответствия каждому критерию автосервиса, услугами которого Вы пользуетесь (5 – полностью соответствует, 1 – совсем не соответствует, значения 2,3,4 – промежуточные). Четвертый столбец – фиксированная оценка важности общего фактора.

Общий коэффициент конкурентоспособности предприятия автосервисных услуг будет получен суммированием коэффициента конкурентоспособности персонала предприятия (КСП перс.) и коэффициента конкурентоспособности услуг (КСПусл.):

$$КСП\ предпр. = КСПперс. + КСПусл.$$

Для оценки конкурентоспособности персонала предприятия посредством компетентностного подхода нужно суммировать оценки всех работников и поделить на количество работников.

$$КСП_{перс.} = \frac{\sum_{t=1}^{z} K_{раб.t}}{z},$$

где $КСП_{перс.}$ – коэффициент конкурентоспособности персонала предприятия,
z – количество работников предприятия;
$К_{раб.}$ – компетентность одного работника, определяемая по формуле:

$$K_{раб.} = \sum_{h=1}^{s}\left[a_1\sum_{i=1}^{n} IK_i + b_1\sum_{j=1}^{o} IK_j + c_1\sum_{k=1}^{p} IK_k + d_1\sum_{l=1}^{q} IK_l + e_1\sum_{m=1}^{r} IK_m\right],$$

где ІК – индикатор компетенции,
n, o, p, q, r – количество компетенций,
a_1, b_1, c_1, d_1, e_1 – весомость фактора компетенций (определяется экспертами),
s – количество экспертов.

В свою очередь, коэффициент конкурентоспособности услуг автосервиса ($КСП_{усл.}$) рассчитывается по формуле:

$$КСП_{усл.} = a_2\sum_{h=1}^{n} Q_h + b_2\sum_{i=1}^{o} Q_i + c_2\sum_{j=1}^{p} Q_j + d_2\sum_{k=1}^{q} Q_k + e_2\sum_{l=1}^{r} Q_l + f_2\sum_{m=1}^{s} Q_m,$$

где a_2, b_2, c_2, d_2, e_2 – весомость фактора конкурентоспособности услуг (определяется экспертами),
Q – индикатор качества, который определяется как разность между восприятием (Р) и ожиданием (Е) h, i, j, k, l, m-го параметра.

Была проведена апробация предложенной методики оценки на четырех автосервисах сельского района. Обобщенный результат проведенного исследования конкурентоспособности персонала и конкурентоспособности услуг представлен в таблице 3. Коэффициент конкурентоспособности предприятия получен суммированием показателей коэффициентов конкурентоспособности персонала и услуг.

Таблица 3

Полученные коэффициенты конкурентоспособности автосервисных предприятий

Предприятие	СТО «Алекс»	Автосервис «СТОлица»	Автосервис «Брулекс»	Автосервис «Автомастер»
Коэффициент конкурентоспособности персонала ($КСП_{перс.}$)	0,64	-0,12	1,36	1,99
Коэффициент конкурентоспособности услуг ($КСП_{усл.}$)	-0,0235	-0,0646	0,0657	0,1164
Коэффициент конкурентоспособности предприятия ($КСП_{предпр.}$)	0,6165	-0,1846	1,4257	2,1064

По полученным данным о конкурентоспособности предприятий автосервиса (табл. 3 на с. 17), возможна графическая интерпретация (рис. 5).

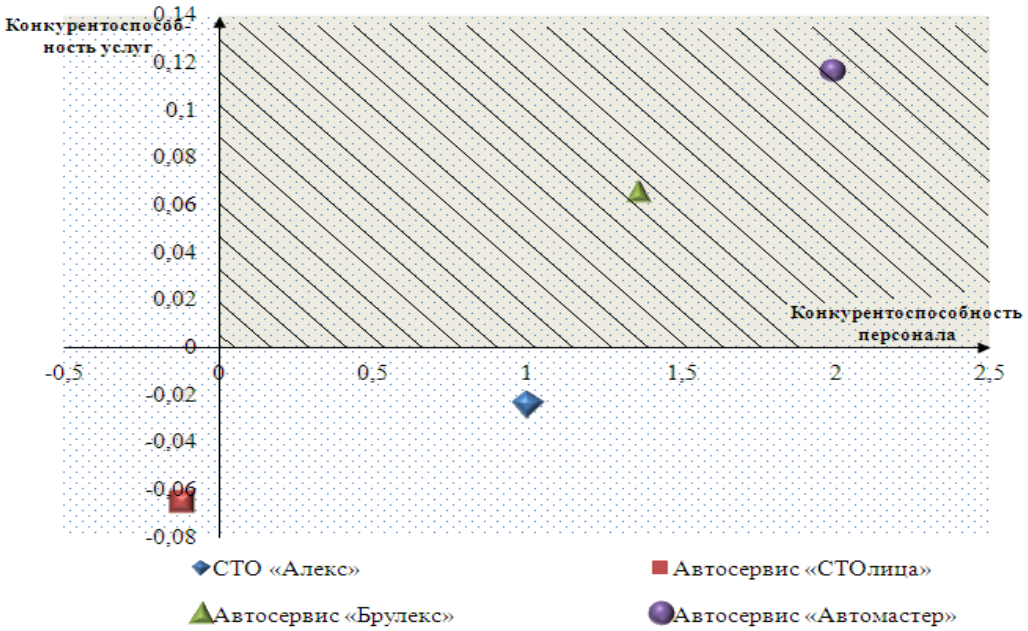


Рис. 5. Графическая интерпретация результатов оценки конкурентоспособности предприятий автосервиса

Ось «*x*» соответствует значениям «Конкурентоспособность персонала», ось «*y*» – «Конкурентоспособность услуг», точка, в которой пересекаются значения вышеназванных показателей – это «Конкурентоспособность предприятия». Выделенная область выше нуля – это область достижения конкурентоспособности. И в этой области мы видим, что автосервис «Брулекс» менее конкурентоспособен, а автосервис «Автомастер» – более конкурентоспособен, в свою очередь, автосервис «СТОлица» и СТО «Алекс» находятся вне обозначенной области, что говорит о их неконкурентоспособности.

4. Развиты положения компетентностного подхода к оценке и повышению конкурентоспособности автосервисных предприятий в сельской местности путем уточнения его содержания в сравнении с другими подходами. В связи с тем, что в настоящее время компетентностный подход в бизнесе развит слабо и, как следствие, бизнес не успевает за теоретическими знаниями, впервые предпринята попытка устранения этого разрыва путем внедрения в функционирование автосервисных предприятий элементов компетентностного подхода. В частности, предложена инициатива создания ассоциации сельских автосервисных предприятий с целью внедрения информационной системы по предоставлению автосервисных услуг. Процесс самообучения персонала предприятия предложен в качестве способа повышения конкурентоспособности автосервисных предприятий. Под процессом самообучения персонала автосервисов понимается обучение в режиме решения актуальных задач развития бизнеса без отрыва от производства и внесения визуализированных решений в информационную систему по предоставлению автосервисных услуг.

К сожалению, для российской практики характерно то, что многие предприниматели привыкли сражаться в одиночку. Для автосервисной деятельности в сельской местности, как и в городской это также имеет место быть. Кроме того, для неавторизованных городских и сельских автоцентров остается проблема отсутствия фирменной технической документации по ремонту.

Для ведения квалифицированного диалога с властью, выработки современных стандартов и правил деятельности, укрепления взаимовыгодных отношений с потребителями услуг (владельцами автомобилей) необходимо объединение автосервисных предприятий, так как сообща решить проблему легче. Для предприятий автосервиса, которые действуют в сельской местности, нами предлагается их объединение в ассоциацию сельских автосервисных предприятий (АСАП) с *целью* создания информационной системы по предоставлению автосервисных услуг (далее – информационная система) для профессионалов (сервисменов). На начальном этапе создание ассоциации предлагается начать с сельской местности Заларинского района с перспективным переходом на сельскую местность области. Создание ассоциации – это шаг к цивилизованной конкуренции для фирм, заинтересованных в развитии своей отрасли и стремящихся к лидерству в бизнесе.

Главный *объект и продукт* деятельности АСАП — информация. Ее накопление, переработка и распространение должно происходить посредством разнообразных проектов. Участие в них и есть то, ради чего люди объединяются в ассоциации. С целью обеспечения персонала автосервисных предприятий информацией, которая будет использоваться профессионалами автосервиса предлагается создание информационной системы по предоставлению автосервисных услуг.

На рисунке 6 на с. 20 представлена схема принятия решений по предоставлению услуг автосервисным предприятием, в которой важное место занимает процесс самообучения. Он может быть внедрен на каждом автосервисном предприятии, входящим в АСАП. Внедряя процесс самообучения в свою деятельность, предприятия решают проблему отсутствия информационных ресурсов.

Процесс самообучения заключается в сборе, обработке, визуализации информации по поводу ремонта автотранспортных средств, которой обмениваются автосервисные предприятия в информационной системе.

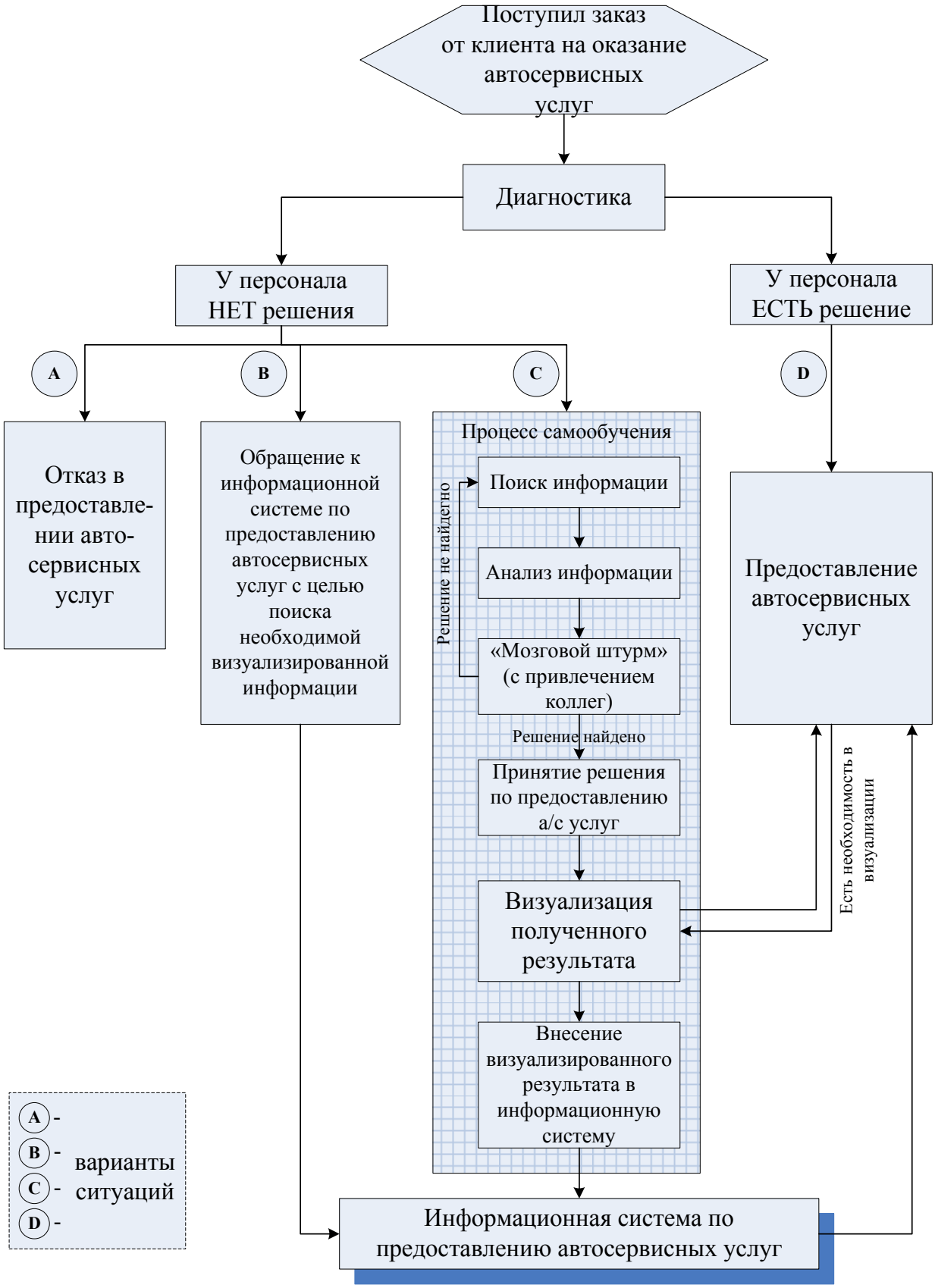


Рис. 6. Схема принятия решений по предоставлению услуг автосервисным предприятием (разработано автором)

5. Проанализирована и визуализирована система взаимоотношений автосервисных предприятий (производителей услуг), потребителей их услуг, а также органов местного самоуправления и государственных орга-

нов, которые выполняют регулирующую функцию. Для успешного функционирования данной системы обоснована необходимость внедрения мониторинга деятельности автосервисных предприятий. Это позволит расширить перечень информации и получить более объективное представление о сфере автосервисных услуг в сельской местности, как для потребителей, так и для органов местного самоуправления.

Стихийность рынка способствует тому, что автосервисные предприятия действуют в неопределенной институциональной среде. И для того, чтобы конкуренция в области предоставления автосервисных услуг стала цивилизованной, необходима помощь государственных и муниципальных органов. По вопросу поддержки и развития конкуренции автосервисных предприятий органами государственной и муниципальной власти посредством общения с руководителями отделов администрации Заларинского района и представителей государственных служб сформирована схема взаимодействия государственных и муниципальных органов, предприятий автосервиса и потребителей (рис. 7).

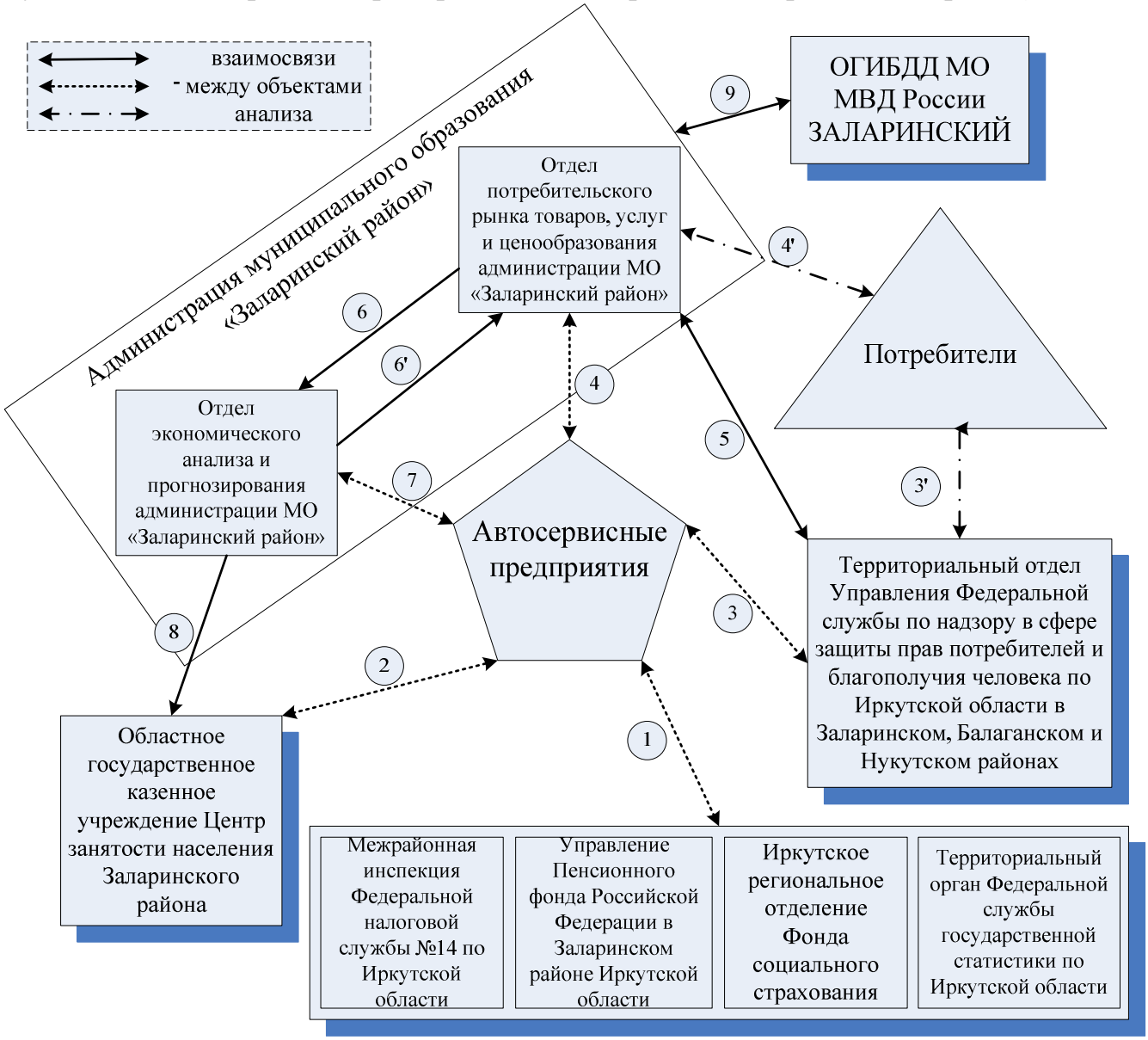


Рис. 7. Схема взаимодействия государственных и муниципальных органов, предприятий автосервиса и потребителей (на примере Заларинского района)

Предложенная схема рассматривается как универсальная и может быть применима для любого административно района сельской местности.

Достаточно новый способ научно-практической активности, цель которого состоит в получении и обработке упреждающей информации о состоянии системы и тенденциях ее развития – это мониторинг деятельности автосервисных предприятий, который будет способствовать выявлению проблем, нарушений в работе автосервисных предприятий. В мониторинге могут быть использованы промежуточные и конечные результаты предложенной методики оценки конкурентоспособности на основе компетентностного подхода.

Данные мониторинга будут полезны для отдела экономического анализа и прогнозирования с целью объективного анализа ситуации на рынке по объектам, которые участвуют в областных и муниципальных программах поддержки малого бизнеса, так как отдел экономического анализа является организатором исполнения областной и муниципальной Программ «Поддержка и развитие малого и среднего предпринимательства в муниципальном образовании «Заларинский район».

Взаимодействие предприятий автосервиса с органами местного самоуправления будет способствовать повышению конкурентоспособности предприятий автосервиса в сельской местности за счет стимулирования к достижению лучших результатов среди конкурентов и расчет на господдержку.

III. ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ И РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Процесс оценки и повышения конкурентоспособности автосервисных организаций, действующих в сельской местности, является специфическим объектом исследования.

Анализ сущности и соотношения понятий «компетенции», «конкурентные преимущества», «конкурентоспособность» позволяет представить процесс формирования конкурентоспособности предприятия как последовательность взаимосвязанных элементов. Выявление взаимосвязи между компетенциями и конкурентоспособностью позволяет сформулировать определение конкурентоспособности предприятия и установить, что в ее основе лежит цепочка взаимосвязанных стадий «компетенции – конкурентные преимущества – конкурентная стратегия – конкурентоспособность», которые лежат в области конкурентных отношений.

Понятие «компетенции» приобретает известность и развивает научные споры, так как сегодня происходит смещение движущих сил развития экономики от глобальной конкуренции к конкуренции, основанной на интеллектуальном труде и приоритет отдается нематериальным активам и развитию информационных технологий. Эти изменения отражаются в компетентностном подходе. Интеллектуальный труд персонала играет определяющую роль в повышении конкурентоспособности предприятия автосервиса, где компетенции персонала и оказываемые им услуги стоят на первом месте.

На основе анализа зарубежных и отечественных методик оценки конкурентоспособности предложена их классификация, выделены достоинства и недостатки. Разработана авторская методика оценки конкурентоспособности автосервисного предприятия, которая предполагает оценку конкурентоспособно-

сти персонала и оценку конкурентоспособности услуг, которые оказывает предприятие технического сервиса.

Услуги автосервиса представляют собой класс услуг, для которого характерен ряд особенностей: значительная материальность, выраженная технологичность, комплексность оказываемых услуг, несохраняемость, отчетливо выраженная дискретность отношений субъекта (автосервисной компании) и объекта (автовладельца), сезонность, географическое место. Особый интерес для России представляет деление автосервисов на городские и сельские.

В ближайшей перспективе развитие предприятий автосервиса сохранится. Но им необходимы как поддержка со стороны государства и муниципальных органов власти, так и совершенствование кадрового состава.

Нужно полагать, что поддержка автосервисного бизнеса государственными и муниципальными органами повлияет на улучшение качества оказания услуг по техническому обслуживанию и ремонту. Это позволит повысить степень безопасности дорожного движения и создать дополнительные рабочие места на предприятиях технического сервиса.

Для повышения конкурентоспособности предприятия предложена инициатива создания ассоциации с целью внедрения процесса самообучения посредством работы с информационной системой по предоставлению автосервисных услуг для профессионалов.

В диссертации показано, что значимым способом влияния муниципальных органов на автосервисные предприятия может стать мониторинг деятельности автосервисных предприятий, осуществляемый органами муниципальной власти в регионе. Предлагаемые мероприятия по модернизации направлены на снижение рисков неисполнения обязательств хозяйствующими субъектами и повышение роли автосервисов в жизни автовладельцев.

IV. СПИСОК ПУБЛИКАЦИЙ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ

а) статьи в рецензируемых научных изданиях, определенных ВАК Минобрнауки РФ:

1. Кузьминич Г.Г. Некоторые аспекты специфики деятельности и производства услуг автосервисных предприятий / Т.Д. Бурменко, Г.Г. Кузьминич // Известия Иркутской государственной экономической академии. – 2015. – Т. 25, № 4. – С. 583-589. – DOI : 10.17150/1993-3541.2015.25(4).583-589. – 0,6 п.л. (лично автором 0,4 п.л.)

2. Кузьминич Г.Г. Методика оценки конкурентоспособности автосервисного предприятия на основе компетентностного подхода / Г.Г. Кузьминич // Научное обозрение. – 2015. – № 6. – С. 336-341. – 0,29 п.л.

3. Кузьминич Г.Г. Компетентностный подход в развитии автосервисных предприятий / Г.Г. Кузьминич // Вестник Восточно-Сибирского государственного университета технологий и управления. – 2015. – №2. – С. 107-112. – 0,42 п.л.

4. Кузьминич Г.Г. Факторы, влияющие на конкурентоспособность предпринимательских структур / Г.Г. Кузьминич // Известия Иркутской государственной экономической академии (Байкальский государственный университет экономики и права) (электронный журнал). – 2011. – № 4. – Режим доступа: http://eizvestia.isea.ru/reader/article.aspx?id=8204 – 0,27 п.л.

5. Кузьминич Г.Г. Государственное регулирование конкурентных отношений на региональном уровне / Г.Г. Кузьминич // Известия Иркутской государственной экономической академии (Байкальский государственный университет экономики и права) (электронный журнал). – 2011. – № 2. – Режим доступа: http://eizvestia.isea.ru/reader/article.aspx?id=7777 – 0,22 п.л.

б) статьи в других научных изданиях:

6. Кузьминич Г.Г. Роль социально-экономического мониторинга деятельности автосервисных предприятий / Г.Г. Кузьминич // Международное научное обозрение проблем и перспектив точных и технических наук: Сборник материалов 1-ой междунар. науч.-практ. конф.: 26-27 марта 2015 г. – Новосибирск: Изд-во «Проблемы науки», 2015 – С. 30-35. – 0,3 п.л.

7. Кузьминич Г.Г. Компетентностный подход к формированию конкурентных преимуществ предпринимательских структур / Г.Г. Кузьминич // Российская экономика в системе мировых хозяйственных связей: материалы междунар. науч. конф., Иркутск, 25 марта 2014 г. – Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2014. – С. 36-42. – 0,38 п.л.

8. Кузьминич Г.Г. Конкурентоспособность предпринимательских структур малого и среднего бизнеса России / Г.Г. Кузьминич // Экономика, управление, финансы: материалы II междунар. науч. конф. (г. Пермь, декабрь 2012 г.). — Пермь: Меркурий, 2012. – С. 21-24. – 0,36 п.л.

9. Кузьминич Г.Г. Конкурентоспособность российских предприятий / Г.Г. Кузьминич // Современные проблемы экономической науки: материалы междунар. науч.-практ. конф. «Глобальный экономический кризис и пути его преодоления», г. Иркутск, 22-24 марта 2010 г. / под ред. В.И. Самарухи, В.П. Горева. – Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2010. – С. 153-158. – 0,32 п.л.

10. Кузьминич Г.Г. О проблемах и принципах оценки конкурентоспособности предпринимательских структур / Г.Г. Кузьминич // Партнерство бизнеса и образования в инновационном развитии регионе: сборник материалов VIII Международной науч.-практ. конф., 29 октября 2009г. – Тверь: МЭСИ, 2009. – С. 193-196. – 0,19 п.л.

11. Петрова Г.Г. (Кузьминич Г.Г.) Проблемные вопросы конкурентоспособности предпринимательских структур / Г.Г. Петрова (Г.Г. Кузьминич) // Механизм деятельности хозяйствующих организаций в рыночных условиях: материалы междунар. науч.-практ. конф., 21 мая 2009 г. – Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2009. – С. 44-47. – 0,19 п.л.

12. Петрова Г.Г. (Кузьминич Г.Г.) Стратегическое поведение компании в конкурентной среде / Г.Г. Петрова (Г.Г. Кузьминич), Т.В. Светник // Экономика и управление развитием предприятия и территории: материалы 67-й научной конференции / под науч. ред. А.Ф. Шуплецова. – Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2006. – С. 101-103. – 0,18 п.л. (лично автором 0,16)

Подписано в печать 15.10.2015 г.
Формат бумаги 60 × 84 1/16. Бумага офсетная.
Печать трафаретная. Усл. печ. л. 1,5. Заказ 5232. Тираж 110 экз.
Отпечатано с готового оригинал-макета
в ИПО ФГБОУ ВПО «Байкальский государственный университет экономики и права»
664003, г. Иркутск, ул. Ленина, 11.