

ИННОВАЦИОННЫЙ ОНЛАЙН-СЕРВИС КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ АВТОСЕРВИСА

Д.В. СКУЛЬЧЕС, М.А. ХУДЫХ, Ф.Д. ШАРОВ

*Кубанский государственный технологический университет
350072, Российская Федерация, г. Краснодар, ул. Московская, 2.*

В статье рассматривается эффективность использования SaaS моделей и предлагается к использованию и применению разрабатываемое сопутствующее программное обеспечение для мобильных устройств, позволяющее создать эффективный двухсторонний канала связи между клиентом и менеджером предприятия автосервиса в реальном времени для отслеживания выполнения сервисных работ, тем самым сокращая время простоя в работе СТО и повышая его конкурентоспособность.

Ключевые слова: сфера услуг, инновации, конкурентоспособность, облачные технологии, предприятия автосервиса.

Сфера услуг в настоящее время является одной из важных отраслей народного хозяйства призванной удовлетворять индивидуальные запросы и потребности населения страны в различных видах услуг. Сфера услуг как отрасль экономической деятельности представляет собой совокупность организаций, цель которых – оказание разнообразных платных услуг по индивидуальным заказам населения. Таким образом, сфера услуг решает важнейшие социально-экономические задачи и ее значение в жизни общества неуклонно возрастает. Одним из видов таких услуг являются услуги автосервиса.

С тех пор, как появились первые механические устройства, возникла необходимость в их обслуживании и ремонте. Если телегу крестьянин обслуживал сам, то за римской боевой колесницей следили до трех человек, каждый из которых был узким специалистом: ходовая, оружие, кузов. Изобретение механических двигателей, вначале паровых, а позже и внутреннего сгорания и стремительное развитие последних привело к появлению автомобиля в том виде, в котором мы привыкли видеть сейчас.

Усложнение конструкции автомобиля повлияло на создание специализированных авторемонтных станций. Неоспоримым фактом является то, что появилась жесткая конкуренция между авторемонтными станциями. Необходимым стало совершенствовать ремонтные технологии. Начали

появляться компании, которые предлагали специальный инструмент, материалы и оборудование.

Отечественный автомобильный сервис стремительно прогрессирует, причем в различных секторах своей деятельности. Особенно заметен рост сектора, ориентированного на работу с продукцией зарубежного производства. Всего 10–15 лет назад главная задача немногочисленных автосервисов состояла в выполнении самых простых видов работ по обслуживанию незнакомой импортной техники, например операций по замене моторного масла или тормозных колодок.

Но постоянный рост автомобильного парка обусловил увеличение производственных мощностей, т.е. увеличение числа предприятий автосервиса, повышение уровня их технической оснащенности и профессионализма работников, забывая, что купленное оборудование и нанятые работники это далеко не все компоненты, необходимые для организации работы станции технического обслуживания.

В то же время многие отечественные автосервисные предприятия не имеют полного представления о том, что такое современный бизнес по оказанию автосервисных услуг. Предприятия, занятые в сфере диагностики и ремонта автомобилей, существуют в условиях высокой конкуренции. Чтобы повысить свою конкурентоспособность большинство предприятий используют информационные системы в процессе своей работы, так как вычислительная техника способна в разы ускорить процесс обработки информации и получения результата. Но в наши дни остаются и такие предприятия, руководители которых не решаются внедрять информационные системы в силу их дороговизны или своей неосведомлённости в данной сфере. В такой ситуации преимущество получают те предприятия, которые не просто предлагают услуги, но и способны обеспечить их высокое качество, соответствующее мировым стандартам. Современная рыночная экономика предъявляет принципиально иные требования к качеству продукции, работ, услуг, от которого в современном мире зависят выживание любого предприятия, его устойчивое положение на рынке товаров и услуг, т.е. уровень конкурентоспособности. Чтобы добиться конкурентоспособности предприятия,

необходимо посредством менеджмента фирмы создать такие условия, которые способствовали бы появлению и развитию новшеств и способностей [3].

В этой связи особо актуальным становится внедрение на предприятие инноваций. Понятие «инновация», в англ. «innovation», следует понимать как новый или усовершенствованный продукт или технологию, созданную в результате использования новшества и реализуемую на рынке или внедренную в производственную, управленческую или иную деятельность.

Другими словами, технологическое новшество является источником технологической инновации, которая приобретает такое качество с момента принятия к распространению в виде нового продукта. Процесс такого преобразования называется инновационным процессом. В свою очередь, процесс введения новшества на рынок принято называть процессом коммерциализации. С момента появления новшества на рынке оно становится инновацией [4].

Конкуренция и инновационная деятельность взаимосвязаны. Производители и потребители в процессе использования устаревшей техники и технологии получают дифференциальный убыток, в результате чего вынуждены сокращать издержки производства на основе инноваций. Предприятия, первые освоившие инновации, имеют возможность снижать издержки производства и, соответственно, стоимость реализуемых товаров, следствием чего является укрепление своих позиций в конкурентной борьбе с субъектами рынка, предлагающими аналогичные товары.

Таким образом, выживаемости субъектов рынка в конкурентной борьбе способствует инновационная деятельность. Конкуренция и инновации диалектически взаимосвязаны и дополняют друг друга, так как:

- во-первых, конкуренция - главный фактор восприимчивости субъекта рынка к техническим новинкам;
- во-вторых, конкуренция вынуждает предпринимателя постоянно искать и находить новые виды продуктов и услуг, которые нужны потребителям и могут удовлетворить их потребности;

- в-третьих, конкуренция способствует тому, что предприниматели стараются освоить продукцию высокого качества по ценам рынка с целью удержания потребителей;

- в-четвёртых, конкуренция стимулирует использование наиболее эффективных способов производства;

- в-пятых, конкуренция вынуждает предпринимателей оперативно реагировать на желания потребителей;

- в-шестых, конкуренция обеспечивает высокий доход тому, кто упорно и производительно трудится [5].

Конкурентоспособность - это способность определённого объекта или субъекта превзойти конкурентов в заданных условиях [1]; свойство субъекта, указывающее на его способность выдерживать конкуренцию с себе подобными, на его способность совершать конкурентные действия и др. [2].

Оценка конкурентоспособности предприятия на конкретном рынке или его сегменте основывается на анализе технологических, производственных, финансовых и сбытовых возможностей предприятия [6].

Поэтому конкурентоспособность предприятия на рынке является главным критерием эффективности системы управления инновациями.

Чтобы быть конкурентоспособным, предприятию необходимо применять высокоэффективные формы, системы и модели управления инновационной деятельностью. Эти системы управления способствуют постоянному улучшению качества выпускаемой продукции и обеспечивают повышение уровня удовлетворенности потребителей.

Для оценки конкурентоспособности СТО необходимо систематически проводить сравнение показателей ее работы с показателями основных конкурентов, осуществляющих свою деятельность в том же секторе рынка. Главным в конкурентной борьбе предприятий автосервиса является качество обслуживания потребителя. Качество услуг может быть достигнуто за счет применения прогрессивного оборудования, рациональной организации и стимулирования труда, контроля качества, использования при ремонте запасных частей, отличающихся высоким качеством и надежностью в эксплуатации, и т.д. Сокращение срока оказания автосервисных услуг

уменьшает потребность в оборотных средствах, ускоряет их оборачиваемость, дает возможность увеличивать объем реализации услуг при данном оборудовании и производственных площадях. Сокращение сроков исполнения услуги является одним из факторов повышения конкурентоспособности предприятий автосервиса, которого можно достичь благодаря внедрению инновационных технологий.

Проведенный анализ отдельных постов СТО подтвердил наличие проблемы прогнозирования точной длительности обслуживания клиентов, и возникновения, в связи с этим, временных потерь. Выявленные проблемы приводят к существенному снижению эффективности работы предприятия и как следствие к ухудшению взаимодействия клиента с СТО, что ведет к снижению конкурентоспособности предприятия автосервиса.

По нашему мнению, решением данной проблемы может стать внедрение на предприятия автосервиса одного из самых активно развивающихся направлений бизнеса текущего времени так называемых онлайн-сервисов. Их возникновение обусловлено, прежде всего, развитием культуры потребления товаров и услуг через сеть интернет. На основе данной концепции авторами разрабатывается инновационная SaaS модель взаимодействия персонала автосервиса с потенциальными клиентами.

В ежегодном исследовании, проводимом среди IT-директоров и касающемся инвестиций в технологии, облачные вычисления переместились с шестнадцатой позиции на вторую [8]. Специалистами в 2011 г. было высказано мнение, что облачные вычисления, наряду с мобильными технологиями и технологиями обработки больших массивов данных, представляют собой «третью платформу» IT-индустрии: первой были мейнфреймы, второй — персональные компьютеры (ПК) [9]. Компании, не осознающие значимость облачных вычислений, в недалеком будущем должны будут уйти с рынка, как некоторые компании 1980-х годов, не поддержавшие переход от мейнфреймов к ПК [9].

В основе разработанной модели лежит использование облачных вычислений как механизма функционирования и взаимосвязи потоков данных. Облачные вычисления (англ. cloudcomputing) — это такая модель обеспечения

удобного и повсеместного доступа в сеть по требованию к общей информационной системе конфигурируемых вычислительных ресурсов, которые могут быть быстро предоставлены или освобождены с минимальным количеством эксплуатационных затрат [7].

В настоящее время для руководителей самыми важными проблемами являются целесообразность перехода на облачную платформу и оценка экономической выгоды и рисков внедрения облачных вычислений.

Экономические преимущества облачных вычислений бесспорны и очевидны, когда речь идет о стартапах или о значительном расширении уже утвердившихся на рынке компаний, в том числе и предприятий автосервиса. В этом случае нет необходимости тратить время и деньги на организацию центров обработки данных (ЦОД), его содержание и техническое обслуживание, на утилизацию старого оборудования и приобретение нового, доработку приложения в целях их совместимости с унаследованными системами, переобучение сотрудников и т. д.



Рис. 1 – Схема двухсторонних каналов связи разрабатываемой SaaS модели для предприятий автосервиса

Предлагаемая SaaS модель, а в дальнейшем и разработанное сопутствующее программное обеспечение для мобильных устройств позволят

путем создания эффективного двухстороннего канала связи между клиентом и менеджером предприятия автосервиса в реальном времени отслеживать клиенту выполнение сервисных работ, тем самым сокращая время простоя в работе СТО и повышая его конкурентоспособность, (рис 1).

Расчет экономической привлекательности облачных вычислений во внешнем облаке явно отражает экономические преимущества по сравнению с традиционной моделью, предполагающей размещение вычислительных мощностей на собственной площадке. Это справедливо как для стартапов, так и для предприятий автосервиса, бизнеса с неравномерной или плохо предсказуемой загрузкой, когда невозможно предугадать максимально возможную нагрузку при росте или уменьшении объема бизнеса, переходе на новые виды деятельности, что также создает необходимость переоснащения. В случае непредвиденно больших нагрузок в отсутствие быстрой возможности масштабирования облачные услуги могут избавить от существенных убытков или даже потери бизнеса.

ЛИТЕРАТУРА

1. Рубин Ю.Б. Дискуссионные вопросы современной теории конкуренции // Современная конкуренция. — 2010. — № 3(21). — С. 38—67.
2. Коваленко А.И. Теоретические и методологические аспекты использования концепции «конкурентоспособности» в научных исследованиях // Современная конкуренция. — 2013. — № 6 (42). — С. 65—79.
3. Скульчес Д.В. Организационный механизм управления потенциалом кондитерских предприятий на основе сбалансированной системы показателей / Д.В. Скульчес, Ф.Р. Уфимцев // Пищевая технология. 2010. №1. с. 9-12
4. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент: Учебник. - М.: Гардарики, 2014. - 579 с.
5. Гинзбург А.И. Экономический анализ. Учебное пособие. - Спб: Питер, 2011. - 448 с.
6. Кирьяков А.Г. Воспроизводство инноваций в рыночной экономике. - Ростов-на-Дону: Изд-во РГУ, 2000. - 212 с.

7. Риз Дж. Облачные вычисления: Пер. с англ. О. И. Кокорева. СПб.: БХВ–Петербург, 2011. – 288 с.

8. Данные исследовательского концерна Gartner, США. - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.gartner.com>

9. Данные аналитической компании IDC (International Data Corporation), США. - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://idc.com>

REFERENCES

1. Rubin Yu.B. Diskussionnie voprosi sovremennoi teorii konkurencii // Sovremennaya konkurenciya. - 2010. - № 3(21). - s. 38-67.

2. Kovalenko A.I. Teoreticheskie i metodologicheskie aspekty ispolzovaniya koncepcii «konkurentosposobnosti» v nauchnih issledovaniyah // Sovremennaya konkurenciya. - 2013. - № 6(42). - s. 65-79.

3. Skulches D.V. Organizacionnii mehanizm upravleniya potencialom predpriyatii na osnove sbalansirovannoi sistemi pokazatelei / D.V. Skulches, F.R. Ufimcev // Pischevaya tehnologiya. 2010. №1. s. 9-12

4. Vihanskii O.S., Naumov A.I. Menedjment: Uchebnyk.-M.-Gardariki, 2014.-579s.

5. Ginzburg A.I. Ekonomicheskii analiz. Uchebnoe posobie.-Spb: Piter, 2011.-448s.

6. Kiryakov A.G. Vosproizvodstvo innovacii v rinochnoi ekonomike. – Rostov-na-Donu: Izd-vo RGU, 2000. - 212 s.

7. Riz Dj. Oblachnie vichisleniya: Per. s angl. O. I. Kokoreva. SPb.: BHV–Peterburg, 2011. – 288 s.

8. Dannye issledovatel'skogo kontserna Gartner, SShA. - [Elektronnyy resurs] – Rezhim dostupa: <http://www.gartner.com>

9. Dannye analiticheskoy kompanii IDC (International Data Corporation), SShA. - [Elektronnyy resurs] – Rezhim dostupa: <http://idc.com>

INNOVATIVE ONLINE SERVICE AS FACTOR OF INCREASE OF COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISES OF CAR SERVICE

D.V. SKULCHES, M.A. KHUDYKH, F.D. SHAROV

*Kuban State Technological University,
2, Moskovskaya st., Krasnodar, Russian Federation, 350072.*

In article efficiency of use of SaaS of models is considered and the developed accompanying software for mobile devices allowing to create effective bilateral a communication channel

between the client and the manager of the enterprise of car service in real time for tracking of performance of service works thereby is offered to use and application reducing an idle time in work hundred and increasing its competitiveness.

Key words: services sector, innovations, competitiveness, cloudy technologies, enterprises of car service.