

УДК 33 DOI: 10.14451/1.224.290

Перспективы развития сетевого бизнеса в сфере автомобильного сервиса

© 2023 **Чернышев Максим Геннадьевич**

Аспирант кафедры экономической теории и экономики предпринимательства.

Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики. Санкт-Петербург, Россия.

E-mail: maxim_cher@bk.ru

Ключевые слова: автомобильный сервис, автосервис, станции технического обслуживания (СТО), сетевые формы организации бизнеса, франчайзинг.

В статье рассматриваются вопросы, связанные с сетевыми формами организации бизнеса в сфере автомобильного сервиса. Автор предложил алгоритм управления рисками в автосервисе. В статье обобщены преимущества франчайзинга в автосервисе, указаны риски и издержки для франчайзи. Автор анализирует перспективы развития франчайзинговых сетей в сфере автосервиса.

В настоящее время на функционирование рынка автосервиса оказывают влияние такие тенденции, как повышение стоимости запчастей, агрегатов и сопутствующих товаров в связи с изменением логистических цепей поставок, при одновременном снижении платёжеспособности населения, с одной стороны, и развитием внутреннего туризма (в том числе увеличение количества автомобильных туров и поездок), с другой стороны. Уход с автомобильного рынка части автодилеров, сложности с поставками новых автомобилей, способствуют активизации рынка продаж автомобилей с пробегом, что в свою очередь увеличивает потребности в ремонтных работах.

Предприятия автосервиса можно подразделить на следующие виды:

- станции технического обслуживания автомобилей (СТО);
- станции технической помощи и гаражного

обслуживания (СТП и ГО);

- фирменные автоцентры, специализирующиеся на определенных марках;
- автотехцентры;
- станции дорожного обслуживания (СДО).

Одним из направлений развития и расширения бизнеса, в том числе в сфере автосервиса, является формирование сетей. Сети автосервисов могут создаваться и функционировать в различных формах: как в виде филиалов и структурных подразделений одной головной организации или отдельных дочерних предприятий, подчиняющихся материнской компании, так и сети равноправных предприятий, объединённых, например перекрестным владением акциями владельцами акционерных обществ. Одним из возможных вариантов расширения бизнеса является создание франчайзинговой сети.

Франчайзинг в автосервисе представляет собой бизнес-модель, при которой франчайзер (ча-

сто крупная сеть автосервисов) предоставляет франчайзи (предпринимателю или компании) право вести бизнес под своим брендом. Это дает возможность франчайзеру быстро и эффективно войти на рынок с помощью проверенной модели бизнеса, обучения, маркетинговой поддержки и в некоторых случаях поставок оборудования и запасных частей.

Франчайзинг в автосервисе имеет свои преимущества:

1. Быстрый старт: франшиза позволяет предпринимателям быстро начать бизнес, минуя многие сложности, связанные с созданием бренда и построением клиентской базы с нуля.
2. Поддержка и обучение: франчайзеры обычно предоставляют обучение, консультации и поддержку, которые могут быть важными, особенно для новичков в автосервисной отрасли.
3. Доступ к ресурсам: франчайзеры могут предоставить доступ к оборудованию, запчастям и технологиям, которые могут быть дорогими или труднодоступными для независимых автосервисов.

Однако следует учитывать и возможные недостатки:

1. Стоимость: паушальный платеж и платежи роялти могут быть значительными. Кроме того, франчайзер может накладывать требования на оборудование и товары, которые франчайзи должен приобрести.
2. Ограничения: франчайзи должен следовать установленным франчайзером стандартам и процедурам, что может ограничить гибкость бизнеса.
3. Репутационные риски: если бренд столкнется с проблемами (например, низкое качество услуг в других точках сети), это может негативно сказаться на репутации всех франчайзи.

В целом, франчайзинг может быть хорошим вариантом для тех, кто хочет войти в сферу

автосервиса с надежной и проверенной бизнес-моделью.

Франчайзинговые взаимоотношения могут быть экономически выгодными для обеих сторон. Франчайзер предоставляет франчайзи технологию оказания услуги и модель организации бизнеса, берет на себя реализацию маркетинговой программы, организацию поставок запчастей, агрегатов, материалов, осуществляет контроль качества, в то время как франчайзи, оставаясь самостоятельным субъектом экономической деятельности, за пользование франшизой платит франчайзеру определенными договором сборы. Помимо торговой марки, технологии, рекламы франчайзер в соответствии с договором может предоставлять финансовые ресурсы или, например, выступать гарантом при получении кредита, предоставлять оборудование (как правило, на условиях лизинга), оказывать содействие в подборе помещений или сдавать в аренду имеющиеся в наличии площади; а также оказывать другие услуги, такие как подготовка персонала, повышение его квалификации, консультирование и т.д.

Развитие франчайзинговых сетей, формируя экономическую выгоду для всех субъектов, будет содействовать развитию сферы автосервиса в целом, так как:

- франчайзи смогут воспользоваться успешными бизнес-моделями франчайзера;
- франчайзер расширяет свой бизнес и получает дополнительные прибыли;
- клиенты (покупатели) получают услуги гарантированного качества [3].

Источники дохода франчайзера:

- Паушальный взнос.
- Платежи роялти.
- Наценка на поставляемые товары.
- Скидки оптовых поставщиков.
- Сдача в аренду франчайзи зданий и оборудования.
- Премия за подбор помещений и оборудования.
- Собственные автосервисы франчайзера.

- Маркетинговые взносы франчайзи.
- Плата за управленческие, консультационные услуги.
- Процент за кредит, предоставляемый участникам франчайзинговой системы.

Однако франшиза не лишена недостатков: франчайзеры стараются ограничить самостоятельность франчайзи, так как договор франшизы составляет ее продавец, и он прописывает благоприятные для себя условия соглашения (выбор поставщиков регламентирует продавец франшизы, ограничивается сфера распространения услуг по франшизе и т.д.).

Как правило, франчайзер вначале сам организует сервисную точку, отработывает бизнес-процессы, выводит бизнес на прибыльный уровень, а затем разрабатывает франшизу. Все существующие франшизы автосервисов строятся вокруг собственной IT-платформы, позволяющей унифицировать бизнес-процессы и легко отлаженную модель успешной работы для франчайзи [2].

В настоящее время в Санкт-Петербурге зарегистрировано 1887 автосервисов, из них сетевые автосервисы:

- Стайер – 8 СТО;
- FIT SERVICE – 6 СТО;
- АвтоПрайд – 3 СТО;
- I.CAR – 2 СТО;
- Гидравлика – 2 СТО;
- ТехЦентр № 1 – 1 СТО;
- Автоплюс – 1 СТО;
- Алексей Воротников – 1 СТО [1].

В течение последних нескольких лет все больше появляются новых предприятий, предлагающие франшизы в сфере автосервиса, в том числе на рынке Санкт-Петербурга. Таким образом, следует ожидать увеличения количества вновь создаваемых предприятий, функционирующих в сфере автосервиса, и развития сферы автосервиса Санкт-Петербурга в целом.

Сетевой бизнес в сфере автомобильного сервиса успешно существует и продолжает развиваться. Ниже приведены несколько потенциальных

направлений для его дальнейшего развития:

- Сетевое сотрудничество и партнерство: сотрудничество с производителями автомобилей, поставщиками запчастей, страховыми компаниями и другими участниками рынка может улучшить качество услуг и увеличить доверие со стороны клиентов.
- Расширение услуг: включение дополнительных услуг в основной пакет может увеличить привлекательность для клиентов. Это может включать страхование, аренду автомобилей, эвакуацию и т.д.
- Электромобили: с ростом популярности электромобилей, автосервисы должны быть готовы предлагать соответствующие услуги, такие как ремонт и обслуживание электродвигателей, замена батарей и т.д.
- Безопасность и экологичность: возрастающее внимание к вопросам безопасности и экологии может стимулировать автосервисы к предложению услуг, направленных на улучшение безопасности автомобилей и снижение их воздействия на окружающую среду.
- Мобильные автосервисы: услуги по обслуживанию и ремонту автомобилей на месте могут стать все более востребованными в будущем. Это может быть особенно полезно для клиентов, которые не могут или не хотят оставлять свой автомобиль в сервисном центре на долгое время.
- Обучение и упрощение процессов: поскольку автомобили становятся все более сложными, автосервисам потребуется специалисты с соответствующими навыками и знаниями. Возможность обучения персонала и постоянное обновление знаний будет ключевым для успеха в этой области.
- Цифровизация и автоматизация: переход к цифровым технологиям может помочь автосервисам улучшить обслуживание клиентов и повысить эффективность. Это включает в себя онлайн-бронирование, управление работой через CRM-системы, автоматизированный учет запасных частей и т.д.

Все это вместе с сильной маркетинговой страте-

Таблица 1. Наиболее успешные франшизы автосервиса [4].

Название	Год основания	Количество точек	Инвестиции, руб.
ТехАвтоГрупп	2018	30	от 2 000 000
АвтоПлюс	2021	более 10	от 500 000
Вилгуд (автосервис)	2014	более 130	от 1 500 000
Легион (газовые автотехцентры)	2017	20	от 1 000 000
BSshina (продажа шин)	2018	20	от 250 000
MFO Service	2021	5	от 850 000
OLS	2016	10	от 1 500 000
Fit Service (автосервис)	2009	233	от 250 000
РЕАКТОР (автосервис)	2017	10	от 500 000
150bar (автомойки самообслуживания)	2019	55	от 500 000
Белый сервис	2011	60	От 550 000
Таткардан	2014	25	От 2 650 000
Чистые моторы	2019	3	От 500 000
100CARS (автомойки самообслуживания)	2008	более 100	От 600 000
SPOT (замена масла)	2013	46	от 3 500 000

гией и учётом особенностей локального рынка может привести к успешному развитию сетевого бизнеса в сфере автомобильного сервиса и снижению рисков для предприятий автосервиса.

Одним из примеров новых подходов к управлению рисками в автосервисе является использование цифровых платформ. Цифровые платформы позволяют компаниям собирать, обрабатывать и анализировать большие объёмы данных, связанных с рисками. Это может помочь компаниям принимать более обоснованные решения и быстрее реагировать на изменения в среде.

Технологии машинного обучения и искусственного интеллекта также могут быть использованы для управления рисками в автосервисе. Эти технологии позволяют автоматизировать процессы, что может снизить вероятность возникновения ошибок и рисков.

В тоже время, применение новых подходов имеет свои риски и ограничения, такие как риски кибербезопасности, связанные с хранением и обработкой больших объёмов данных, а также потенциальное сокращение рабочих мест

в связи с автоматизацией процессов. Поэтому, компании должны учитывать все возможные риски и ограничения, а также разрабатывать планы защиты данных и кибербезопасности, чтобы минимизировать риски. Результаты применения новых подходов в управлении рисками в автосервисе показывают, что они могут повысить эффективность и качество работы, снизить затраты и риски для компании. Одним из примеров успешной реализации новых подходов является компания Tesla, которая широко использует технологии машинного обучения и искусственного интеллекта в своей работе.

Алгоритм управления рисками в автосервисе:

1. Идентификация рисков.

- Анализ внешней среды (политические, экономические, социальные, технологические, юридические, экологические факторы).
- Анализ внутренней среды (финансовые, операционные, стратегические, правовые, репутационные риски).

2. Оценка рисков.

- Определение вероятности возникновения риска.
- Оценка потенциальных последствий риска.

- Ранжирование рисков по степени значимости.
- 3. Разработка стратегий управления рисками.
 - Снижение рисков (применение стандартов качества, оптимизация процессов, улучшение контроля).
 - Управление рисками (разработка планов действий, определение ответственных за реализацию мер).
 - Передача рисков (страхование, аутсорсинг, заключение договоров с подрядчиками).
- 4. Внедрение стратегий управления рисками.
 - Внедрение стратегий управления рисками.
 - Развитие навыков и компетенций сотрудников в области управления рисками.
 - Формирование культуры управления рисками на всех уровнях предприятия автосервиса.
 - Обеспечение открытой и эффективной коммуникации о рисках между всеми уровнями предприятия автосервиса.
- 5. Мониторинг рисков.
 - Внедрение информационных систем и технологий для сбора, обработки и анализа данных о рисках.
 - Регулярный аудит системы управления рисками.
 - Отслеживание изменений в рисках и их воздействии на бизнес.
 - Анализ показателей производительности и обратная связь от сотрудников.
- 6. Совершенствование системы управления рисками.
 - Адаптация системы управления рисками к изменяющимся условиям рынка и технологиям.
 - Оптимизация процессов и инструментов управления рисками.
 - Разработка и реализация мер по устранению слабых мест и проблем.

Следуя данному алгоритму, предприятия автосервиса смогут систематически идентифицировать, оценивать, управлять и контролировать риски, связанные с их деятельностью. Это поможет им обеспечить устойчивость и успешное развитие бизнеса в условиях постоянных изме-

нений и неопределенности.

Вывод

Сетевой бизнес в сфере автомобильного сервиса продолжит активно развиваться в ближайшие годы. Основными направлениями развития будут цифровизация и автоматизация, расширение спектра услуг, адаптация к растущему рынку электромобилей, усиление внимания к безопасности и экологии, развитие мобильных автосервисов, обучение персонала и укрепление сетевого сотрудничества.

Быстрое приспособление к изменяющимся технологиям и требованиям потребителей, а также грамотное планирование и управление бизнес-процессами станут ключевыми факторами успеха в этой области. Вместе с этим, участники рынка должны быть готовы к возможным вызовам, таким как ужесточение регуляторных требований, повышенная конкуренция и необходимость в больших инвестициях в технологии и обучение персонала.

Таким образом, компании в автосервисе должны постоянно обновлять свои методы управления рисками, внедрять новые технологии и подходы, обучать свой персонал и защищать данные, чтобы эффективно справляться с рисками и успешно развиваться в современной цифровой среде. Применение современных подходов к управлению рисками в соответствии с предложенным автором алгоритмом управления рисками, позволит предприятиям автосервиса эффективно идентифицировать, оценивать и контролировать потенциальные угрозы, а также снижать вероятность негативных последствий, что в свою очередь позволит предприятиям автосервиса адаптироваться к переменам, оптимизировать ресурсы и обеспечивать успешное и устойчивое развитие.

Библиографический список

1. Все СТО – Санкт-Петербург. – URL: <https://vse-sto.ru/spb/sto>.
2. Кунин В. А., Михайловский Д. А. Концептуальные основы управления рисками торговых предпринимательских структур в условиях неопределённости и воздействия повышенных внешних рисков // Экономические науки. – 2021. – № 195. – С. 93–100.
3. Мозокина С. Л., Чернышев М. Г. Управление рисками инвестиционных проектов предприятий сферы услуг // Известия СПбГЭУ. – 2022. – 5 (137). – С. 50–55.
4. Поиск франшизы в каталоге по фильтру / Лучшие франшизы России. – URL: <https://topfranchise.ru/filter/?SID=1199&SSLID=503>.
5. Risk Management in Auto Service / The Balance Small Business. – URL: <https://www.thebalancesmb.com/risk-management-in-auto-service-393394> (visited on 06/25/2023).
6. Risk Management in Automotive Industry / Trianz. – URL: <https://www.trianz.com/insights/risk-management-in-automotive-industry> (visited on 06/25/2023).