

В.П. БЫЧКОВ, Н.В. ПЕНЬШИН

**ЭФФЕКТИВНОСТЬ
ПРОИЗВОДСТВА И
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО
В АВТОСЕРВИСЕ**

ИЗДАТЕЛЬСТВО ТГТУ

УДК 346.26:629.331(075)
ББК У9(2)373.3я73
Б959

Рецензенты:

Доктор экономических наук, профессор
Воронежского государственного технического университета
Н.В. Федоркова

Доктор технических наук, профессор
Ю.Ю. Громов

Научный редактор
Доктор экономических наук, профессор,
Заслуженный работник высшей школы РФ
В.П. Бычков

Бычков, В.П.

Б959 Эффективность производства и предпринимательство в автосервисе : учебное пособие / В.П. Бычков, Н.В. Пеньшин. – Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2007. – 304 с. – 100 экз. – ISBN 978-5-8265-0690-5.

Изложены основные положения по организации предпринимательской деятельности в сфере автосервисных услуг. Приводится характеристика автосервиса как объекта предпринимательства, рассматриваются вопросы эффективности производства, маркетинга и конкурентоспособности в автосервисе, организации выполнения услуг, налогообложения, бизнес-планирования, государственного регулирования деятельности субъектов автосервисных услуг и лизинга. В приложениях приводятся нормативно-правовые документы.

Для студентов, обучающихся по специальностям 080502 "Экономика и управление на предприятии транспорта", 190603 "Сервис транспортных и технологических машин и оборудования (автомобильного транспорта)", а также 190601 "Автомобили и автомобильное хозяйство", 190702 "Организация безопасности дорожного движения", и другим автотранспортным специальностям. Может быть использовано слушателями курсов переподготовки и повышения квалификации и предпринимателями, осуществляющими свою деятельность в сфере автосервисных услуг.

УДК 346.26:629.331(075)
ББК У9(2)373.3я73

ISBN 978-5-8265-0690-5 © ГОУ ВПО "Тамбовский государственный
технический университет" (ТГТУ), 2007
Министерство образования и науки Российской Федерации
ГОУ ВПО "Тамбовский государственный технический университет"

В.П. БЫЧКОВ, Н.В. ПЕНЬШИН

**ЭФФЕКТИВНОСТЬ
ПРОИЗВОДСТВА И
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО
В АВТОСЕРВИСЕ**

Утверждено Ученым советом университета
в качестве учебного пособия для студентов,
обучающихся по специальностям
080502, 190603, 190601, 190702



Тамбов
♦ Издательство ТГТУ ♦
2007

Учебное издание

БЫЧКОВ Владимир Петрович
ПЕНЬШИН Николай Васильевич

**ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРОИЗВОДСТВА И
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В АВТОСЕРВИСЕ**

Учебное пособие

Редактор З.Г. Чернова
Инженер по компьютерному макетированию М.А. Филатова

Подписано в печать 26.12.2007.
Формат 60×84/16. 17,2 усл. печ. л. Тираж 100 экз. Заказ № 840

Издательско-полиграфический центр
Тамбовского государственного технического университета,
392000, Тамбов, Советская, 106, к. 14

ПРЕДИСЛОВИЕ

Одной из особенностей современного этапа развития России является резкое увеличение численности легковых автомобилей, принадлежащих населению. Если в 1985 г. она составляла около 12 млн. автомобилей, а обеспеченность легковым автомобильным транспортом по различным регионам страны на начало 1985 г. колебалась от 30 до 100 единиц на 1000 человек населения, то в 2001 г. в России насчитывалось 21,4 млн. легковых автомобилей, а обеспеченность легковым автотранспортом составляла 147 единиц на 1000 человек населения. В 2005 г. обеспеченность достигла 180 автомобилей на 1000 человек населения. И хотя Россия по данному показателю отстает от других стран примерно в 3–4 раза, проблем в связи с возрастанием темпов автомобилизации возникло немало. Одной из них является поддержание автомобильной техники в исправном состоянии.

В этих условиях возрастает роль автосервисных предприятий, выполняющих такие услуги. Большая часть автосервисных предприятий (более 80 %) относятся к категории малых, т.е. численность работающих в них не превышает 100 человек. Кроме того на рынке автосервисных услуг осуществляют свою деятельность индивидуальные предприниматели, выполняющие некоторые виды работ по техническому обслуживанию и ремонту автомобилей.

Следует подчеркнуть, что современные автосервисные предприятия выполняют работы по техническому обслуживанию и ремонту не только легковых автомобилей, но и грузовых, а также автобусов, принадлежащих разным автовладельцам (специализированным автотранспортным предприятиям любой формы собственности, индивидуальным предпринимателям – перевозчикам и т.д.).

Почти все автосервисные предприятия являются частными и лишь 5 % – государственными или муниципальными и так же, как частные, выполняют свои функции на коммерческой основе.

Эффективность предпринимательской деятельности в сфере автосервисных услуг в значительной степени зависит от уровня организационно-экономических знаний и компетентности управленческого персонала (менеджеров, маркетологов, экономистов и др.). В рыночных условиях они должны уметь определять потребности рынка услуг, в соответствии с которыми организовать процессы технического обслуживания и ремонта, создавать условия для высокопроизводительной работы всех работающих в указанной сфере.

Большое значение в сложившихся условиях имеет экономическая подготовка, повышение квалификации и переподготовка специалистов в области автосервиса, осуществляемая в системе высшего и среднего специального образования.

В настоящее время существует большое число опубликованных работ по общим вопросам предпринимательской деятельности. Однако применительно к отдельным отраслям и видам деятельности, в том числе к автомобильному транспорту, такой литературы недостаточно.

Разумеется, предпринимательство, осуществляемое в разных отраслях и видах деятельности, имеет много общего. В то же время в каждой отрасли и видах деятельности имеется целый ряд особенностей в решении тех проблем, с которыми приходится сталкиваться предпринимателям. К таким проблемам, в частности, относятся проблемы маркетинга, организации производства, внутрифирменного планирования и др. Поэтому возникает необходимость в издании учебной литературы по предпринимательству в разных отраслях, особенно тех, в которых предпринимательство получило широкое распространение.

К числу таких отраслей относится автосервисное обслуживание, где в настоящее время функционирует большое число малых предпринимательских фирм и индивидуальных предпринимателей, выполняющих автосервисные (техническое обслуживание и ремонт) и другие услуги на коммерческой основе.

Данное пособие содержит методические материалы по организации предпринимательской деятельности в сфере автосервисных услуг. Значительное внимание при этом уделено вопросам создания и функционирования бизнеса в этой сфере (планирования, маркетинга, налогообложения и др.), а также государственного регулирования и поддержки субъектов малого предпринимательства. В приложениях помещены нормативные документы, действующие в настоящее время на автомобильном транспорте, и другие материалы, которые необходимы при организации предпринимательской деятельности в сфере автосервисных услуг.

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА СФЕРЫ АВТОСЕРВИСНЫХ УСЛУГ

1.1. ОСОБЕННОСТИ АВТОМОБИЛИЗАЦИИ РОССИИ

Автомобильный транспорт играет важную роль в развитии производительных сил общества, в удовлетворении потребностей страны и населения грузов и пассажиров.

На коротких расстояниях он незаменим как по скорости доставки, так и по уровню затрат, что имеет огромное значение для пользователей данным видом транспорта. В отличие от других видов транспорта (железнодорожного, морского, авиационного) автомобильный транспорт отличается высокой мобильностью, позволяющей выполнять перевозки "от ворот до ворот". В то же время он является связующим звеном между другими видами транспорта в комбинированных видах перевозок, обеспечивает высокую точность и надежность доставки.

В целом по стране автомобильным транспортом выполняется около 85 % всего объема перевозок грузов и более половины всех перевозок пассажиров.

Объем экспорта автомобилей в России также из года в год увеличивается. Стратегия российского экспорта на данном этапе базируется, в основном, на продаже автомобильной техники в страны СНГ и в развивающиеся страны с организацией сервисной сети на их территории. Однако, экспортные возможности страны сдерживаются низкой конкурентоспособностью российской автомобильной техники, слаборазвитой сетью сбыта и технического обслуживания. Кроме того, выход на новые рынки, занятые вездесущими иностранными транснациональными корпорациями, требует длительной подготовительной работы по привлечению инвестиций и инновационных технологий.

По масштабам автомобилизации, по числу продаваемых в год автомобилей Россия еще отстает от других высокоразвитых стран.

В Японии, например, ежегодно продается 10 млн. автомобилей в год, в США – 12...13 млн., на рынках Западной Европы – около 15 млн. В то же время закономерности развития автопарка страны сегодня уже сравнимы с закономерностями развития в странах с развитой автомобильной промышленностью.

Пользование автотранспортом в силу совокупности причин сопровождается значительными социальными, экономическими и экологическими последствиями. Особенно большой ущерб населению приносят дорожно-транспортные происшествия (ДТП), число которых в нашей стране катастрофически увеличивается. Так, если в 2000 г. в России произошло 114 тыс. ДТП, в которых погибли 20 тыс. человек и ранено свыше 132 тыс. человек, то в 2005 г. зарегистрировано 223 тыс. ДТП, в которых погибло 34 тыс. человек и 275 тыс. человек получили ранения. Ежегодный рост ДТП за последние пять лет составил 8,2 %. Потери от ДТП в стране ежегодно составляют 10...15 млрд. р.

Количество ДТП со смертельным исходом из-за неудовлетворительного состояния автомобилей в нашей стране составляет 8...10 %. Это больше, чем по вине водителей, пешеходов и пассажиров.

Высокий уровень аварийности автотранспорта по причине его неисправности, по мнению специалистов, связан с высокой изношенностью автотранспортных средств, которая, в свою очередь, является следствием неудовлетворительного состояния дорог и сверхнормативных сроков эксплуатации автомобилей.

Автопарк России ежегодно увеличивается. В настоящее время в стране насчитывается около 25 млн. автомобилей. По прогнозам

к 2010 г. парк легковых машин составит 30 млн. (в настоящее время 21,2 млн.), автобусов – 660 млн.; обеспеченность населения легковыми автомобилями увеличится до 210 штук на 1000 человек.

Причинами сложившейся динамики численности автомобилей являются расширение масштабов производства отечественных автомобилей, увеличение ввоза в нашу страну автомобилей иностранного производства (как новых, так и подержанных).

Объемы импорта зарубежной автомобильной техники в Россию выше объемов экспорта. Так, превышение импорта над экспортом в 2004 г. составило по автобусам 12,3 %, по грузовым автомобилям – 12,3 %. Особенно велико оно по легковым автомобилям – 400 %, т.е. в четыре раза.

Абсолютные показатели объемов импорта в 2004 г. по автобусам составили – 11,9 тыс., по легковым – 525 тыс., по грузовым – 38,7 тыс. штук за последние пять лет объем импорта увеличился соответственно в 2,4; 7,3 и 2,0 раза.

В денежном выражении экспорт автомобильной техники в 2004 г. составил 1113 млн. \$ США, а импорт – 6124 млн. \$. Таким образом, в России наблюдается более чем пятикратное превышение импорта продукции автомобильного машиностроения над ее экспортом.

Вышеприведенные данные показывают, что абсолютная численность иномарок в нашей стране с каждым годом возрастает. В настоящее время их насчитывается 4,6 млн.; к 2010 г. прогнозируется увеличение до 7–8 млн. автомобилей.

Недостаточное развитие сети и плохое состояние автодорог приводит к тому, что средние скорости движения на дорогах России почти в два раза меньше, чем в развитых промышленных странах, а срок службы автомобилей почти на треть меньше, чем в Европе, что предопределяет высокий уровень эксплуатационных затрат. От транспортных предприятий и частных предпринимателей, выполняющих перевозки грузов и пассажиров, требуются значительные инвестиции на приобретение транспортных средств и их содержание.

Вторая причина высокой изношенности автопарка связана с его "возрастом". Почти половина списочного парка машин имеет срок эксплуатации свыше 10 лет, в то время как в развитых странах – не превышает пяти лет. В российском автопарке с пятилетним сроком эксплуатации насчитывается не более 20 %, что свидетельствует в целом о его значительном износе и требует повышенного внимания к его обслуживанию и ремонту, реализации новых подходов в методологии маркетинга логистики. В этих условиях возрастает роль автосервисных предприятий, сеть которых в стране с каждым годом расширяется. Однако для полного удовлетворения потребностей автовладельцев (предприятий, организаций, индивидуальных предпринимателей и личных автовладельцев) предприятий, выполняющих автосервисные услуги, пока недостаточно. Особенно остро не хватает предприятий, обслуживающих иномарки, которые характеризуются значительным сроком эксплуатации. Существующие предприятия нуждаются в укреплении материально-технической базы, в улучшении снабжения запасными частями и ремонтными материалами, совершенствовании организации производства.

Техническое состояние автопарка в значительной мере определяется их конструктивными параметрами, которые у отечественных автомобилей заметно хуже, чем у иномарок.

Проблема поддержания автомобилей отечественного производства в России обостряется в связи с необходимостью рационального использования материальных ресурсов на автомобильном транспорте и, прежде всего, топлива. Дело в том, что расход топлива на единицу пробега у отечественных автомобилей по норме почти в два раза превышает аналогичный показатель у иномарок. Технические неисправности автомобилей еще более увеличивают потребность в топливе, затраты на которые в настоящее время достигает 40 % себестоимости перевозок.

Таким образом, цены на горючее – очень серьезный инфляционный фактор. Их рост вызывает увеличение тарифов на транспортные услуги.

Проблема рационального использования топлива усугубляется его низким качеством. Россия, как известно, по добыче нефти занимает второе место в мире, в стране насчитывается 30 нефтеперерабатывающих заводов, однако эти заводы производят, главным образом, низкооктановый бензин, производство которого обходится заводам значительно дешевле.

Кроме того, на заводах применяются устаревшие технологии и оборудование, что снижает выход бензина. Так, из 1 т нефти в России получают 160 л бензина, тогда как в США – около 400. Это свидетельствует о низком уровне функционирования и развития нефтеперерабатывающих заводов в нашей стране, которые нуждаются в реконструкции и переоборудовании. Неудовлетворительно используется газообразное топливо при эксплуатации автомобилей, которые значительно дешевле бензина.

Экономическая наука уже давно сделала вывод о том, что развитие транспорта как одного из важнейших инфраструктурных элементов является необходимым условием поступательного развития экономики любой страны. Экономические интересы требуют опережающего развития транспорта по сравнению с развитием обслуживаемых им отраслей. Это опережение является необходимым условием высокой эффективности всего общественного производства, что доказано исследованиями ученых, занимающихся проблемами производственной и социальной инфраструктуры у нас в стране и за рубежом. Более того, некоторые авторы считают, что опережение темпов развития транспорта является законом, опирающимся на практическое подтверждение [9, 23]. Указанная закономерность имеет место на любом уровне экономики, в том числе на уровне региона. Нарушение закона опережения темпов развития транспорта приводит к нарушению ритма в работе производственных объектов, диспропорциям и другим негативным последствиям, сопровождающимися потерями в экономике.

В свою очередь, инфраструктура самого транспорта, включая автосервис, должна развиваться теми же темпами, что и увеличение численности автопарка, может быть, чуть опережая. Опережение можно объяснить тем, что в автопарке все большую долю занимают иномарки (в основном подержанные), требующие большего внимания. Кроме того на опережение развития автосервиса в стране влияет средний возраст автопарка, который имеет тенденцию к росту. В то же время существует закономерность: чем старше автомобиль, тем больше он нуждается в поддержании своей работоспособности.

О необходимости превышения предложений над спросом на автосервисные услуги отмечалось в работе [9]. В России исторически сложилось так, что сфера автосервисных услуг всегда отставала в своем развитии от темпов развития автомобильного транспорта (точнее от темпов увеличения численности автопарка). В самом начале 1970-х гг. обеспеченность легковыми автомобилями в стране составляла всего 8 шт. на 1000 человек населения. Сейчас обеспеченность стала значительно выше, но по-прежнему в стране наблюдается отставание в развитии автосервисной сферы.

По нашему мнению, в России в ближайшее время произойдет изменение в соотношении темпов развития сферы автосервисных услуг и темпов увеличения численности автопарка, о чем свидетельствуют масштабы расширения сети автосервисных предприятий за последние годы. Правда, пока это расширение коснулось крупных городов России, но процесс пошел, и он охватит всю страну, включая небольшие города и сельскую местность. Там, где есть автомобили в личном пользовании, должен быть автосервис, ибо в условиях рынка спрос определяет предложение.

Недостаточное внимание вопросам автосервиса до последнего времени уделялось не только на практике, но и в науке, о чем свидетельствует небольшое число публикаций по указанному направлению. Исследования почти не проводились, поскольку не были востребованы практикой. Основное внимание в исследовательской работе уделялось проблемам повышения эффективности функционирования и развития автотранспортных и авторемонтных предприятий, и очень мало – станциям технического обслуживания автомобилей.

Увеличению темпов роста объема автосервисных услуг в нашей стране на современном этапе ее развития способствует глобализация экономики, расширение участия России в международных экономических организациях типа Европейского экономического сообщества (ЕЭС). Кроме того России в ближайшее время предстоит вступление во Всемирную торговую организацию (ВТО). Эти организации объединяют в основном промышленно развитые страны континента, в которых накоплен огромный опыт решения проблем, связанных с автомобилизацией, включая проблемы автосервисного обслуживания. Еще тридцать лет назад число СТО и мастерских в некоторых наиболее развитых капиталистических странах составляло: во Франции – 47 тыс. на парк в 14,7 млн. автомобилей, ФРГ – 20 тыс. на парк в 16,7 млн. автомобилей, в Англии – 35 тыс. на парк в 13,9 млн. автомобилей. В США на парк в 115 млн. автомобилей имелось около 570 тыс. предприятий, связанных с обслуживанием автомобилей. Из них автозаправочных станций – 2161,1 тыс., дилерских пунктов по продаже и обслуживанию автомобилей – 91,2 тыс., станций обслуживания и ремонтных мастерских – 109,9 тыс., стоянок, пунктов проката, мотелей и других – 87,1 тыс., предприятий по оптовой торговле и хранению – 65,7 тыс.

У России, в связи с ее участием в международных экономических организациях, нет иного выхода, как использовать этот опыт с учетом своих условий и возможностей.

1.2. ОБОСНОВАНИЕ НЕОБХОДИМОСТИ ТЕХНИЧЕСКИХ ВОЗДЕЙСТВИЙ НА ПОДВИЖНОЙ СОСТАВ

Повышение уровня экономического развития и качества жизни населения невозможно без эффективной работы транспортного комплекса.

Транспорт, являясь одним из важнейших секторов экономики, должен эффективно функционировать, а для этого необходимо совершенствовать методы и формы управления им. Здесь не только улучшение работы транспорта, связанной с повышением общих показателей, характеризующих эффективность и качество предоставляемых услуг, но и сокращение ущерба, наносимого обществу и экологии. Речь идет о потерях, связанных с дорожно-транспортными происшествиями, загрязнением окружающей среды, о транспортных заторах, возникающих в городе и на магистралях. Уровень этих потерь предельно высок и достигает 10 % от уровня валового продукта страны.

Немаловажную роль в улучшении эффективности и качества предоставляемых услуг автомобильным транспортом играют внутрипроизводственные системы, так как основная масса подвижного состава находится в частных руках и у их владельцев нет своей собственной производственной базы, которая бы отвечала всем требованиям технического регламента. Выполнение работ по техническому обслуживанию и ремонту транспортных средств на договорных началах зачастую производится на низком техническом уровне и сводится к выполнению ремонта лишь вышедших из строя узлов и агрегатов.

Поэтому в новых, рыночных условиях совершенствование сервисных услуг, связанных с производством технического обслуживания и ремонта, внедрением новейших технологических процессов, диагностированием технического состояния подвижного состава и направленных на повышение качества, надежности и эффективности работы автомобильного транспорта, имеет громадное первостепенное государственное значение.

Эффективность работы автомобильного транспорта базируется на надежности подвижного состава, которая обеспечивается в процессе его производства, эксплуатации и ремонта:

- совершенством конструкции и качеством изготовления;
- своевременным и качественным выполнением технического обслуживания (ТО) и ремонта;
- своевременным обеспечением и использованием нормативных запасов материалов и запасных частей высокого качества и необходимой номенклатуры;

– соблюдением государственных стандартов и Правил технической эксплуатации.

Владельцы автомобильного транспорта, эксплуатирующие подвижной состав, обязаны:

– проводить мероприятия и осуществлять контроль за: качеством выполнения технического обслуживания и ремонта, выполнением требований безопасности к техническому состоянию автотранспортных средств и применением методов его проверки в соответствии с действующими государственными стандартами, проводить мероприятия по защите окружающей среды от работы автомобильного транспорта;

– проводить мероприятия по совершенствованию и эффективному использованию производственно-технической базы, механизации и автоматизации производственных процессов, широкому применению средств контроля и диагностирования;

– совершенствовать организацию и методы подготовки квалифицированного персонала, обеспечивающего исправное состояние и надежность подвижного состава.

Под исправным состоянием (исправностью) подвижного состава понимается такое, при котором он соответствует всем требованиям нормативно-технической документации.

Состояние подвижного состава, при котором он не соответствует хотя бы одному из требований, является неисправным состоянием.

Подвижной состав с неисправными составными частями, состояние которых не соответствует установленным требованиям безопасности или вызывает повышенный износ деталей, не должен продолжать транспортную работу или выпускаться на линию.

Работоспособное состояние подвижного состава обеспечивается его владельцем, который несет ответственность за своевременное и качественное выполнение технического обслуживания, и ремонта с соблюдением установленных нормативов, а также за:

– укомплектованность квалифицированными водителями и ремонтно-обслуживающим персоналом;

– обеспечение запасными частями и эксплуатационными материалами необходимого качества и номенклатуры, за оснащенность предприятия технологическим оборудованием, оснасткой, инструментом;

– соблюдение Правил дорожного движения и другой нормативно-технической документации по безопасности дорожного движения;

– качественное хранение в межсменное время и своевременный выпуск на линию подвижного состава, соблюдение на линии правил технической эксплуатации, необходимых режимов погрузки, выгрузки и движения, обеспечивающих работоспособное состояние и сохранность подвижного состава;

– качественную организацию учета и отчетности, проведение анализа и планирование показателей обеспечения работоспособного состояния подвижного состава.

Основным техническим воздействием, осуществляемым при эксплуатации подвижного состава, являются планово-предупредительные работы технического обслуживания и ремонта. Своевременное и качественное выполнение технического обслуживания в установленном объеме обеспечивает высокую техническую готовность подвижного состава и снижает потребность в ремонте.

Система технического обслуживания и ремонта предусматривает две составные части операций: контрольная и исполнительская.

Планово-предупредительный характер системы технического обслуживания и ремонта определяется плановым и принудительным (через установленные пробеги или промежутки времени работы подвижного состава) выполнением контрольной части операций, с последующим выполнением по потребности исполнительской части.

Техническим обслуживанием является комплекс операций по: поддержанию подвижного состава в работоспособном состоянии и надлежащем внешнем виде; обеспечению надежности и экономичности работы, безопасности движения, защите окружающей среды; уменьшению интенсивности ухудшения параметров технического состояния; предупреждению отказов и неисправностей, а также выявлению их с целью своевременного устранения.

Техническое обслуживание является профилактическим мероприятием, проводимым принудительно в плановом порядке, как правило, без разборки и снятия с автомобиля агрегатов, узлов, деталей.

Если при техническом обслуживании нельзя определить техническое состояние отдельных узлов, то их следует снимать с автомобиля для контроля на специальных приборах или стендах.

Определение технического состояния подвижного состава, его агрегатов и узлов без разборки производится с помощью контроля (диагностирования), которым является технологическим элементом технического обслуживания и ремонта.

Цель контроля (диагностирования) при техническом обслуживании заключается в определении действительной потребности в выполнении операций и прогнозировании момента возникновения неисправного состояния путем сопоставления фактических значений параметров с предельными, а также в оценке качества выполнения работ.

Нормативно-техническая документация по техническому обслуживанию и ремонту включает: принципы, определения, рекомендации, нормативы и методы их корректирования с учетом условий эксплуатации, технологию. Перечень действующей нормативно-технической документации издается отдельным документом.

Средства технического обслуживания и ремонта предусматривают:

- производственно-техническую базу (здания, сооружения, оборудование), размещенную на автотранспортных и специализированных предприятиях по техническому обслуживанию и ремонту подвижного состава;
- материально-техническое обеспечение (с учетом конструкции подвижного состава, пробега с начала эксплуатации, интенсивности и условий эксплуатации).

Техническое обслуживание

Техническое обслуживание подвижного состава по периодичности, перечню и трудоемкости выполняемых работ подразделяется на следующие виды:

- ежедневное техническое обслуживание (ЕО);
- первое техническое обслуживание (ТО-1);
- второе техническое обслуживание (ТО-2);
- сезонное техническое обслуживание (СО).

При изменении конструкции подвижного состава и условий эксплуатации допускается во второй части Положения для конкретных моделей автомобилей обоснованное сокращение числа видов технического обслуживания.

ЕО включает контроль, направленный на обеспечение безопасности движения, а также работы по поддержанию надлежащего внешнего вида, заправку топливом, маслом и охлаждающей жидкостью, а для некоторых видов подвижного состава – санитарную обработку кузова.

ЕО выполняется после работы подвижного состава на линии.

ТО-1 и ТО-2 включают контрольно-диагностические, крепежные, регулировочные, смазочные и другие работы, направленные на предупреждение и выявление неисправностей, снижение интенсивности ухудшения параметров технического состояния подвижного состава, экономию топлива и других эксплуатационных материалов, уменьшение отрицательного воздействия автомобилей на окружающую среду.

Периодичность ТО-1 и ТО-2 для автомобилей различных типов приведена в табл. 1.1.

1.1. Периодичность технического обслуживания подвижного состава

Автомобили	ТО-1	ТО-2
Легковые Автобусы Грузовые и автобусы на базе грузовых автомобилей	4000 3500 3000	16 000 14 000 12000

Ремонт

В соответствии с назначением, характером и объемом выполняемых работ ремонт подразделяется на капитальный и текущий.

Капитальный ремонт подвижного состава, агрегатов и узлов предназначен для восстановления их исправности и близкого к полному (не менее 80 %) восстановления ресурса.

Капитальный ремонт подвижного состава, агрегатов и узлов производится на специализированных ремонтных предприятиях, как правило, обезличенным методом, предусматривающим полную разборку объекта ремонта, дефектацию, восстановление или замену составных частей, сборку, регулировку, испытание.

Автобусы и легковые автомобили направляются в капитальный ремонт при необходимости капитального ремонта кузова. Грузовые автомобили направляются в капитальный ремонт при необходимости капитального ремонта рамы, кабины, а также не менее трех других агрегатов в любом их сочетании.

В виде исключения допускается производство среднего ремонта автомобилей для случаев их эксплуатации в тяжелых дорожных условиях. Средний ремонт автомобиля предусматривает: замену двигателя, требующего капитального ремонта; диагностирование технического состояния автомобиля и одновременное устранение выявленных неисправностей агрегатов с заменой или ремонтом деталей; окраску кузова; других необходимых работ, обеспечивающих восстановление исправности

всего автомобиля. Средний ремонт проводится с периодичностью свыше одного года. Нормативы и рекомендации по применению среднего ремонта автомобиля и его агрегатов разрабатываются с учетом достигнутого уровня надежности конкретного семейства подвижного состава.

Подвижной состав подвергается, как правило, не более чем одному капитальному ремонту, не считая капитальный ремонт агрегатов и узлов до и после капитального ремонта автомобиля.

Общая продолжительность нахождения подвижного состава в техническом обслуживании и ремонте не должна превышать нормативов, приведенных в табл. 1.2.

Подвижной состав, не пригодный по своему техническому состоянию к дальнейшей эксплуатации и прошедший установленный амортизационный пробег (срок), подлежит списанию в установленном порядке.

1.2. Продолжительность простоя подвижного состава в техническом обслуживании и ремонте

Подвижной состав	Техническое обслуживание и текущий ремонт на автоотрапортом предприятии, дней/1000 км	Капитальный ремонт на специализированном ремонтном предприятии, дней
Легковые автомобили	0,30...0,40	18
Автобусы особо малого, малого и среднего классов	0,30...0,50	20
Автобусы большого класса	0,50...0,55	25
Грузовые автомобили грузоподъемностью, т: от 0,3 до 5,0 от 5,0 и более	0,40...0,50	15
	0,50...0,55	22
Прицепы и полуприцепы	0,10...0,15	–

Организация технического обслуживания и ремонта подвижного состава

Основой организации обеспечения в эксплуатации работоспособности подвижного состава является применение:

- нормативов технического обслуживания и ремонта, учитывающих условия эксплуатации и приспособленность к ним подвижного состава;
- специализации, производства технического обслуживания и ремонта, его подготовки и материально-технического обеспечения;
- централизации управления производством, трудовыми и материальными ресурсами в регионе;
- унификации технологических процессов на основе применяемых форм организации производства технического обслуживания и ремонта;
- инструментальных методов контроля (диагностирования) технического состояния подвижного состава при техническом обслуживании и ремонте, а также оценке качества выполнения работ;
- технического учета, обеспечивающего получение достоверной информации, необходимой для управления процессами обеспечения работоспособного состояния подвижного состава;
- планирования показателей обеспечения работоспособного состояния подвижного состава с учетом условий работы автоотрапорта, на основе сопоставления фактических значений показателей с нормативными показателями.

В зависимости от фактической периодичности и трудоемкости часть операций текущего ремонта может быть регламентирована (предупредительный ремонт). Такие операции могут выполняться отдельно от технического обслуживания и совместно с ним (сопутствующий текущий ремонт). Совместно с техническим обслуживанием выполняются технологически связанные с ним, часто повторяющиеся операции сопутствующего текущего ремонта.

С целью обеспечения высокого качества выполнения профилактических работ в установленном объеме объем сопутствующих ремонтных работ, проводимых при техническом обслуживании, ограничивается. Суммарная трудоемкость операций сопутствующего текущего ремонта не должна превышать 20 % от трудоемкости соответствующего вида технического обслуживания.

Для соблюдения периодичностей технического обслуживания, установленных нормативами, планирование ТО-1 осуществляется преимущественно с учетом фактического пробега, а решение о направлении на обслуживание принимается за два-три дня (смены) до предполагаемой даты обслуживания.

Календарное планирование ТО-1 допустимо при постоянных условиях работы, незначительном изменении сменного пробега и обязательном учете возможных целодневных простоев.

Планирование ТО-2 осуществляется по фактическому пробегу или календарно с обязательным учетом в последнем случае целодневных простоев. Решение о направлении на ТО-2 принимается за четыре– шесть дней до предполагаемой даты обслуживания. В течение этого времени проводится углубленное диагностирование, выполняется при необходимости текущий ремонт и уточняется дата постановки подвижного состава на ТО-2.

Для повышения объективности оценки технического состояния подвижного состава, проходящего техническое обслуживание и ремонт, а также для информационного обеспечения подготовки производства, на автотранспортных предприятиях проводится диагностирование Д-1 и Д-2.

При диагностировании Д-1, выполняемом, как правило, перед и при ТО-1, определяется техническое состояние агрегатов и узлов, обеспечивающих безопасность движения и пригодность автомобиля к эксплуатации.

При диагностировании Д-2, выполняемом, как правило, перед ТО-2, определяется техническое состояние агрегатов, узлов, систем автомобиля, уточняются объемы технического обслуживания и потребность в ремонте.

Контроль и приемка подвижного состава осуществляются на контрольно-техническом пункте при возвращении с линии после смены. При этом производится проверка комплектности и внешнего состояния, фиксируются отказы и неисправности, составляется при необходимости акт о повреждении.

При ежедневном техническом обслуживании (ЕО) производится осмотр: контроль технического состояния подвижного состава; проверка уровня масла и охлаждающей жидкости, давления воздуха в шинах (с доведением их до нормы); уборка кабины и платформы (кузова), мойка и сушка (обтирка). Мойка подвижного состава производится по потребности в зависимости от климатических и сезонных условий с целью обеспечения санитарных требований и надлежащего внешнего вида. Моечные работы с последующей сушкой являются обязательными перед постановкой автомобилей на техническое обслуживание или ремонт.

В современных условиях техническое обслуживание, текущий ремонт, диагностические работы и оказание этих услуг в области автомобильного транспорта проводятся на станциях автосервиса – предприятиях автотранспорта.

1.3. КЛАССИФИКАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ АВТОСЕРВИСНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ

В системе автомобильного транспорта России в настоящее время создаются и функционируют автосервисные предприятия и организации, различающиеся между собой по назначению (специализации), организационно-правовой форме и размерам.

По назначению автообслуживающие предприятия подразделяются на станции технического обслуживания автомобилей, гаражи-стоянки, автозаправочные станции, авторемонтные предприятия.

Необходимость в организации и существовании подобных предприятий объясняется тем, что автотранспортные предприятия и индивидуальные владельцы автомобилей не всегда могут своими силами обеспечить нормальные условия для выполнения транспортных услуг.

Станции технического обслуживания (СТО) выполняют работы (услуги) по поддержанию и восстановлению работоспособности автомобилей, а именно, контроля технического состояния (диагностирование), техническое обслуживание (гарантийное, регламентное, послегарантийное, сезонное) и ремонт (автомобилей, агрегатов, кузовов). При этом заказчиками услуг могут быть все автовладельцы (юридические и физические лица).

По производственному признаку станции технического обслуживания, в свою очередь, подразделяются на грузовые, автобусные, легковые и смешанные, на которых осуществляются работы по поддержанию автомобилей всех марок в техническом исправном состоянии.

По территориальному признаку они могут быть городскими, дорожными, районными. Городские СТО обычно бывают специализированными, т.е. обслуживают автомобили определенных типов (грузовые или легковые). Они выполняют работы, как правило, на договорных началах или по разовым заявкам. В особо крупных городах, наряду с комплексными станциями, выполняющими весь комплекс работ по обслуживанию и ремонту автомобилей, получили развитие специализированные СТО по видам работ: диагностические, ремонту и регулировке тормозов, ремонту приборов питания и электрооборудования, ремонту и зарядке аккумуляторных батарей, ремонту кузовов, мойке автомобилей и др.

Дорожные СТО располагаются в придорожной зоне дороги и осуществляют обслуживание и ремонт автомобилей, следующих по дороге. Эти предприятия в основном, универсальные, но могут быть специализированными – небольшие станции на один – три поста, сооружаемые в комплексе с АЗС. В большинстве случаев наряду с производственными помещениями в них размещают бары и магазины. Районные СТО размещаются в районных центрах. Это чаще всего универсальные предприятия, обслуживающие в основном местных владельцев.

За рубежом состав СТО по назначению и специализации имеет некоторые особенности. В частности, в составе СТО во многих странах имеются предприятия скоростного обслуживания, ремонта аварийных автомобилей, технического диагностирования, безопасности движения и передвижные станции [9].

Станции скоростного обслуживания предназначены только для проведения регламентных работ ТО. Например, на станциях фирмы "Пит Стоп" (США) производят мойку автомобиля, заправку его маслом, топливом и другими жидкостями в течение 12 мин. При этом используются поточные линии с дистанционным управлением с помощью ЭВМ. Производительность поточной линии около 150 автомобилей за смену. Стоимость данного комплекса обслуживания на этих станциях на 25 % дешевле, чем на обычных станциях.

На станциях самообслуживания владельцу автомобиля предоставляется рабочее место и необходимый инструмент для выполнения работ собственными силами. Это выгодно владельцу автомобиля, так как ТО на 70...80 %, а ремонт в 3–4 раза по

стоимости здесь дешевле, чем на других станциях. Станция при этом получает почасовую оплату за аренду оборудования, инструмента и производственной площади, что обеспечивает ее рентабельность. Распространению станций самообслуживания способствует достаточно высокая стоимость ТО и ремонта.

Станции самообслуживания по назначению можно разделить на два типа – для ТО малого объема и ТО и ТР большого объема с применением диагностического оборудования. На станциях первого типа в основном производятся мойка, смазка и заправка автомобиля, выполнение которых может полностью или частично автоматизировано (с использованием монетных автоматов для включения моечных установок, диагностических стендов и другого оборудования). На станциях второго типа выполняется более широкий перечень услуг.

Станции ремонта аварийных автомобилей как самостоятельные специализированные предприятия стали создаваться, когда были разработаны эффективные методы и средства ремонта поврежденных автомобилей, сделавшие рентабельными подобные предприятия. Основная причина их создания – рост объемов работ по ремонту кузовов и окраске автомобилей в связи с увеличением числа дорожных происшествий и ростом автомобильного парка. В основном станции предназначены для восстановления работоспособности или внешнего вида автомобилей, получивших значительные повреждения кузова. Это специализированные предприятия, использующие эффективные методы ремонта и имеющие высокопроизводительное оборудование, позволяющее быстро и качественно восстанавливать деформированные части кузова.

Станции технического диагностирования автомобилей получили распространение в начале 60-х годов XX столетия. В настоящее время как самостоятельные предприятия встречаются редко. В связи с недостаточной загрузкой они стали нерентабельны, поэтому на ряде станций, кроме диагностирования автомобиля, проводятся регулировочные работы и мелкий ремонт ТР.

Станции безопасности движения проводят принудительную проверку узлов и агрегатов, обеспечивающих безопасность движения автомобиля. Число таких станций невелико, но наличие поточных линий делает их весьма производительными. В ФРГ около 200 станций проводят проверку более пяти миллионов автомобилей в год. В последнее время получают развитие автоматизированные станции контроля систем, обеспечивающих безопасность движения автомобиля.

Фирмы уделяют большое внимание организации обслуживания автомобилей вблизи места жительства или работы их владельцев, используя для этого передвижные станции, которые оборудуются на шасси грузовых автомобилей. Водитель-слесарь производит не только ТО и мелкий ремонт, но продает запасные части и автопринадлежности. Существуют два вида передвижных станций: станции скорой технической помощи для обслуживания автомобилей, потерпевших аварию или неисправных, и станции по обслуживанию автомобилей на дому, проводящие ТО и ремонт в гараже владельца.

Автозаправочные станции представляют собой специализированные предприятия по снабжению подвижного состава эксплуатационными материалами: топливом, маслом для двигателей, трансмиссионными маслами, консистентными смазочными материалами, водой и воздухом для подкачки шин. Как правило, автозаправочные станции специализируются по виду заправляемого топлива: бензин, дизельное топливо, газобаллонное топливо. По территориальному признаку их делят на городские, районные и дорожные.

Гаражи-стоянки осуществляют только хранение автомобилей. Их создают главным образом на магистралях, в конечных и промежуточных пунктах маршрутов.

Гаражи-стоянки для автомобилей индивидуальных владельцев называют иногда стоянкой общего пользования или гаражом-гостиницей (мотель). В некоторых гаражах-гостиницах проводится не только хранение, но и техническое обслуживание и ремонт автомобилей. Гараж для временного хранения автомобилей-туристов носит название кемпинга.

К авторемонтным предприятиям относятся авторемонтные, агрегатно-ремонтные и шиноремонтные заводы и мастерские, ремонтно-зарядные аккумуляторные станции и специализированные мастерские и цеха.

Авторемонтные и агрегатно-ремонтные заводы и мастерские являются специализированными предприятиями по капитальному ремонту полнокомплектных автомобилей или отдельных агрегатов. Авторемонтные мастерские, как правило, имеют производственную программу до одной тысячи капитальных ремонтов в год, авторемонтные заводы свыше одной тысячи. В соответствии с этим авторемонтные мастерские ремонтируют подвижной состав автотранспортных предприятий, расположенных в черте определенного района, города, иногда области; авторемонтные заводы могут обслуживать автотранспортные предприятия нескольких областей. Как мастерские, так и ремонтные заводы могут быть специализированы на ремонте одного или двух (но не более) типов автомобилей.

Автообслуживающие предприятия составляют основу региональной транспортной инфраструктуры, назначением которой является создание общих условий для успешного функционирования автомобильного транспорта. Сеть инфраструктурных объектов в России с каждым годом расширяется, что свидетельствует об их возрастающей роли. Особенно возрастает роль СТО, выполняющих техническое обслуживание и ремонт автотранспортных средств, принадлежащих юридическим и физическим лицам.

В большинстве своем предприятия, выполняющие транспортные услуги (перевозки грузов и пассажиров), осуществляют одновременно работы по технической эксплуатации подвижного состава, т.е. его техническое обслуживание и ремонт. Таким образом, это комплексные предприятия, эффективность которых подтверждается огромным опытом их функционирования в бывшем СССР и в России.

Вновь создаваемые на автомобильном транспорте предприятия чаще всего узкоспециализированы, т.е. они выполняют только перевозки грузов и пассажиров или только техническое обслуживание и ремонт подвижного состава. Предприятия, осуществляющие только перевозочный процесс, для поддержания автомобильного парка в технически исправном состоянии пользуются услугами СТО или автотранспортных предприятий, располагающих собственной ремонтной базой.

Преобладающая часть предприятий автомобильного транспорта в России в настоящее время являются частными. Опыт их функционирования с начала рыночных реформ показал, что на частных предприятиях лучше показатели по

производительности труда, себестоимости услуг, прибыли. Это объясняется тем, что частные предприятия имеют большую самостоятельность в решении экономических и производственных проблем, свободу выбора партнеров по сделкам и использованию оптимальных форм и методов мотивации труда. Опираясь на право собственности они применяют такие методы материального поощрения и материальной ответственности, методы вознаграждения и штрафы, которые заставляют работников лучше работать. При этом появляется необходимость в эффективном использовании аппарата, современных методов производства, расходовании ресурсов [29].

1.4. МАЛОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В СФЕРЕ АВТОСЕРВИСНЫХ УСЛУГ

В зависимости от размера автосервисных предприятий автомобильного транспорта их подразделяют на малые, средние и крупные.

К категории малых относятся отраслевые предприятия с численностью до 100 человек (см. Закон РФ "О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации", 1995). Средняя за отчетный период численность работников малого предприятия определяется с учетом всех его работников, в том числе работающих по договорам гражданско-правового характера и по совместительству с учетом реально отработанного времени, а также работников представительств, филиалов и других обособленных подразделений указанного юридического лица.

Предприятие может осуществлять деятельность, не связанную с основной, и быть многопрофильным. К категории малых оно относится по тому виду деятельности, который занимает наибольшую долю в объеме реализации продукции (работ, услуг).

Подобная диверсификация производственной деятельности в условиях изменяющейся рыночной конъюнктуры помогает предприятию выжить. Однако мировой опыт показывает, что чрезмерная многопрофильность часто бывает причиной низкого уровня эффективности функционирования малого предприятия и соответственно конкурентоспособности. По-видимому, диверсификацию производства следует осуществлять в направлении развития технологически и организационно связанных между собой видов деятельности. Например, станция технического обслуживания может выполнять не только обслуживание и ремонт подвижного состава, но и продажу автомобилей, запасных частей и ремонтных материалов.

При превышении установленного предела численности предприятие должно без чьих-либо указаний прекратить пользоваться налоговыми льготами. В противном случае оно будет нести ответственность за уклонение от уплаты налогов.

Под субъектами малого предпринимательства в России понимаются коммерческие организации, в уставном капитале которых доля участия Российской Федерации, субъектов Российской Федерации, общественных, благотворительных и иных фондов не превышает 25 %, доля, принадлежащая одному или нескольким юридическим лицам, не являющимся субъектами малого предпринимательства, не превышает 25 %.

Отличительными особенностями субъектов малого предпринимательства являются:

- 1) минимальные размеры всех видов ресурсов, в том числе собственного капитала, необходимых для создания и функционирования малых предприятий;
- 2) короткие сроки создания и освоения проектных мощностей;
- 3) быстрая окупаемость капиталовложений, высокая скорость оборота капитала;
- 4) прямой контакт с потребителем и способность быстро реагировать на спрос;
- 5) высокая эффективность в использовании местного ресурсного потенциала, в том числе незанятых и устаревших основных фондов;
- 6) упрощенная организационная структура благодаря относительно небольшой численности работников;
- 7) мощная мотивация к труду у членов небольших коллективов, возникающая на основе появления у них чувства хозяина, либо (если это наемные работники) сознание непосредственной зависимости между качеством труда, результатами хозяйственной деятельности и их материальным благополучием;
- 8) простота управления, отсутствие, как правило, элементов бюрократизма, свойственных крупным хозяйственным системам;
- 9) высокая гибкость и мобильность, определяющие возможность быстрой адаптации к меняющимся условиям рынка;
- 10) возможность идти на риск благодаря своей гибкости и мобильности.

Малые предприятия, как правило, имеют статус юридического лица. В соответствии с Гражданским кодексом РФ юридическим лицом признается организация, которая имеет в своей собственности, хозяйственном ведении или оперативном управлении обособленное имущество и отвечает по своим обязательствам этим имуществом, может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и личные неимущественные права, нести обязанности, быть истцом и ответчиком в суде. Юридические лица должны иметь самостоятельный баланс или смету.

Следует подчеркнуть, что малые предприятия в сфере автосервисных услуг получили свое развитие с начала рыночных реформ. Большая их часть была образована в начале 1990-х гг., когда в России началась широкомасштабная приватизация государственной собственности. Их создание основывалось главным образом на разукрупнении функционирующих автотранспортных предприятий.

В системе автосервисных услуг существует и другой признак классификации СТО на малые, средние и крупные. Это количество рабочих постов и виды выполняемых работ [15].

К категории (типу) малых относятся станции технического обслуживания с числом рабочих постов до 10, выполняющие следующие виды работ: моечно-уборочные, экспресс-диагностику, техническое обслуживание, смазку,

шиномонтажные, электрокарбюраторные, подзарядку аккумуляторов, кузовные, медницкие, подкраску кузова, сварочные, технический ремонт агрегатов, а также продажу запасных частей, автопринадлежностей и эксплуатационных материалов.

Средние станции обслуживания с числом рабочих постов от 11 до 35 выполняют те же работы, что и малые станции. Кроме того, на средних станциях проводится полная диагностика технического состояния автомобиля, обойные работы, замена агрегатов, ремонт аккумуляторных батарей, а также продажа автомобилей.

Большие станции обслуживания с числом постов более 35 выполняют все виды обслуживания и ремонта, аналогичные средним станциям, в полном объеме. Кроме того, на больших станциях имеются специализированные участки для проведения капитального ремонта агрегатов и узлов. На этих станциях, как правило, осуществляется продажа автомобилей.

Вышеприведенная классификация СТО в зависимости от числа рабочих постов и соответственно выполняемых работ учитывается, главным образом, при проектировании предприятий. Она не совпадает с положениями РФ "О государственной поддержке малого предпринимательства в РФ (1995 г.)". Напомним, что в соответствии с указанным законом к категории малых на транспорте относятся предприятия с численностью работающих до 100 человек. На практике такие СТО могут иметь более 10 постов.

Особенностью развития рынка автосервисных услуг является резкое увеличение в последние годы числа малых СТО и индивидуальных предпринимателей, выполняющих отдельные виды работ. Спрос на услуги субъектов малого бизнеса растет, чему в немалой степени способствует тот факт, что в мелких мастерских клиентам уделяется больше внимания (они могут присутствовать при ремонте, беседовать с мастерами и т.д.). Большинство малых СТО работают по гибкому графику, в выходные дни и в ночное время. Многих клиентов привлекают более низкие цены, которые у мелких мастерских возможны ввиду узкой специализации на отдельных видах работ и небольших административно-управленческих затрат. Это привлекает, в частности, автовладельцев с небольшими доходами, число которых является преобладающим.

Расширение масштабов малого бизнеса в сфере автосервисных услуг в России соответствует тенденциям, имеющимся в целом ряде других стран с высоким уровнем автомобилизации. Так, если в 70-х гг. XX в. мелкие независимые мастерские использовали до 40 % емкости рынка сервиса, то сейчас в Европе их доля выросла до 50..60 %, и они составляют серьезную конкуренцию крупным и средним СТО.

Несмотря на многообразие предприятий по обслуживанию автомобилей, большинство зарубежных станций обслуживания имеют небольшие размеры. Обобщение зарубежных данных показывает, что 45..50 % станций имеет 3..9 автомобилемест, 20..25 % – от 10 до 19, 15..20 % – от 20 до 35 и 10..15 % – свыше 35 автомобилемест. Средняя численность работающих на станциях обслуживания: в США и Франции – 4 человека, Италии – 5 человек.

За рубежом крупные автосервисные предприятия часто выступают представительствами (дилерами) заводов, производящих автомобили (в основном легковые) [4]. Они продают технику и осуществляют ее гарантийное обслуживание. Однако после гарантийного срока клиенты отдают машины в ремонт не только дилерам, но и небольшим независимым от изготовителя ремонтным предприятиям (особенно, если они расположены ближе или дешевле ремонтируют), связаны с владельцами машин взаимными делами, приятельскими или родственными связями. Поэтому производители техники привлекают независимые мастерские для ремонта их машин, обучая механиков и заключая договор о том, что мастерская становится уполномоченной или сертифицированной или "сервисным агентом", т.е. обеспечивает качество ремонта в соответствии со стандартами производителя. Мастерская не принимает на себя дилерские обязательства, но получает сертификат, свидетельствующий об умении квалифицировано ремонтировать машины определенного производителя. Это очень важно для рекламы, ибо таким способом техника приобретает репутацию машин, "которые можно отремонтировать везде".

Автомобили "Opel" в ФРГ обслуживают и ремонтируют более 2000 мастерских, хотя количество уполномоченных дилеров значительно меньше [4].

Малое предпринимательство на автомобильном транспорте, как известно, может вестись как небольшими по численности работающими предприятиями, так и индивидуальными предпринимателями.

В общем случае, индивидуальные предприниматели – это люди, которые обладают определенной профессиональной квалификацией, самостоятельно организуют и непосредственно выполняют конкретную работу. Главный мотив деятельности индивидуальных предпринимателей – обеспечить свой достаток, ни от кого не зависеть, быть хозяином самому себе. В данном случае не происходит отделения собственности от труда.

Индивидуальный бизнес осуществляется одним физическим лицом, который является собственником имущества. Все доходы от предпринимательской деятельности принадлежат единоличному владельцу бизнеса. Его труд отличается высокой интенсивностью и связан, с необходимостью принимать решения, требующие специальных знаний по широкому кругу вопросов. Он несет единоличную ответственность за успех бизнеса всем своим имуществом. Высокая ответственность по принимаемым обязательствам сочетается с высоким риском финансовых потерь, связанных с возможными убытками.

Индивидуальный предприниматель имеет право привлекать наемных работников на основе договоров гражданско-правового характера (договора подряда и т.д.). В этом случае он может продолжать свой бизнес в качестве индивидуального предпринимателя и вести учет доходов и расходов по упрощенной схеме (в книге учета). В то же время он может образовать предприятие с правом юридического лица. В этом случае он обязан иметь бухгалтера и вести бухучет по полной программе, вплоть до составления бухгалтерского баланса, отчетов о прибылях и убытках и т.д.

Учредителем собственником такого предприятия является одно физическое лицо. Учредитель самостоятельно осуществляет руковод-ство таким предприятием. В то же время он может заключить контракт с другим физическим лицом на должность директора предприятия и с бухгалтером. Таким образом, учредитель может не принимать никакого участия в деятельности предприятия, но участвовать в доле предприятия.

Уставный фонд предприятия образуется из средств, внесенных учредителем, на расчетный счет в банке в сроки, установленные действующим законодательством. Имущество предприятия формируется за счет вклада учредителя. Трудовая деятельность осуществляется как самим учредителем, так и гражданами на основе трудовых договоров. При этом наемным работникам обеспечивается оплата и условия труда, а также другие социально-экономические гарантии, предусмотренные действующим законодательством. Предприятие является юридическим лицом, учреждается и осуществляет свою деятельность на основе действующего законодательства, имеет свой расчетный счет, самостоятельный

баланс, открывает валютный счет. Имущество предприятия учитывается на балансе в размере, определяемом по действующим и договорным ценам. Предприятие несет ответственность всем своим имуществом, на которое может быть обращено взыскание.

Содержание устава предприятия должно учитывать конкретные условия его функционирования, содержание работы (характер деятельности), цели и задачи.

Если собственник принял решение о найме директора, то в уставе либо в контракте с директором должна быть четко разграничена компетенция директора и собственника во избежание недоразумений. Возможен вариант разграничения полномочий, при котором собственник передает часть своих полномочий органу трудового коллектива. В любом случае выбор структуры управления предприятием зависит от численности работающих, характера производства, уровня квалификации собственника и других факторов.

Индивидуальный предприниматель имеет право:

- создавать предприятия;
- приобретать какое-либо имущество или имущественные права;
- использовать имущество других лиц и даже предприятий, если это оговорено соглашением;
- заключать сделки;
- нанимать или увольнять работников;
- получать кредит и открывать счет в банке;
- самостоятельно распределять прибыль от предпринимательской деятельности, оставшуюся после уплаты налога;
- осуществлять операции с валютой и т.д.

Если к индивидуальному предпринимателю применены меры, затрагивающие его интересы, он имеет право обжаловать действия органов, допустивших ущемление его прав. При найме работников индивидуальный предприниматель обязан заключить с каждым из них контракт и в соответствии с условиями договора осуществлять оплату их труда.

Индивидуальная предпринимательская деятельность прекращается по решению самого предпринимателя или суда. Суд вправе прекратить индивидуальную деятельность в случае признания предпринимателя банкротом или из-за нарушения действующего законодательства.

Каждое физическое лицо может использовать имеющееся у него в собственности имущество по своему усмотрению. Индивидуальный предприниматель имеет право как создавать предприятия, так и вкладывать свой капитал в другие сферы деятельности, извлекая из этого прибыль.

Преимущества единоличной формы предпринимательства:

- простота в организации;
- полная самостоятельность, свобода и оперативность;
- максимум побудительных мотивов;
- конфиденциальность деятельности, т.е. возможность сохранить секреты фирмы в тайне;
- низкие организационные издержки; здесь не требуются большие затраты на создание бизнеса;
- гибкость в ведении дел; методы могут быстро меняться в зависимости от ситуации на рынке;
- минимальная регламентация со стороны государства, что позволяет, например, самостоятельно распределять прибыль;
- индивидуальное предпринимательство несравнимо проще в смысле финансового и налогового учета – его можно вести без специального бухгалтерского образования. Ставки налогообложения доходов, полученных от индивидуального предпринимательства, значительно ниже, чем у юридических лиц.

Индивидуальное предпринимательство может стать начальной стадией более крупной предпринимательской деятельности. При желании и если в том будет необходимость, можно создать предприятие, выбрав подходящую организационно правовую форму этого предприятия. С изменением статуса на предприятии создается управленческая группа. Она может включать управляющего собственника, агента по снабжению, который одновременно выполняет функции технолога, мастера, в подчинении которого находятся рабочие. Обязательно в группе управленцев должен быть бухгалтер. Он может приглашаться на временную работу или быть постоянным работником. Совмещение профессий, управленческих функций на таких предприятиях способствуют экономному использованию управленческих и рабочих кадров.

В сфере потребительского рынка и услуг индивидуальные предприниматели с правовой стороны имеют равные права с юридическими лицами, поскольку их деятельность регулируется теми же правилами Гражданского кодекса РФ, что и деятельность юридических лиц, являющихся коммерческими организациями.

Спрос на услуги индивидуальных предпринимателей на автомобильном транспорте последнее время растет, что объясняется главным образом тем, что они могут выполнять работы по ценам ниже тех, которые устанавливают предприятия. Необходимая прибыль при этом достигается за счет пониженного размера себестоимости услуг по сравнению с предприятиями. Экономия текущих затрат обеспечивается, в свою очередь, тем, что в себестоимости услуг выполняемых индивидуальным предпринимателем, практически отсутствуют накладные расходы. Указанные расходы связаны с оплатой труда административно-управленческого аппарата, ремонтом и содержанием производственных цехов, оборудования и т.д. Их размер на предприятиях нередко достигает 25...30 % от общей суммы затрат, поэтому индивидуальные предприниматели в пределах тех же 25...30 % могут снижать размер цен, оставляя норму прибыли на уровне специализированных предприятий.

Высокая техническая готовность автотранспортных средств индивидуальных предпринимателей-перевозчиков обеспечивается своевременным (в соответствии с графиком) проведением профилактических работ (ТО-1, ТО-2 и др.) на специализированных предприятиях (АТП или СТО), с которыми индивидуальный предприниматель обязан заключить договор. Наличие такого договора входит в состав документов, необходимых для государственной регистрации предпринимателя и постановки на учет в налоговой инспекции. Затраты на выполнение работ по техническому обслуживанию автомобилей включаются в общую сумму затрат автовладельца и учитываются в книге доходов и расходов.

Конкурентная среда, в которой работают индивидуальные предприниматели, заставляет их чутко реагировать на спрос со стороны заказчиков, постоянно повышать качество услуг, строго выполнять установленные сроки работ. Поэтому предприятиям и организациям-автовладельцам зачастую экономически более выгодно обращаться к индивидуальным предпринимателям, чем к специализированным автосервисным предприятиям.

Малые предприятия и индивидуальные предприниматели в настоящее время выполняют значительный объем услуг и составляют тем самым серьезную конкуренцию средним и крупным специализированным предприятиям. В то же время для успешного выполнения задач, стоящих перед транспортом, нужны крупные и средние автотранспортные и автосервисные предприятия. У каждого предприятия, в зависимости от его специализации (назначения) и размеров, формируется своя рыночная ниша услуг, в границах которой обеспечивается более высокая эффективность производства и конкурентоспособность.

1.5. РАЗВИТИЕ АВТОСЕРВИСНЫХ УСЛУГ ЛЕГКОВОГО АВТОМОБИЛЬНОГО ТРАНСПОРТА

Возросший легковой автомобильный парк все больше ориентируется на частные перевозки, связанные с нуждами населения.

В большинстве городов Российской Федерации данный вид услуг практически составляет около 90 % от услуг, выполняемых городским транспортом. Все это подчеркивает актуальность и указывает на необходимость развития автосервиса путем создания сети малых автосервисных предприятий, каждое из которых заняло бы свою нишу в обеспечении работоспособного (исправного) состояния легкового автотранспорта индивидуального пользования. Каждое из этих малых автосервисных предприятий может сыграть положительную роль в занятости населения.

Одной из важных проблем, стоящих перед автомобильным транспортом, является повышение эксплуатационной надежности автомобилей и, в первую очередь – легковых, количество и разнообразные марки которых с каждым годом существенно возрастают. Многообразие марок легковых автомобилей объясняется их широким притоком из-за рубежа. На дорогах страны эксплуатируются как отечественные марки автомобилей, так и иностранные.

Одна из сторон решения проблемы повышения эксплуатационной надежности указанных легковых автомобилей наряду с расширением строительства и улучшением качества дорог – это широкое применение прогрессивных технологических процессов технического обслуживания и ремонта, создание широкой сети "малых" предприятий, занятых решением этой проблемы, на основе оснащения современным диагностическим и технологическим оборудованием для выявления технического состояния легковых автомобилей, восстановления параметров и своевременной замены изношенных деталей и узлов, выполнения различных видов услуг, направленных на повышение качества и надежности отдельных узлов и агрегатов автомобилей.

В нашей стране функционируют тысячи "малых" предприятий, занимающихся конкретными вопросами обслуживания легковых автомобилей: диагностика и ремонт ходовой части, ремонт коробок передач, шиномонтаж, вулканизация, ремонт и прокатка дисков, ремонт и замена автостекел и т.п.

Анализ и обобщение опыта работы подобных предприятий позволяет классифицировать по:

- сфере услуг: однофункциональные, многофункциональные;
- видам услуг: интеллектуальные, бытовые, ремонтные;
- видам ремонта: простой, сложный, средний, повышенной сложности;
- компоновке производственной площади: кустарные на базе гаража, фундаментальные специальные производственные площади;
- количеству групп мастеров: одна, две, более трех;
- использованию современных ЭВМ: без ЭВМ, с использованием одной ЭВМ, с применением ряда ЭВМ;
- степени комфортабельности обслуживания клиентов: без степени комфортабельности, с использованием магазина запасных частей, с использованием магазина запасных частей и сервисного обслуживания клиентов (прохладительные напитки, легкие закуски и т.д.).

Приведенный анализ опыта организации автосервиса на станциях технического обслуживания позволяет отметить, что до настоящего времени нет единого подхода к организации автосервиса на малых предприятиях, отсутствуют конкретные рекомендации по выбору оптимального количества выполняемых видов услуг, современных средств диагностики и компьютерных стендов, выбора типа руководителя "малого" предприятия, не разработан метод сервисного обслуживания многофункциональных малых предприятий автосервиса, метод организации работ по техническому обслуживанию (ТО), изучению закономерностей их возникновения на примере наиболее часто выходящих из строя узлов и агрегатов. Недостаточно проведены исследования по оценке метода определения надежности запасных частей, связанных с восстановлением работоспособности автомобиля в процессе его эксплуатации, исследований по выбору метода оптимизации производства и созданию комфортных условий труда ремонтникам в производственных помещениях.

Изучение теории и практики ведения ТО и ремонта, а также обзор опыта работы малых предприятий, занимающихся узконаправленной деятельностью по восстановлению работоспособности автомобилей на примере ремонта и замены отдельных деталей или оказанию видов услуг, позволяют сформулировать следующие основные требования к новому, многофункциональному предприятию по обслуживанию, ремонту и оказанию различных видов услуг владельцам легковых автомобилей индивидуального пользования:

- многофункциональное предприятие наряду с функцией обслуживания и восстановления технического состояния автомобиля должна обеспечивать возможность оказания различных видов услуг как автомобилю, так и его владельцу;
- предприятие (одновременно являясь малым) должно иметь соответствующую производственную площадь для размещения функциональных блоков по реализации ряда необходимых видов услуг, ТО и ремонта, полностью соответствовать требованиям нормативно-законодательных документов, касающихся охраны труда и техники безопасности;
- для качественного и быстрого выполнения ремонтных работ производственные блоки должны быть оснащены современным технологическим оборудованием и компьютерными стендами для диагностики;

- оптимальный объем необходимых запасных частей должен быть рассчитан на основе анализа статистических данных по отказам деталей и своевременно пополняться;
- предприятие не должно иметь ограничений по маркам ремонтируемых автомобилей (отечественные легковые автомобили, микроавтобусы, иностранные);
- для качественного выполнения видов работ с высокой надежностью изделий предприятие должно на основании требований методик профотбора подобрать соответствующих специалистов (автослесарей-ремонтников) с высокими профессиональными знаниями;
- для организации досуга владельцев ремонтируемых автомобилей помимо посещения магазина должны быть предусмотрены различные интеллектуальные и бытовые услуги.

На сегодня большинство из существующих предприятий по ТО, ремонту и другим видам услуг не отвечает полностью требованиям, предъявляемым к ним.

Наибольшее количество требований выполняется при организации многофункционального предприятия, оснащенного достаточными производственными площадями, современным технологическим оборудованием, квалифицированными кадрами ИТР и рабочим.

Изложенные требования обуславливают ряд специфических особенностей организации и ведения различных видов услуг, диагностики и ремонта. Наиболее полно этому будет отвечать предприятие, комплексно решающее вопросы: диагностики, услуг, ремонта, оценки эффективности, надежности и экологической безопасности различных легковых автомобилей индивидуального пользования.

Изучение и раскрытие закономерностей технического изменения состояния автомобилей, выяснение основных видов отказов и разработка метода сервисного обслуживания легковых автомобилей с оценкой эксплуатационной надежности и экологической безопасности различных отечественных и иностранных марок автомобилей в настоящее время представляет значительный научный и практический интерес.

В основу организации работ по оказанию услуг и ремонту легкового автотранспорта положен сервисный метод обслуживания

[И.В. Чефранов, журнал "Автотранспортное предприятие", 2004 г., ноябрь]. И.В. Чефранов разделяет их на несколько взаимосвязанных этапов (рис. 1.1 – рис. 1.3).

После заезда на предприятие выясняется необходимость выполнения работы. Если владелец автомобиля прибыл для выполнения отдельных видов услуг, то автомобиль загоняется в соответствующий ремонтный бокс, где и выполняется необходимая услуга согласно перечня (рис. 1.2).

Для выявления степени износа и установления отклонений от нормативных параметров, а также выявления деталей и частей, требующих восстановления, автомобиль загоняется в соответствующий ремонтный бокс, где становится на подъемник, с ним выполняются восстановительные работы (см. рис. 1.1).

При техническом диагностировании находится причина нарушения технического состояния автомобиля и выполняются соответствующие виды ремонта. При проведении работ используется современное технологическое оборудование импортного производства и компьютерная техника.

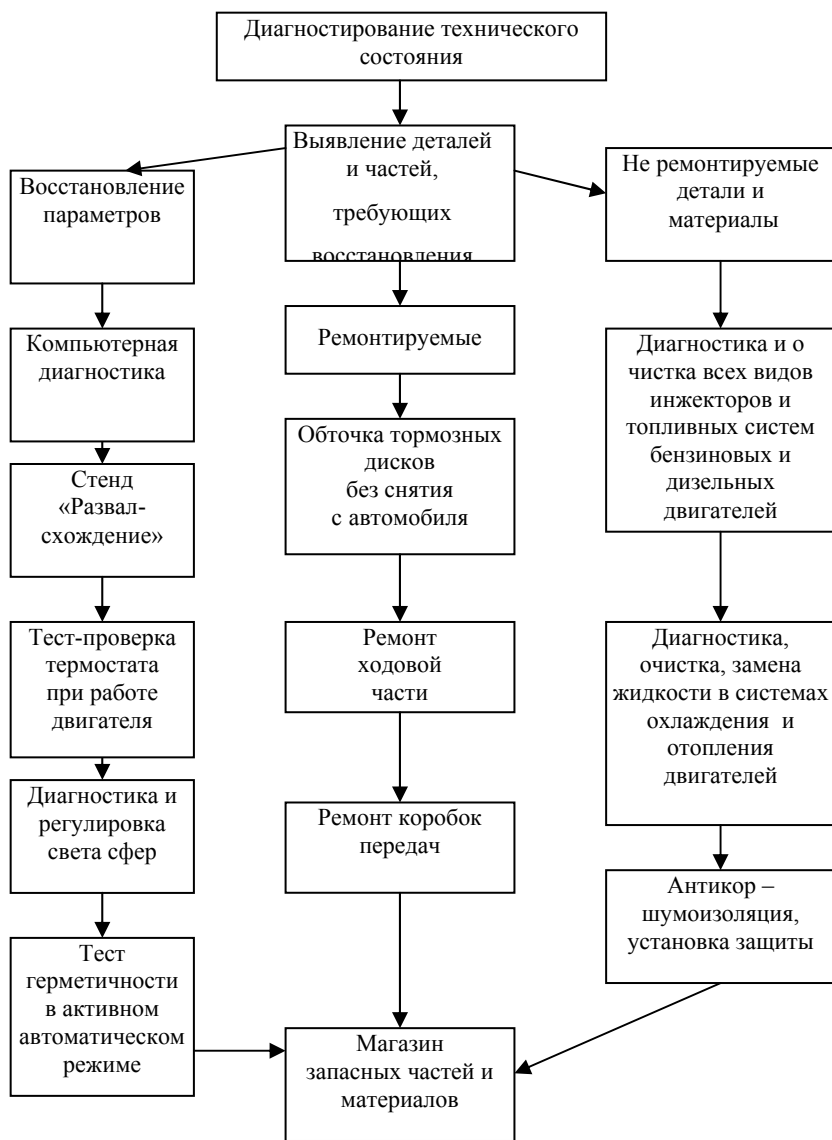


Рис. 1.1. Схема диагностирования технического состояния

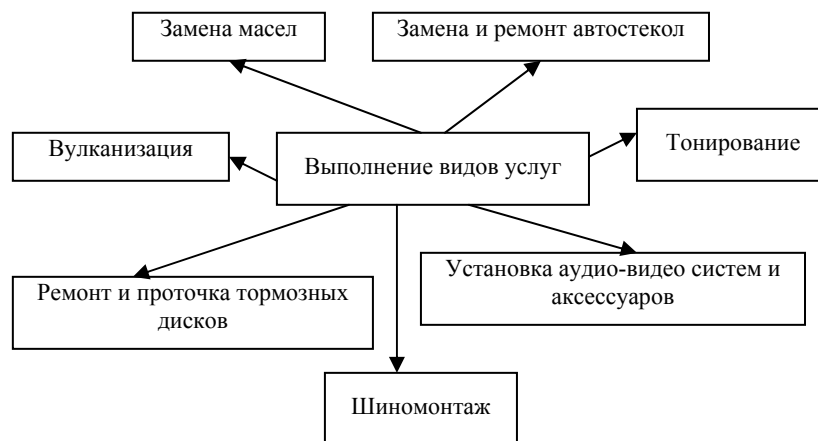


Рис. 1.2. Схема выполнения видов услуг

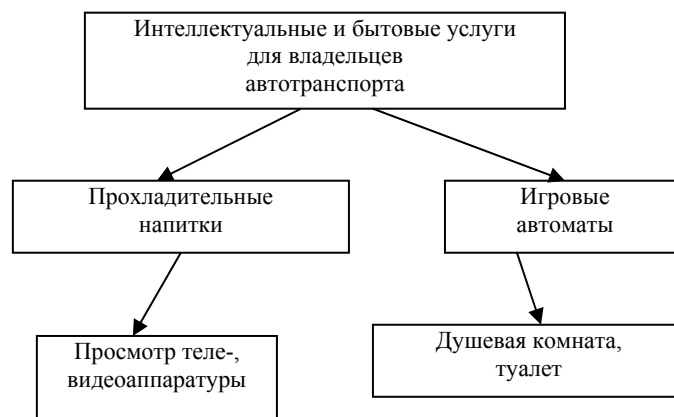


Рис. 1.3. Схема услуг для владельцев автотранспорта

После выявления неисправной детали или узла владельцы ставят об этом в известность. Если владелец приехал с новой деталью или узлом, эта деталь проходит диагностирование с использованием одного из методов неразрушающего контроля, после чего деталь устанавливают ремонтники. При отсутствии подобной детали или материала (масла) у владельца ему предлагают обратиться в магазин предприятия, где он купит эту деталь или материал, а также может провести время, занимаясь предоставленными ему видами интеллектуальных и бытовых услуг (рис. 1.3). Отмечая в целом положительные тенденции создания узконаправленных и разнотипных малых предприятий, учитывая их недостаточную эффективность, а также необходимость оценки негативного воздействия автомобильного транспорта, необходимо разрабатывать и создавать "малые" предприятия многофункционального назначения. Выполнение наиболее широко востребованных видов услуг, диагностирования с установлением требующих исправления параметров автомобиля, а также выявление деталей и частей, требующих их восстановления и замены, должны не только быть направлены на повышение качества и конкурентоспособности, но и увязаны с требованиями международных стандартов, например, серии ISO 14000, касающихся вопросов оценки экологической безопасности ремонтируемых легковых автомобилей.

Эффективность созданного предприятия во многом будет зависеть от внедрения в производство современного технологического оборудования, средств диагностики, новых компьютерных станков, подъемников, расширения числа ремонтных боксов и совершенствования организации обслуживания граждан.

1.6. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВЫЕ ФОРМЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В АВТОСЕРВИСЕ

Классификация автосервисных предприятий в зависимости от организационно-правовой формы хозяйствования тесно связана с понятиями "предпринимательство, предпринимательская деятельность".

Предпринимательство как вид человеческой деятельности является одним из важнейших признаков рыночной экономики и факторов ее развития. Основываясь, главным образом, на частной собственности на средства производства и результаты труда, оно позволяет мобилизовать значительные ресурсы (трудовые, финансовые и др.) и направить их на использование и развитие производительных сил общества.

В настоящее время в экономической литературе существует несколько определений предпринимательства. Их объединяет одно общее положение о том, что предпринимательство – это деятельность, направленная на получение прибыли или личного дохода. В Гражданском кодексе РФ, например, записано: "Предпринимательской является деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке".

Подобный подход к определению предпринимательства и предпринимательской деятельности, на наш взгляд, не раскрывает в полной мере ее сущность. Предпринимательство всегда было направлено на развитие производительных сил общества с целью насыщения рынка товаров и услуг, а прибыль выступает как мотивационный фактор этого развития, как экономический стимул. Через предпринимательство в определенной мере решается проблема удовлетворения потребностей общества в необходимых товарах и услугах. Исторический опыт свидетельствует, что чем выше уровень развития предпринимательства, тем выше степень удовлетворения потребностей людей в той или иной стране.

Следует также отметить, что в предпринимательстве мы видим пример сочетания личной выгоды с общественной пользой. Поэтому более правильным, на наш взгляд, будет следующее определение. Предпринимательство – это инициативная и самостоятельная деятельность по производству товаров и выполнению услуг, осуществляемая под имущественную ответственность предпринимателя и основанная на сочетании личной экономической выгоды с общественной пользой [2].

Основными признаками предпринимательства являются самостоятельность (независимость) предпринимателя, личная экономическая заинтересованность в результатах труда, личная материальная ответственность перед другими субъектами рыночных отношений, новаторство (творческий поиск), хозяйственный риск.

Предприниматель может и вправе осуществлять любые виды деятельности, полезные для общества и предусмотренные его уставом, самостоятельно формировать свою производственную программу. Самостоятельность в планировании и организации производства дополняется коммерческой свободой. Предприниматель определяет пути и способы реализации своей продукции (услуг), выбирает контрагентов, с которыми будет иметь дело, устанавливает цены.

Личная выгода – ведущий признак предпринимательства. Она выражается в стремлении получить максимальную прибыль. Однако в условиях товарного производства предприниматель, преследуя свои особые интересы, работает на общество. Поэтому он должен нести личную ответственность за нарушение договорных, кредитных, расчетных и налоговых обязательств; продажу товаров, пользование которыми может принести вред здоровью населения, и иных правил, предусмотренных законодательством. Кроме того, предприниматель обязан проявлять заботу о радикальном использовании

имеющейся у него земли и природных ресурсов, не загрязнять окружающую среду, не нарушать правил безопасности производств, соблюдать санитарно-гигиенические нормы и требования. На автомобильном транспорте предприниматель несет личную ответственность за соблюдение требований законов об охране окружающей среды, а также правил по безопасности дорожного движения.

Новаторство и творческий поиск стимулирует конкурентная борьба. В цивилизованном рынке удержаться может только тот, кто обеспечивает высокое качество и постоянно обновляет продукцию, совершенствует технику и технологию.

Риск формирует особый способ мышления и поведения, психологию предпринимателя. Ключевой момент, лежащий в основе хозяйственного риска, – соотношение между предполагаемыми затратами и результатами. Если цены произведенных продуктов не возмещают затрат, это значит, что предприниматель либо не сумел эффективно организовать свою деятельность, либо неблагоприятно сложилась конъюнктура. Предпринимательская деятельность может выполняться предприятиями (организациями, фирмами), имеющими статус юридического лица, так и физическими лицами без образования юридического лица (индивидуальными предпринимателями). Предприятия могут иметь различную организационно-правовую форму.

На автомобильном транспорте наибольшее распространение в настоящее время получили следующие организационно-правовые формы предпринимательских структур (предприятий): общество с ограниченной ответственностью, акционерные общества, унитарные предприятия; производственные кооперативы.

Общества с ограниченной ответственностью

Общество с ограниченной ответственностью (ООО) в настоящее время самая распространенная форма коллективного предпринимательства на автомобильном транспорте. Она применяется во всех видах автотранспортной деятельности, включая автосервисные и другие услуги.

Обществом с ограниченной ответственностью признается учрежденное одним или несколькими лицами общество, уставный капитал которого разделен на доли определенных учредительными документами размеров; участники общества с ограниченной ответственностью не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости внесенных ими вкладов.

Фирменное наименование общества с ограниченной ответственностью должно содержать наименование общества и слова "с ограниченной ответственностью". Число участников общества с ограниченной ответственностью не должно превышать предела, установленного законом об обществе с ограниченной ответственностью.

Учредительными документами общества с ограниченной ответственностью являются учредительный договор, подписанный его учредителями, и утвержденный ими устав. Если общество учреждается одним лицом, его учредительным документом является устав.

Уставный капитал общества с ограниченной ответственностью составляет из стоимости вкладов его участников. Уставный капитал определяет минимальный размер имущества общества, гарантирующего интересы его кредиторов. Размер уставного капитала общества не может быть менее суммы, определенной законом об обществе с ограниченной ответственностью.

Высшим органом общества с ограниченной ответственностью является общее собрание его участников. Общество может быть добровольно ликвидировано или реорганизовано в специализированное общество или в производственный кооператив по единогласному решению его участников.

Общество с ограниченной ответственностью имеет следующие особенности:

- является разновидностью объединения капиталов, не требующего обязательного личного участия своих членов в делах общества;
- раздел уставного капитала общества на доли участников и отсутствие ответственности последних по долгам общества;
- в законе предусматриваются более высокие требования к уставному капиталу, его определению и формированию, чем к складочному капиталу товариществ. Прежде всего размер этого капитала ни при каких условиях не может быть менее минимальной суммы, определенной законом.

Общество с дополнительной ответственностью по сути является разновидностью общества с ограниченной ответственностью с распространением на него всех общих правил такого общества. Поэтому все сказанное выше об обществе с ограниченной ответственностью в равной мере относится и к обществу с дополнительной ответственностью.

Единственное важное отличие этих обществ состоит в следующем: при недостаточности имущества общества с дополнительной ответственностью для удовлетворения претензий его кредиторов участники общества могут быть привлечены к имущественной ответственности, причем солидарно. Однако размер этой ответственности ограничен, он касается не всего их личного имущества, а лишь его части – одинакового для всех кратного размера и суммы внесенных вкладов (например, трехкратный и т.п.). С этой точки зрения такое общество занимает промежуточное место между обществами и товариществами.

Преимущества обществ с ограниченной ответственностью:

- возможность быстрого аккумулирования значительных средств;
- может быть создано одним лицом;
- члены общества несут ограниченную ответственность по обязательствам общества.

Недостатки: уставный капитал не может быть меньше величины, установленной законодательством: менее привлекательны для кредиторов, так как члены общества несут только ограниченную ответственность по обязательствам общества.

Общества с дополнительной ответственностью имеют те же преимущества и недостатки, что и общества с ограниченной ответственностью. Дополнительным их преимуществом является то, что они более привлекательны для кредиторов, так как несут дополнительную личную ответственность по обязательствам общества, но в то же время это является и их недостатком.

Акционерные общества

Акционерная форма хозяйствования применяется на автомобильном транспорте чаще всего при создании сравнительно крупных компаний, располагающих сетью дочерних предприятий. В то же время акционерные общества закрытого типа широко применяются в малом предпринимательстве при создании предприятий.

Согласно Гражданскому кодексу, акционерным признается общество, уставный капитал которого разделен на определенное число акций. Участники акционерного общества не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости принадлежащих им акций. В этом плане акционерные общества близки к обществам с ограниченной ответственностью, но между ними имеются и существенные различия:

- организация уставного капитала акционерного общества иная – здесь имеется полное равенство долей и обязательное их оформление акциями;

- акционер при выходе из общества не может потребовать никаких выплат, причитающихся на его долю (ни денежных, ни имущественных), так как осуществить этот выход можно лишь единственным способом – путем продажи, уступки или иной передачи своих акций другому лицу. Следовательно, АО, в отличие от общества с ограниченной ответственностью, гарантировано от того, что при выходе его участников основной капитал общества будет уменьшен.

Организация капитала с помощью отчужденных (оборотных) ценных бумаг – акций дает обществу два основных преимущества:

- возможность сконцентрировать большой капитал, первоначально расплывенный среди множества мелких вкладчиков;

- возможность быстрого отчуждения и приобретения акций, особенно с помощью биржевого механизма и представительских акций, что означает по сути возможность быстрого, почти мгновенного перелива большого капитала из одной сферы деятельности в другую в соответствии со складывающейся конъюнктурой. При других формах организации предпринимательства это невозможно.

Вместе с тем коммерческая практика давно показала и большие опасности злоупотреблений, возможные при этой организационно-правовой форме. Руководители (директора, учредители) такого общества при наличии огромного числа мелких акционеров, как правило, некомпетентных в предпринимательстве и заинтересованных только в получении дивидендов, имеют по сути бесконтрольные возможности распоряжения огромными чужими капиталами. Поэтому нормальное и эффективное функционирование АО, как свидетельствует вся мировая практика, возможно лишь в условиях развитого акционерного законодательства.

Акционерные общества могут быть открытыми и закрытыми.

Акционерное общество, участники которого могут отчуждать принадлежащие им акции без согласия других акционеров, признается открытым акционерным обществом. Такое АО вправе проводить открытую подписку на выпускаемые им акции и их свободную продажу на условиях, устанавливаемых законом и иными правовыми актами.

Акционерное общество, акции которого распределяются только среди его учредителей или иного заранее определенного круга лиц, признается закрытым акционерным обществом. Оно не вправе проводить открытую подписку на выпускаемые им акции либо иным образом предлагать их для приобретения неограниченному кругу лиц.

Число участников закрытого акционерного общества не должно превышать числа, установленного законом об акционерных обществах. В противном случае оно подлежит преобразованию в открытое акционерное общество в течение года, при невыполнении этого оно может быть ликвидировано.

Открытое АО обязано ежегодно публиковать для всеобщего сведения годовой отчет, бухгалтерский баланс, счет прибылей и убытков (п. 1 ст. 97 ГК). Это очень важное обстоятельство дает возможность акционерам ознакомиться с деятельностью АО и контролировать ее. Получают определенную информацию и потенциальные акционеры.

Таким образом, в ГК определено, что вышеуказанные сведения о деятельности АО не представляют коммерческой тайны и подлежат периодической публикации. Для закрытых акционерных обществ публичное ведение дел не предполагается – оно требуется в случаях, прямо предусмотренных Законом об акционерных обществах. Устав является единственным учредительным документом АО, ему не нужен учредительный договор.

Новый ГК допускает существование "компаний одного лица" в форме не только обществ с ограниченной ответственностью, но и АО.

Высший орган управления АО – собрание акционеров. В ГК определена исключительная компетенция общего собрания акционеров, которая ни при каких условиях не может быть ни передана исполнительным органам общества, ни сужена (в том числе и по решению самого общего собрания).

В АО с численностью акционеров более 50 должны создаваться наблюдательные советы в качестве постоянно действующих коллективных органов, представляющих интересы акционеров и систематически контролирующей деятельность директоров (правления) общества. Этот орган должен обладать исключительной компетенцией, не передаваемой другим органам общества. Эта компетенция определяется акционерным законом или (и) уставом общества.

Акционерное общество по решению общего собрания акционеров может быть ликвидировано или преобразовано в общество с ограниченной ответственностью или производственный кооператив.

Только акционерные общества имеют право выпускать акции (кроме других ценных бумаг). Другие юридические лица такой возможности не имеют.

Акционер несет ограниченную ответственность (в пределах своих акций) в случае банкротства общества.

Государственные и муниципальные унитарные предприятия

Государственные и муниципальные унитарные предприятия являются субъектами предпринимательской деятельности в государственном секторе экономики. Они создаются в отраслях и видах деятельности, в которых частные предприниматели не могут обеспечить для себя достаточную норму прибыли, но имеющих большое значение для общества.

На автомобильном транспорте унитарные предприятия, как организационно-правовая форма, применяются в сфере перевозок пассажиров и в сфере автосервисных услуг. Собственность предприятий, выполняющих внутригородские перевозки, принадлежит муниципальным образованиям, поэтому они называются муниципальными унитарными предприятиями.

Согласно ГК РФ, унитарным предприятием признается коммерческая организация, не наделенная правом собственности на имущество этой организации.

Устав унитарного предприятия должен содержать кроме обычных сведений (наименование, местонахождение и др.), сведения о предмете и целях деятельности предприятия, а также о размере уставного фонда предприятия и источниках его формирования.

Унитарное предприятие отвечает по своим обязательствам всем принадлежащим ему имуществом и не несет ответственности по обязательствам собственника этого имущества. Правовое положение государственных и муниципальных унитарных предприятий определяется ГК РФ и законом об этих предприятиях.

Унитарные предприятия имеют ряд особенностей, отличающих их от других коммерческих организаций.

Если в форму хозяйствования унитарного предприятия заложен принцип унитарности, то в форму хозяйствования других коммерческих организаций – принцип корпоративности. Принцип унитарности предприятия означает, что соответствующая коммерческая организация не наделяется правом собственности на закрепленное за ней имущество. Собственником этого имущества остается учредитель такой организации, т.е. государство.

Имущество унитарного предприятия, является неделимым и ни при каких условиях не может быть распределено по вкладам, долям и паям, в том числе между работниками унитарного предприятия. В этом заключается главное отличие унитарного предприятия от других коммерческих организаций.

Особый имущественный статус унитарного предприятия: сохранение права собственности за учредителем и закрепление имущества за унитарным предприятием лишь на ограниченном вещном праве (хозяйственного ведения либо оперативного управления).

Существенными особенностями отличается управление унитарным предприятием. Органом такого предприятия является единоличный руководитель, который назначается собственником.

В зависимости от того, кому принадлежит собственность, унитарные предприятия могут быть государственные или муниципальные.

Унитарные предприятия подразделяются на две категории. В зависимости от прав, предоставляемых учредителем:

- право хозяйственного ведения;
- право оперативного управления.

Право хозяйственного ведения и право оперативного управления составляют особую разновидность вещных прав, не известную странам с классической рыночной экономикой. Они призваны оформить имущественную базу для самостоятельного участия в гражданских правоотношениях юридических лиц – не собственников.

В соответствии с ГК право хозяйственного ведения — это право государственного или муниципального унитарного предприятия владеть, пользоваться и распоряжаться имуществом собственника в пределах, установленных законом или иными правовыми актами.

Право оперативного управления в соответствии с ГК – это право учреждения или казенного предприятия владеть, пользоваться и распоряжаться закрепленным за ним имуществом собственника в пределах, установленных законом, в соответствии с целями его деятельности, заданиями собственника и назначением имущества.

Различие прав хозяйственного ведения и оперативного управления состоит в содержании и объеме правомочий, которые предприятия получают от собственника на закрепленное за ними имущество. Право хозяйственного ведения шире права оперативного управления, т.е. предприятие, функционирующее на основе права хозяйственного ведения, имеет большую самостоятельность в управлении, чем предприятие, основанное на праве оперативного управления.

Учредители унитарных предприятий, основанных на праве хозяйственного ведения, не отвечают по обязательствам предприятия, за исключением случаев, когда в банкротстве предприятия виноват сам учредитель. При несостоятельности же казенных предприятий Российская Федерация несет ответственность по обязательствам этого предприятия при недостаточности его имущества как учредителя. Отсюда вытекает, что унитарное предприятие, основанное на праве оперативного управления, в принципе не может быть банкротом.

Механизм хозяйствования на унитарных предприятиях по существу не отличается от механизма предприятий других организационно-правовых форм. Руководство государственного предприятия самостоятельно определяет его производственно-финансовую политику, рынки сбыта и т.д. С получаемой прибыли оно уплачивает такие же налоги, как и частные предприятия. Свои функции собственника государство реализует через назначение руководителя предприятия, а также через цены на продаваемую продукцию или услуги и финансирование из государственного бюджета. Особенностью государственного предприятия является, как правило, более низкий уровень оплаты труда и более высокая степень социальной защищенности работника.

Производственные кооперативы

Производственный кооператив – добровольное объединение на основе членства для совместной хозяйственной деятельности, основанное на личном участии членов кооператива.

Отличительными признаками данной организационно-правовой формы являются:

- 1) участие граждан только на членской основе;
- 2) совместное осуществление производственной и иной хозяйственной деятельности;
- 3) личное трудовое участие членов;
- 4) паевые взносы.

Для производственных кооперативов характерно личное трудовое участие в них их членов-пайщиков, в роли которых обычно выступают не являющиеся предпринимателями граждане (не менее 5 человек), а также юридические лица, если их участие допущено Уставом.

Имущество кооператива делится на паи его членов. Часть имущества может быть отнесена уставом к неделимым фондам, если решение о создании их принято единогласно всеми членами. Члены кооператива несут субсидиарную ответственность по обязательствам кооператива принадлежащим им имуществом.

Производственный кооператив действует на основе Устава, в котором содержится следующая информация:

- наименование и местонахождение;
- порядок управления деятельностью, состав и компетенция органов управления, порядок принятия решений;
- размер паевых взносов и ответственность членов за их неуплату (к моменту государственной регистрации каждый член кооператива обязан внести не менее 10 % пая, а остальное – в течение года);
- характер и порядок трудового участия его членов в деятельности кооператива и их ответственность за обязательства по личному трудовому участию;
- размер и условия субсидиарной ответственности его членов по долгам кооператива;
- порядок распределения прибыли и убытков.

Участие в управлении делами кооператива строится по принципу "один пайщик – один голос" и не зависит от размера пая, а распределение полученных доходов между членами кооператива происходит с обязательным (а нередко – с преобладающим) учетом характера и степени их трудового участия, а не столько имущественного взноса. В таком же порядке распределяется имущество, оставшееся после ликвидации производственного кооператива и удовлетворения требований кредиторов.

Важнейшим органом управления производственного кооператива является общее собрание его членов, к исключительной компетенции которого относится решение следующих вопросов:

- утверждение, изменение устава;
- прием и исключение членов кооператива;
- образование и прекращение полномочий членов наблюдательного совета и исполнительного органа;
- утверждение годовых отчетов и бухгалтерских балансов;
- распределение прибыли и убытков;
- решение о реорганизации и ликвидации кооператива (преобразование в хозяйственное общество или товарищество возможно лишь по единогласному решению).

Текущее руководство производственным кооперативом осуществляет исполнительный орган – правление или председатель правления.

В кооперативе с численностью более 50 человек дополнительно создается наблюдательный совет, осуществляющий контроль за деятельностью исполнительных органов. Один и тот же член кооператива не может входить и в наблюдательный совет, и в исполнительные органы.

Каждый член кооператива имеет право выйти из его состава, при этом ему выплачивается пай и другие суммы по окончании финансового года. Исключение члена кооператива из его состава по решению общего собрания возможно в случае неисполнения им возложенных на него обязанностей и другие нарушения устава. Исключаемый из кооператива имеет право на пай. Член наблюдательного совета или исполнительного органа может быть исключен из кооператива по решению общего собрания в связи с его членством в аналогичном кооперативе.

Член кооператива вправе передать свой пай или его часть другому члену кооператива. Передача пая (или его части) гражданину, не являющемуся членом кооператива, допускается лишь с согласия кооператива. Члены кооператива пользуются преимущественным правом покупки.

У каждой из организационно-правовых форм есть свои преимущества и недостатки, свой порядок распределения доходов, прибыли и убытков, которые необходимо хорошо представлять как на этапах создания, так и на этапе его структуризации.

Вопросы для самопроверки

1. Назовите основные тенденции в развитии автомобильного транспорта России на современном этапе.
2. Дайте характеристику основным видам автотранспортной деятельности.
3. В чем заключается сущность и назначение автосервисных услуг?
4. Приведите определение рынка автосервисных услуг.
5. Приведите классификацию автосервисных услуг.
6. Дайте характеристику станциям технического обслуживания автомобилей.
7. Какие предприятия относятся к категории малых?
8. В чем заключаются особенности индивидуального предпринимательства?
9. Раскройте содержание организационно-правовых форм предпринимательской деятельности.
10. Обоснуйте необходимость опережения темпов роста объема автосервисных услуг по сравнению с темпами роста численности автотранспорта в стране.

2. ЭФФЕКТИВНОСТЬ АВТОСЕРВИСА И МЕТОДЫ ЕЕ ОЦЕНКИ

2.1. ФОРМИРОВАНИЕ РЫНКА АВТОСЕРВИСНЫХ УСЛУГ

Рынок автосервисных услуг – это отношения между автовладельцами и предприятиями системы автосервиса по поводу купли-продажи услуг, направленных на поддержание работоспособности и восстановления автомобиля в течение всего срока эксплуатации [24].

Поддержание и восстановление работоспособности автомобилей включает в себя услуги по контролю технического состояния (диагностирование), техническому обслуживанию (гарантийное, регламентное, сезонное) и ремонту (автомобилей, агрегатов, кузова).

Автосервисные услуги, как и другие бытовые услуги, имеют следующие особенности [7; 14].

1. Совпадение времени производства и покупки услуги или совпадение производственного процесса и реализации.
2. В процессе обслуживания покупатель присутствует при производстве услуги и может оказать влияние на этот процесс.
3. Услуги имеют меньшую степень стандартизации и однородности, чем товары.
4. Покупатель услуги находится в зоне повышенного риска в следствии неопределенности результата услуги.
5. Услуги нельзя хранить и накапливать, поскольку они не имеют вещественного содержания.
6. Услуги индивидуальны в потреблении и производстве.
7. Нематериальность услуг.
8. Большое разнообразие услуг.

Для автосервисных услуг характерно непостоянство качества. Во-первых, до получения услуги невозможно оценить ее качество. Устанавливая требования к качеству услуг, невозможно провести какие-либо контрольные измерения до ее оказания. Только после окончания процесса производства услуги оценка качества становится возможной. Во-вторых, услуги оказываются людьми при взаимодействии покупателя и персонала, выполняющего заказ. Полученный результат зависит не только от персонала, но и от их общих действий и восприятия покупателя, поскольку основная оценка услуги – это индивидуальный взгляд на ее полезность. Хотя один и тот же человек оказывает услугу нескольким покупателям одним и тем же способом, но у покупателей может быть разное восприятие оказанной услуги и разный уровень удовлетворенности от полученного результата. В-третьих, в силу разной квалификации персонала одна и та же услуга будет по-разному оказана разными мастерами и разными фирмами. В-четвертых, услуги дифференцированы, т.е. разными фирмами выполняются не

только по-разному, но и в разном наборе индивидуально для каждого клиента. Мастер может варьировать свои действия при каждом отдельном исполнении услуги. В-пятых, важную роль в этом играет физическое и психологическое состояние (самочувствие) клиента, которое меняется и влечет за собой изменение оценок удовлетворенности оказанной услугой.

Непостоянство качества услуг становится препятствием перед стандартизацией конечного результата процесса оказания услуги. Кроме этого вносимое персоналом и покупателями непостоянство качества, непостоянство восприятия услуги клиентом, вариации исполнения услуги по требованию заказчика создают трудности для менеджеров станции и участников автосервиса. Это проявляется, прежде всего, в усложнении проблем контроля и гарантии качества, а также нормирования труда работников.

Рынок автосервисных услуг в стране с каждым годом расширяется, что объясняется следующими причинами. Во-первых, последние годы наблюдается ярко выраженная тенденция увеличения численности автопарка в личном пользовании, главным образом, легкового. Причем с каждым годом в автопарке растет доля численности иномарок, которые поддерживать в техническом состоянии гораздо сложнее и дороже, чем автомобили отечественного производства. Во-вторых, расширение масштабов малого бизнеса в сфере автотранспортных услуг; сопровождающееся увеличением численности небольших предприятий и индивидуальных предпринимателей. Субъектам малого предпринимательства экономически не выгодно иметь и содержать ремонтную базу, поэтому они стремятся пользоваться автосервисными услугами специализированных СТО или автотранспортных предприятий, сохранивших ремонтную базу и использующую ее на коммерческой основе.

Увеличению числа предприятий выполняющих автосервисные услуги способствует Федеральный закон от 25 апреля 2002 г. № 40-ФЗ "Об обязательном страховании гражданской ответственности владельцев транспортных средств". Страховые компании стремятся сотрудничать со специализированными СТО, оснащенными современным оборудованием и выполняющими все виды работ с низкой себестоимостью и высоким качеством.

Расширение и укрепление рынка автосервисных услуг в свою очередь способствует дальнейшему росту автомобильного парка в стране особенно легкового. В работе [24] отмечается, что увеличение мощностей автосервисной отрасли, развитие сети автосервисных услуг и повышение их комплексности в условиях конкурентной борьбы за клиента в годы экономических реформ существенно повысило качество обслуживания автотранспортных средств. Наряду с ростом доходов наиболее обеспеченных и средних слоев населения этот фактор является стимулом для роста парка автомобилей и повышения степени автомобилизации страны.

Современные автосервисные предприятия могут выполнять как производственные, так и непроизводственные услуги. К производственным услугам относятся техническое обслуживание и ремонт автомобилей, поскольку эти услуги носят производственный характер и по своему содержанию представляют его продолжение и дополнение в сфере потребления. Непроизводственными следует считать услуги по продаже автомобилей, запасных частей и материалов населению, поскольку эти услуги торговые, и они оказываются непосредственно человеку для создания удобств в быту и являются личными услугами.

Основным звеном (элементом) системы автосервиса являются станции технического обслуживания (СТО) – предприятия, осуществляющие техническое обслуживание и ремонт автомобилей индивидуальных владельцев, автотранспортных и других предприятий и индивидуальных предпринимателей, продажу автомобилей, запасных частей и автомобильных принадлежностей.

Услуги, выполняемые на СТО, это комплекс воздействий, состоящий из трех групп [5]:

– профилактические, включающие регламентное техническое обслуживание автомобилей, выполняется периодически через определенный пробег в определенном объеме (уборка, мойка, диагностика; контрольные, крепежные, регулировочные и смазочные работы);

– ремонтные – выполняются по потребности для устранения возникающих неисправностей автомобилей и восстановления его работоспособности в пути: замена или ремонт узлов, агрегатов, приборов; слесарно-механические, кузовные, окрасочные, электромеханические работы, ремонт аккумуляторов;

– обеспечение эксплуатации – снабжение топливом маслом, тосолом и др.

Станции технического обслуживания автомобилей в последние годы в России получили широкое распространение на рынке автосервисных услуг. Спрос на их услуги имеет тенденцию на увеличение что объясняется действием целого ряда факторов. К числу таких факторов относятся следующие:

– вновь создаваемые автотранспортные предприятия не обзаводятся ремонтной базой, рассчитывая на сервисные предприятия;

– действующие автотранспортные предприятия, стараясь снизить себестоимость, избавляются от ремонтных цехов, предпочитая обслуживать машины на сервисных предприятиях;

– потребители новейших моделей не могут и не хотят ремонтировать их сами, стараясь избежать дополнительных затрат на специализированное оборудование и обучение ремонтников.

Для поддержания и восстановления автомобиля значительную роль играют и другие участники рынка автосервисных услуг, осуществляющие продажу автомобилей и запасных частей через специализированные магазины, автозаправочные станции, хранение автотранспорта осуществляемое в гаражах и стоянках, отдых водителей в мотелях, кемпингах и дорожных гостиницах и т.д.

2.2. СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ЗНАЧЕНИЕ РАЗВИТИЯ АВТОСЕРВИСНЫХ УСЛУГ

Экономический эффект сервиса складывается из двух частей [24]:

– вне сервисного предприятия;

– на предприятии.

Вне сервисного предприятия речь идет об экономии, общественного времени автовладельцев, которая достигается за счет своевременного выполнения работ по техническому обслуживанию и ремонту автомобилей. На самом сервисном предприятии эффект достигается за счет рационального использования средств производства, являющихся собственностью этого предприятия, и рабочей силы, занятой на нем.

Эффект развития автосервисных услуг вне СТО формируется прежде всего за счет увеличения времени использования автомобилей. Увеличение этого времени на легковом транспорте способствует повышению жизненного уровня населения, уменьшению нервно-эмоционального напряжения, связанного с эксплуатацией технически не исправного автомобиля, улучшению отдыха людей, своевременному выполнению трудовых обязанностей и т.д.

Следует заметить, что снижение затрат на поддержание автопарка в технически исправном состоянии в значительной степени зависит от своевременного в соответствии нормативным сроками выполнения работ по техническому обслуживанию. Это надо иметь в виду прежде всего автовладельцам, которые, к сожалению, часто пренебрегают указанными рекомендациями. В результате затраты на ремонт автомобиля за весь период его эксплуатации во много раз превышает его первоначальную цену.

На грузовом автомобильном транспорте общего использования, выполняющем перевозки на коммерческой основе, своевременное выполнение работ по техническому обслуживанию и ремонту способствует повышению уровня коэффициента его использования во времени (α_4) определяемого по формуле

$$\alpha_4 = \frac{Ar_{\text{раб}}}{Ar_{\text{хоз}}}, \quad (2.1)$$

где $Ar_{\text{раб}}$ – автомобиле-часы в работе за любой период времени (сутки, месяц, год); $Ar_{\text{хоз}}$ – автомобиле-часы в хозяйстве за тот же период времени.

Экономический эффект здесь формируется как на самом транспорте (транспортный эффект), так и в обслуживаемых им отраслях и видах деятельности (внутритранспортный эффект). Транспортный эффект формируется в результате снижения себестоимости перевозок, внутритранспортный – в основном производстве предприятий и организаций обслуживаемых отраслей за счет сокращения экономических потерь из-за неудовлетворительной работы транспорта. Указанная закономерность присуща всем элементам производственной инфраструктуры, независимо от ее иерархического уровня: отраслевая, региональная, локальная. На уровне предприятия первая часть эффекта в конечном итоге входит в состав эффекта, достигаемого в основном производстве, поскольку снижение себестоимости транспортных работ удешевляет это производство.

Небезынтересным как для науки, так и для практики является тот факт, что косвенный эффект развития транспорта в большинстве отраслей в несколько раз превышает прямой. Например, в сельском хозяйстве доля косвенного эффекта в 5 – 10 раз больше прямого (транспортного), получаемого от снижения себестоимости перевозок. Поэтому задача повышения эффективности транспорта заключается в максимизации суммарного экономического эффекта (прямого и косвенного).

Развитие рынка автосервисных услуг способствует улучшению экономических и финансовых показателей заводов, производящих автомобили, и росту их конкурентоспособности. Увеличиваются, в частности, такие их показатели, как объем продаж, прибыль и др.

Кроме экономического эффекта вне СТО автосервис способствует формированию социального эффекта, достигаемого в сфере охраны окружающей среды и безопасности дорожного движения. Статистика ДТП, например, свидетельствует о том, что ущерб от ДТП с участием личных автомобилей превышает соответствующий показатель для автомобилей такси и автобусов в несколько раз.

Одной из важнейших причин ДТП с участием владельцев личных автомобилей является техническая неисправность автомобиля, поэтому в этих условиях требуется дальнейшее развитие сети специализированных предприятий, выполняющих их техническое обслуживание и ремонт.

Размер воздействия отработанных газов на окружающую среду в любом случае зависит от объема их выброса. Последний определяется главным образом видом и количеством израсходованного топлива. Поэтому не случайно, что в сфере производства автомобилей решение проблемы связывается с созданием экологически стерильных двигателей, совершенствованием двигателей внутреннего сгорания, широким применением природного газа в качестве топлива для автотранспорта. Уменьшения объема вредных веществ в сфере эксплуатации автомобильного транспорта можно добиться в результате улучшения использования горюче-смазочных материалов (их экономии), а также поддержания в технически исправном состоянии узлов и агрегатов автомобиля, от которых зависит расход топлива и уровень концентрации вредных компонентов в отработанных газах, применение антиоксидантных технических средств и т.д.

На самом автосервисном предприятии экономический эффект достигается за счет рационального использования средств производства, являющихся собственностью этого предприятия, и рабочей силы, занятой на нем. В результате снижаются текущие затраты на выполнение работ, увеличивается объем продаж и прибыль.

Таким образом, развитие автосервиса способствует созданию оптимальных условий для максимального использования заложенных в автомобиле возможностей для перевозки людей и грузов; минимизации вредных последствий автомобилизации страны.

Анализ динамики основных показателей рынка услуг автосервиса в стране, выполненный в работе [24], позволил определить основные тенденции и особенности его развития:

– рост числа автотранспортных средств – основного источника формирования спроса на услуги, тенденция к преобладанию автомобилей и мотоциклов как отечественного, так и иностранного производства с длительным сроком эксплуатации;

- общая тенденция к росту объемов оказания услуг;
- увеличение доли ремонтных работ по сравнению с профилактическими.

Наличие указанных тенденций свидетельствует о необходимости создания оптимальных условий для ускоренного развития рынка автосервисных услуг.

В настоящее время ему присущи следующие недостатки, которые необходимо устранить [5]:

– низкий уровень производственно-технической базы большинства СТО;

– несовершенная система обеспечения СТО запасными частями, что связано с отсутствием у большинства заводоизготовителей машин на территории России складов с централизованным управлением запасами и отгрузкой любых деталей в течение суток;

– большой объем услуг, оказываемый в теневом секторе экономики;

– низкий уровень информационного обеспечения автосервисных предприятий, что сопровождается дефицитом технической информации: каталогов, инструкций по эксплуатации и т.д.

– отсутствие системы утилизации отходов на многих сервисных предприятиях, что приводит к ухудшению экологической обстановки в районе их размещения;

– неравномерность территориального размещения предприятий автосервиса, большая часть автосервиса, большая часть предприятий существующей сети автосервиса сосредоточена в крупных городах.

Следует иметь в виду, что низкое качество работ на СТО, отставание предложения от спроса на автосервисные услуги, нерациональное размещение СТО, отсутствие запасных частей и т.д. приводят в конечном итоге к потерям доходов клиентуры, которые превышают доходы самого автосервиса. Автопарк страны увеличивается более высокими темпами, чем развивается автосервис в стране, что приводит к экономическим и социальным потерям. Поэтому автосервису нужно уделять большое внимание, в том числе в научном обеспечении его дальнейшего развития. Нужны кадры специалистов для работы в системе автосервисных услуг: менеджеры, маркетологи и др.

2.3. МЕТОДЫ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА И ЭФФЕКТИВНОСТИ АВТОСЕРВИСА

Проблеме эффективности в новых рыночных условиях уделяется пристальное внимание. Чаще всего эффективность определяется следующим образом: "Эффективность – это одно из наиболее общих экономических понятий, характеризующих систему, в частности экономическую, с точки зрения соотношения затрат и результатов ее функционирования" [28].

Наиболее важные общеметодологические аспекты эффективности охватывают следующий круг вопросов:

- определение сущности категории эффективности производства;
- формулировку ее критерия;
- обоснование системы показателей оценки эффективности.

Эффективность производства, в нашем случае эффективность автосервисных услуг, есть соотношение между результатом производства и совокупным затраченным трудом [29]. Формула для выражения эффективности автосервисных услуг может быть представлена как соотношение конечных результатов производства к затратам или применяемым ресурсам. Представление о том, ценой каких ресурсов или затрат достигнут эффект, дает уровень экономической эффективности. Экономическая эффективность автосервисных услуг тем выше, чем больше эффект и меньше затрат [30].

Основным вопросом эффективности автосервисных услуг является выбор и обоснование критерия и показателей оценки эффективности этих услуг [3].

К примеру, половина автобусного парка крупных и средних предприятий различных видов экономической деятельности в Тамбовской области выработала свой ресурс или близка к предельным срокам эксплуатации (табл. 2.1).

**2.1. Группировка автобусов по времени пребывания в эксплуатации
в крупных и средних предприятиях различных видов экономической
деятельности тамбовской области на 1.01.2007**

	На 1.01.2006		На 1.01.2007	
	единиц	в % к итогу	единиц	в % к итогу
Автобусы, всего	1453	100,0	1317	100,0
в том числе, находящиеся в эксплуатации, лет:	132	9,1	143	10,9
до 2 лет				
2,1...5	211	14,5	213	16,2
5,1...8	194	13,4	184	14,0
8,1...10	128	8,8	105	8,0
10,1...13	333	22,9	212	16,1
свыше 13 лет	455	31,3	460	34,8

Как видно из таблицы, удельный вес автобусов, эксплуатируемых до двух лет, составляет 10,9 % от их общего наличия, свыше 13 лет эксплуатируется каждый третий автобус. Большая степень изношенности парка автобусов приводит к простоям подвижного состава из-за низкого выпуска их на линию.

В данном случае эффективность технических воздействий при автосервисе, ввиду изношенности автобусного парка, сводится к нулю.

Приведем расчет некоторых технико-эксплуатационных показателей, значение которых находится в прямой зависимости от эффективности технических воздействий при выполнении автосервисных услуг.

Коэффициент технической готовности парка автомобилей за один рабочий день α_m

$$\alpha_m = A_{гв}/A_c,$$

где $A_{гв}$ – число автомобилей, готовых к эксплуатации; A_c – списочное число автомобилей.

На величину коэффициента технической готовности влияют условия эксплуатации автомобилей, возраст подвижного состава и число новых автомобилей в предприятии, сверхплановые простои при ремонте и ТО-2, простои в праздничные дни, простои из-за отсутствия работы, необеспеченность топливом, шинами, недостаточном составе.

Коэффициент выпуска автомобилей за один рабочий день

$$\alpha_b = A_{зк}/A_c,$$

где $A_{зк}$ – число автомобилей в эксплуатации.

Сокращение простоев автомобилей на ТО и ремонте, а также в выходные и праздничные дни увеличивают коэффициент выпуска автомобилей на линию. Неполный выпуск подвижного состава на линию, а он зависит от технической готовности, снижает общие показатели работы автомобильного транспорта.

Производительность подвижного состава за время в наряде определяется произведением грузоподъемности автомобиля q , и коэффициента использования его грузоподъемности $\gamma_{ст}$ на количество ездов n_e , совершенных автомобилем:

$$Q = q\gamma_{ст}n_e.$$

Если в формулу определения производительности подвижного состава Q , t , подставить значение количества ездов и время одной ездки, то получим выражение производительности, которая зависит от технико-эксплуатационных показателей работы подвижного состава:

$$Q = q\gamma_{ст}n_e = \frac{q\gamma_{ст}T_n}{t_e} = \frac{q\gamma_{ст}T_n}{\frac{t_{ер}}{\beta_e v_t} + t_{n-p}} = \frac{q\gamma_{ст}T_n\beta v_t}{t_{ер} + \beta v_t t_{n-p}}.$$

Как видно из формулы, производительность подвижного состава формируется под влиянием нескольких технико-эксплуатационных показателей, характеризующих отдельные стороны работы автомобильного транспорта. Каждый из показателей, в свою очередь, находится под влиянием разнообразных факторов, включая организационно-экономические и материально-технические, воздействуя на которые можно изменить значения показателей, а значит и значение производительности автомобильного парка. Таким образом, необходимость и направление воздействия можно установить на основе анализа уровня показателей использования автомобильного парка.

Эффективность автосервисных услуг объективно влияет на техническое состояние подвижного состава и в конечном итоге на производительность автомобильного транспорта. Возвращаясь к формуле определения производительности автомобильного транспорта и подставляя в нее значения технико-эксплуатационных показателей, таких как время в наряде, пробега, технической скорости, значение которых зависит от технического состояния автомобилей, подтверждаем сделанные выводы.

В современной рыночной экономике применяется термин "леверидж" (рычаг), который при небольшом усилии может значительно повлиять на эффективность функционирования автосервисных услуг.

Различают: производственный леверидж – соотношение постоянных и переменных расходов $\eta_{п} = Z_{пост}/Z_{пер}$, финансовый леверидж – соотношение заемного капитала и собственного капитала $\eta_{ф} = ЗК/СК$.

Результаты анализа рентабельности должны быть направлены на повышение эффективности функционирования автосервисных услуг. Снижение себестоимости автосервисных услуг, улучшение производительности труда являются резервами роста рентабельности. Кроме того, это – ликвидация сверхнормативных запасов материальных ценностей, реализация лишних основных производственных фондов, сокращение и устранение непланируемых расходов и потерь.

Развитие автосервисных услуг характеризуется приоритетным расширением сферы (видов) этих услуг в обслуживании потребителей на региональном уровне.

Особое значение в условиях рынка следует придавать своевременному обновлению автосервиса, развивать новые виды автосервисных услуг, изучать потребности клиента.

Общий подход к определению экономической эффективности новых видов автосервисных услуг на современном этапе можно свести к следующему [31]:

- определяются варианты новых видов автосервисных услуг;
- по каждому варианту определяются затраты, результаты и экономический эффект;
- лучшим признается вариант, у которого величина экономического эффекта максимальна.

Экономический эффект рассчитываем по формуле

$$\Xi = P - Z,$$

где Ξ – экономический эффект от внедрения новых видов автосервисных услуг; P – стоимостная оценка (доходы) от реализации новых видов автосервисных услуг; Z – стоимостная оценка затрат.

Приведенные одновременные затраты и результаты всех лет периода реализации к расчетному году осуществляем путем умножения их величины за каждый год на коэффициент приведения, который рассчитывается по формуле:

$$K_{пр} = (1 + E_n)^{t_p - t},$$

где E_n – норматив затрат и результатов, численно равный нормативу эффективности капиталовложений ($E_n = 0,1$); t_p – расчетный год; t – год, затраты и результаты которого приводятся к расчетному году.

Стоимостная оценка результатов за расчетный период определяется следующим образом:

$$P = \sum_{t_n}^{t_k} P_t t,$$

где P_t – стоимостная оценка результатов в t -году расчетного периода; t_n – начальный год расчетного периода; t_k – конечный год расчетного периода.

Затраты ресурсов при организации новых видов автосервисных услуг рассчитывается следующим образом:

$$Z = \sum_{t_n}^{t_k} Z_t t = \sum_{t_n}^{t_k} (I_t + K_t + L_t) t,$$

где Z_t – величина затрат всех ресурсов в году t ; I_t – текущие издержки при производстве новых видов автосервисных услуг в году t без учета амортизационных отчислений на реновацию; K_t – единовременные затраты при производстве новых видов автосервисных услуг в году t ; L_t – остаточная стоимость (ликвидационное сальдо) основных фондов, выбывающих в году t .

В качестве обобщающего показателя эффективности функционирования автосервисных услуг можно применить региональный коэффициент успеха, который определяется по формуле:

$$K_{py} = \frac{D_{TЭО}}{Z_{TЭО}},$$

где $D_{TЭО}$ – сумма доходов от организации новых видов автосервисных услуг в регионе; $Z_{TЭО}$ – сумма затрат от организации автосервисных услуг.

Величина экономического эффекта от внедрения новых видов автосервисных услуг в регионе будет выглядеть:

$$\Xi_p = \frac{K_t}{K_{(t-1)}},$$

где K_t – коэффициент успеха в текущем году; $K_{(t-1)}$ – коэффициент успеха в следующем году.

Величина эффекта, выражения через коэффициент успеха будет определять эффективность реализации новых видов автосервисных услуг в регионе интенсивными методами.

Одним из наиболее важных и значимых показателей при оценке автосервисных услуг, является показатель качества этих услуг, оцениваемый потребителем по установленным стандартам и нормам.

В повышении уровня качества автосервисных услуг, заинтересован как потребитель, так и организатор автосервисной деятельности.

Потребителю важно получить пригодный и надежный вид автосервисных услуг и соответствие цены уровню этих услуг.

Уровень качества автосервисных услуг должен быть ориентирован на потребителя. Для решения этой задачи сформируем следующие условия:

- определим требования потребителя к определенному виду автосервисной деятельности;
- преобразуем эти требования в программу действий, положив в основу достижения в этой области;
- оценим результаты и степень удовлетворения потребителя.

Стратегия завоевания рынка автосервисных услуг состоит в том, чтобы обеспечить необходимый уровень качества этих услуг и одновременно использовать весь научно-технический потенциал в этой деятельности, делая эти услуги привлекательными для потребителя.

Исследования и разработки, выполненные учеными различных стран позволили преодолеть противоречие между повышением качества и ростом эффективности производства товаров и услуг. Применение новых идей управления позволило одновременно повышать качество и снижать затраты на производство. Потребитель практически во всех странах стал получать товары и услуги высочайшего качества по доступной цене – идея "общества потребления" воплотилась в жизнь.

В то же время стандарт качества товаров и услуг определял производитель, а запросы потребителей не учитывались, что привело к обострению противоречий между качеством и эффективностью. Развитие идей в направлении более полного удовлетворения запросов потребителя послужило началом зарождения менеджмента качества. Для того чтобы убедиться в

том, что автосервисные услуги произведены качественно, надо знать, каким требованиям они должны соответствовать и каким образом можно получить достоверные доказательства этого соответствия.

Сертификат соответствия – это документ, изданный по правилам системы сертификации, сообщающий, что обеспечивается необходимая уверенность в том, что должным образом идентифицированные автосервисные услуги соответствуют конкретному стандарту или другому нормативному документу.

3. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В СФЕРЕ АВТОСЕРВИСНЫХ УСЛУГ

3.1. ИЗУЧЕНИЕ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЙ НА РЫНКЕ АВТОСЕРВИСНЫХ УСЛУГ

Одним из важнейших условий высокой эффективности функционирования производственных предприятий при рыночных (капиталистических) отношениях является применение маркетинга, представляющего собой систему мер, направленных на успешный сбыт и реализацию товаров и услуг.

Маркетинг в сфере услуг – это комплекс мероприятий, направленных на привлечение клиентов и продвижение услуг. Исходя из вышеуказанного определения, можно выделить следующие основные направления маркетинговой деятельности на рынке автосервисных услуг:

- изучение конъюнктуры рынка (клиентов, конкурентов, соотношения спроса и предложения, цен и др.);
- разработка способов воздействия на рынок с целью привлечения клиентов и продвижения услуг.

Маркетинг на автомобильном транспорте играет особую роль ввиду специфических услуг. Они (услуги) не имеют вещественного содержания, поэтому их качественно можно оценить только после выполнения. Именно по этой причине имидж любого автопредприятия, известного высоким качеством выполнения транспортных работ, играет важную роль в привлечении клиентов.

Маркетинг включает подсистемы внутренней информации, маркетинговой разведки, маркетинговых исследований и анализа информации.

1. Подсистема внутренней информации предполагает сбор информации, формирующейся на самом предприятии и содержащейся во внутренних источниках. К внутренним источникам информации относятся, например, данные бухгалтерского учета и отчетности, данные налогового учета, данные управленческого учета, деловая переписка, поступившие претензии и жалобы клиентов и др. Информация из перечисленных источников используется, в частности, для обоснования возможности осуществления маркетинговых предложений и проектов с точки зрения экономики, финансов, производственных мощностей.

2. Подсистема маркетинговой разведки направлена на сбор текущей информации о маркетинговой среде без проведения специального маркетингового исследования. Основными источниками такого рода информации являются статистические сборники, справочники, периодические издания. К источникам текущей внешней информации, которую можно получить в готовом виде, относятся, безусловно, сотрудники предприятия, каждый из которых формально или неформально общается с различными субъектами рынка – клиентами, поставщиками, конкурентами, агентами, экспедиторами, консультантами, организаторами и посетителями выставок.

3. Подсистема маркетинговых исследований предполагает целевой сбор информации для решения конкретной проблемы, с которой предприятие сталкивается на рынке. Существует множество направлений проведения маркетинговых исследований: исследуют потребителей и конкурентов; исследуют рыночные тенденции и строят прогнозы развития рыночной ситуации; исследуют и оценивают потенциал нового продукта или нового рынка; оценивают эффективность рекламной кампании и реакцию клиентов на предоставление определенных скидок и т.д. Вне зависимости от того, какое именно исследование проводится, алгоритм проведения маркетингового исследования остается неизменным (рис. 3.1).

На этапе формирования проблемы и цели исследования необходимо определиться с тем, какая именно информация нужна и для решения какой управленческой проблемы эта информация требуется.

Цель исследования всегда связана с необходимостью решения проблемы предприятия и формулируется зачастую в тех же терминах, что и проблема.

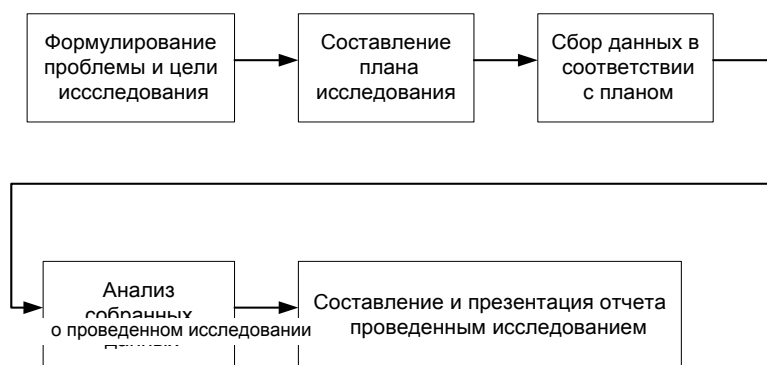


Рис. 3.1. Алгоритм проведения маркетинговых исследований

Составление плана исследования предполагает решение целого комплекса задач: определение источников данных, методов исследования, методов сбора, исполнителей; составление временного графика; составление выборочного плана и определение объема выборки, на которой будет проводиться исследование. Все перечисленные задачи должны быть взаимосвязаны, направлены на сбор требуемой информации и отражены в документе – плане маркетингового исследования.

Этап сбора данных предполагает техническую подготовку к проведению исследования (составление и апробация анкет, подготовка исполнителей) и собственно сбор данных.

На этапе анализа собранных данных осуществляется техническая обработка информации, представление информации в удобном для анализа виде, группировка данных, графическое представление информации, анализ обработанной информации с последующей формулировкой выводов и рекомендаций.

В завершение составляется отчет о проведенном маркетинговом исследовании, который предоставляется менеджеру – получателю информации.

Основными методами сбора данных при проведении маркетингового исследования является наблюдение, эксперимент, опрос.

Наблюдение предполагает непосредственное отслеживание рыночной ситуации, поведения рыночных субъектов. Например, объектом наблюдения может быть деятельность конкурента, при этом наблюдатель может представляться потенциальным, клиентом конкурента. Полезную информацию может дать наблюдение за поведением сотрудников самого предприятия, ответственных за обслуживание потребителя.

Эксперимент, как метод сбора данных ориентирован на выявление причин происходящего на рынке. Типичный эксперимент состоит в выделении нескольких сходных рынков (городов, районов, регионов) и предложении этим рынкам разных наборов маркетинговых стимулов. Например, в одном регионе автосервисное предприятие может использовать ценовые скидки, в другом – нет. Это позволит (при условии схожести рынков) оценить привлекательность скидок для потребителей.

Наиболее распространенный метод сбора данных – опрос, предполагающий получение ответов на интересующие исследователя вопросы.

Подсистема анализа информации предполагает необходимость систематизации, группировки, табулирования, статистической обработки информационных данных, применение корреляционного и регрессионного анализа с целью формулирования аналитических выводов.

Сбор, накопление информации и последующий ее анализ в настоящее время осуществляется на каждом автосервисном предприятии работниками маркетинговой службы или отдела маркетинга. На небольших предприятиях этой работой должны заниматься все служащие, однако и здесь нужно выделить одного человека, который бы непосредственно отвечал за всю маркетинговую работу.

Необходимым условием успешной маркетинговой работы в современных условиях является применение компьютерной техники.

С ее помощью на сервисных предприятиях можно [9]:

- компьютеризировать ведение документации, учетные, статистические и другие операции, начисление заработной платы и т.д.;
- использовать компьютерные технологии для выработки управленческих решений;
- организовать работу с удаленными партнерами по бизнесу и клиентами;
- создать базы данных о рынке сервисных услуг и обеспечить ее сохранность;
- защитить информацию, составляющую коммерческую тайну, от несанкционированного доступа.

На СТО компьютеризация позволяет:

- учет автозапчастей вести в разрезе поставщиков;
- на каждую запчасть вести отдельную карточку, которая содержит следующую информацию: каталожный номер, продажные и закупочные цены, ставки налогов, рекомендованный минимальный остаток (для формирования заказа на поставку);
- учет запчастей вести в разрезе применяемости для разных моделей автомобилей;
- вести учет взаимозаменяемых деталей;
- при просмотре справочника запасных частей существует возможность вывода на экран компьютеризации только тех позиций номенклатуры, которые имеются в наличии на складе.

Базы данных о парке проданных машин формируются с разбивкой по моделям, модификациям, годам изготовления. Они используются для контроля гарантийных сроков, анализа и продажи машин, прогноза реализации сервиса и продажи запасных частей. Базы данных о покупателях и заказчиках с разбивкой по категориям или группам клиентов служат для анализа и прогноза потребностей потребителей, рассылки приглашений на сервис и на рекламные мероприятия, поздравления и т.д. Базы данных о конкурентах содержат сведения о конкурентах (название фирмы конкурента, производственные возможности, виды деятельности, объем продаж, клиентура, применяемые технологии и оборудование, мотивация труда, применяемые методы менеджмента и др.).

В автосервисах с численностью работающих до 10 человек рекомендуется иметь два-три компьютера, объединенных в локальную сеть: один – для бухгалтера, остальные для директора и (или) менеджера. Это позволяет пользователям иметь ежедневный доступ к общим информационным ресурсам. На СТО с персоналом 10 – 20 сотрудников имеет смысл создать три-четыре компьютеризованных рабочих места, также объединенных в локальную сеть, которая позволяет общаться каждому компьютеру с любым другим. Кстати, локальная сеть позволяет пользоваться не только едиными базами данных, но она позволяет экономить средства на приобретение электронной техники (не надо покупать принтер для каждого компьютера; с любой машины файлы можно посылать на распечатки на общий принтер).

Многие автосервисы как крупные, так и небольшие, используют в своей работе компьютеры с выходом в Интернет.

Опыт автосервиса VOLVO в Москве, описанный в работе [5], показывает, что вся переписка между представительствами VOLVO в Москве и между работниками сервиса идет через электронную почту. Это занимает меньше времени и сокращает бумажную работу. Все заказы, наряды, приказы и т.д. проходят только через компьютер, и все нужные документы клиент также получает в виде компьютерной распечатки. С помощью компьютеров обеспечивается учет и контроль за наличием на складе запасных частей и материалов и их движением, осуществляются поиски поставщика оборудования и запасных частей.

Центр VOLVO имеет выход на свой сайт в Интернет. Зайдя на него, клиент может получить любую интересующую его информацию о сервисе. На сайте описаны все выполняемые сервисные работы и расценки на них. Там же есть информация о запасных частях. Клиент может просмотреть резюме всех работников станции и записаться на обслуживание. Если же пользователь уже ремонтировал свою машину на станции VOLVO, то ему предлагается заполнить анкету и выразить свое мнение об обслуживании. В случае, когда клиента волнует какой-либо вопрос о работе сервиса или эксплуатации своего

автомобиля, он может его задать на открытой конференции на сайте и получить квалифицированный ответ работников сервиса или рекомендации других владельцев VOLVO.

Кроме того, компания VOLVO разработала программу обучения сотрудников через Интернет. Она включает в себя тесты, обучающие задачи, вопросы.

Через глобальную сеть идет обновление всех баз данных сервис-центра. Например, при смешивании красок для получения определенного цвета необходимы рецепты, которые у всех производителей регулярно обновляются. Поэтому на участке кузовного ремонта для получения более точной и оперативной информации используют сайт немецкой компании – производителя красок "Глазурит". А для получения новых технологических карт восстановления геометрии кузова – сайт шведской компании CAR-O-LINER.

Большинство систем управления современных автомобилей, как известно, представляют собой сложную систему узлов и агрегатов, которые подключаются к центральному компьютеру машины. И после замены какой-либо детали нередко надо перепрограммировать компьютер автомобиля. Разумеется, вся информация поступает прямо из концерна VOLVO в Швеции, при этом используется специально разработанная программа VADIS. Также в Интернете есть последние версии каталогов запчастей для автомобилей VOLVO, однако ими могут воспользоваться только официальные дилеры компании.

Одной из важнейших задач маркетинга, проводимого на СТО, является изучение спроса на автосервисные услуги.

К числу факторов, оказывающих непосредственное влияние на величину спроса, следует отнести [18]:

- парк автомобилей, находящихся в личном пользовании граждан и в собственности организаций, его общая численность и структурные характеристики (распределение по маркам и моделям, величина годового и общего пробега с начала эксплуатации, срок службы, общее техническое состояние);

- уровень организации автотехобслуживания – количество станций технического обслуживания и других предприятий отрасли, их производственные возможности, номенклатура и комплексность производимых работ; время обслуживания клиентов, зависящее от пропускной способности постов по каждому виду ремонта; удобство для клиента размещения сети автосервисных предприятий, резервы запасных частей (как для производства, так и для продажи); средний уровень качества работ, а также ряд экономических показателей – цены на услуги и запасные части, обеспеченность ресурсами и т.д.;

- состояние дорожной сети, протяженность и плотность автомобильных дорог и их состояние, интенсивность дорожного движения и соответствие ему размещения СТО по территории города, района, области;

- плотность размещения автосервисных предприятий и других предприятий системы обслуживания автотранспорта и владельцев (оптимальное размещение позволяет снизить непроизводительные потери времени и средств клиентов);

- надежность конструкции и качество автомобилей (обеспечивается автомобильной промышленностью за счет выпуска машин новых конструкций, обладающих большей эксплуатационной надежностью и ремонтпригодностью);

- качество горюче-смазочных материалов и запасных частей (низкий уровень качества ведет к росту спроса на услуги автосервиса);

- условия эксплуатации и хранения автомобиля, уровень квалификации водителей, интенсивность дорожного движения и др.;

- комплекс социальных условий – демографическая характеристика населения, структура занятости с дифференциацией по уровням доходов, квалификация владельцев автомобилей как водителей, общий уровень их технического образования, навыков, склонность к самообслуживанию, транспортная подвижность населения, соблюдение экономических требований к размещению предприятий автосервиса и т.п.

Учесть все вышеперечисленные факторы при определении и прогнозировании спроса на автосервисные услуги практически невозможно, поэтому на практике ориентируются главным образом на численность автопарка, качество услуг, цены на услуги, доходы населения.

Большое значение в этих условиях имеет применение при прогнозировании спроса экономико-математических методов и моделей, позволяющих получить оптимальное значение показателя.

В работе [6], например, предлагается модель прогнозирования спроса на услуги автосервисной отрасли, которая является многофакторной динамической моделью и определяет прямые и обратные связи между переменными. В ней учитываются цены на сервисные услуги, доходы населения, численность и структура парка автомобилей, качество обслуживания.

В Московском государственном техническом университете (МАДИ) разработана методика количественной оценки спроса на услуги автосервиса. Исходными данными для оценки являются:

- численность жителей на текущий момент и на перспективу;
- насыщенность населения легковыми автомобилями на текущий момент и на перспективу (авт./1000 жителей);
- показатель динамики изменения насыщенности населения автомобилями на ретроспективном периоде, т.е. за ряд лет до рассматриваемого текущего момента времени;

- коэффициент, учитывающий долю владельцев, пользующихся услугами предприятий автосервиса;

- вероятностное распределение обслуживаемых на предприятии автосервиса автомобилей по моделям;

- средняя наработка в тыс. км на один автомобилезаезд на предприятие по моделям;

- интервальное распределение годовых пробегов моделей автомобилей.

Решение данной задачи может базироваться на использовании зависимости, учитывающей динамику показателя насыщенности населения автомобилями в прошлом, а также состояние показателя в настоящем и в будущем.

Для оценки текущего состояния спроса для действующих предприятий сервиса используются следующие показатели:

- фактическое годовое количество обращений на предприятие автосервиса;

- процент удовлетворения спроса;

- процентное распределение заездов автомобилей по моделям на предприятия автосервиса.

Результаты, полученные при прогнозировании спроса по представленной методике, могут быть использованы в двух направлениях:

1) для разработки на государственном и муниципальном уровне программы долгосрочного развития рынка услуг автосервиса. Прогнозирование спроса населения на автосервисные услуги в данном случае является, по существу, научной гипотезой, выполняющей роль ориентира при разработке плана эффективного развития;

2) для технико-экономического обоснования проекта станции технического обслуживания: расчета по мощности, размерам и типу предприятия автосервиса (специализированная, универсальная). При этом под мощностью предприятия автосервиса понимается выполняемый на ней объем работ техобслуживания и ремонта автомобилей. Проектирование и последующее строительство любого предприятия автосервиса необходимо увязывать с перспективой увеличения парка автомобилей и насыщенности ими населения.

Размер предложения автосервисных услуг определяется в первую очередь спросом на них, а также факторами внешней среды. К последним относятся, например, наличие адекватной нормативно-правовой базы; развитие технологии и разработка нового оборудования для технического обслуживания и ремонта автомобилей; наличие или отсутствие нормально функционирующей системы инвестирования и кредитования автосервисных предприятий и индивидуальных предпринимателей, осуществляющих ремонтные работы; налоговая политика в сфере автосервисных услуг в целом по стране и др. Изменение хотя бы одного из перечисленных факторов приводит к изменениям предложения на рынке услуг: оно увеличивается или уменьшается независимо от спроса на них.

Например, государственная поддержка субъектов малого предпринимательства, осуществляющих свою деятельность в сфере автосервисных услуг, применение льготного кредитования и налогообложения способствуют увеличению количества предприятий автосервиса. Внедрение новых технологий технического обслуживания и ремонта автомобилей и нового прогрессивного оборудования способствует повышению качества и номенклатуры оказываемых услуг и др.

Автосервисные предприятия, выполняющие техническое обслуживание и ремонт подвижного состава, должны систематически изучать конкурентов. С этой целью рекомендуется устанавливать перечень всех операций собственной фирмы [5], после чего по каждой операции определяются характер их выполнения, качество цены, применяемые методы организации и стимулирования труда работников и другие данные у конкурирующих фирм. Полученная информация тщательно изучается, выявляются слабые и сильные стороны в работе конкурентов. Затем разрабатывается стратегия собственной фирмы, реализация которой позволит ей успешно функционировать и развиваться.

Источниками информации о конкурентах могут быть: публикации и открытые отчеты конкурентов; сведения бывших служащих конкурента; обзоры рынков и доклады экспертов; устраиваемые конкурентами ярмарки и выставки, а также издаваемые ими брошюры; анализ изделий конкурентов; сведения клиентов конкурентов, поставщиков, рекламных агентов.

Внутренние перемены в фирме оказывают прямое влияние на объем продаж, поэтому при подготовке прогноза рассматривают вероятное изменение себестоимости, предполагаемые изменения в организации автосервисных услуг, изменение или расширение программы продвижения услуг, запланированные изменения в производственных мощностях, квалификацию дилеров, финансовое положение фирмы и т.д.

Необходимо изучать парк автомобилей тех марок, моделей и модификаций, которые интересуют сервисную фирму или предпринимателя, выполняющего ремонтные работы. В частности, установить численность, пробег с начала эксплуатации, интенсивность эксплуатации, тенденции в изменении состава автопарка. Эти сведения используются для определения потребности в ремонтах и в запасных частях конкретных наименований. Например, при эксплуатации техники в условиях большой запыленности чаще меняют фильтры, при интенсивной эксплуатации по пробегу необходимо чаще производить техническое обслуживание и ремонт и т.д.

Если СТО занимается ремонтом автомобилей иностранного производства, необходимо изучать нормативные акты о регулировании импорта таких машин, запасных частей и принадлежностей к ним. Это позволит определить затраты на их приобретение, правильное и своевременное направление развития фирмы на ближайшую перспективу. Дело в том, что экспортно-импортная политика стран может изменяться: может изменяться, например, размер таможенных пошлин, акцизные сборы и операции, которые оказывают огромное влияние на уровень цен на иномарки и запасные части к ним.

Совокупность факторов, определяющих развитие спроса и предложений на рынке автосервисных услуг находится в сложной динамической взаимосвязи. Изменение действия одних факторов вызывает изменение действия других.

В процессе исследования рынка автосервисных услуг необходимо объяснить механизм действия системы факторов и изменить совокупные результаты их влияния на объем и структуру спроса и предложения.

Формализованная модель рынка представляет условное отображение реальной действительности и схематически выражает внутреннюю структуру и причинные связи данного рынка. Для каждого рынка система показателей может иметь различное число уравнений и понятий, однако в любом случае она должна включать в себя уравнения спроса и предложения.

При моделировании мы должны четко понимать, что нас интересует функционирование чисто конкурентных рынков автосервисных услуг. Подобные рынки предполагают большое число клиентов и предприятий автосервиса, заинтересованных в реализации однотипных автосервисных услуг. Точнее, мы имеем в виду тот тип рынка, где равновесная цена и эластичность спроса выявляются посредством согласованных решений потребителей и предприятий автосервиса.

Рассмотрим ряд понятий, которыми будем оперировать при моделировании рынка, как элемента системы управления маркетингом предприятия автосервисных услуг.

Спрос – специфическое экономическое понятие. Спрос изображается в виде графика, показывающего количество автосервисных услуг, которым потребители готовы и в состоянии воспользоваться по некоторой цене из возможных в течение определенного периода времени цен (рис. 3.2).

В свою очередь предложение можно определить как шкалу, показывающую разные количества автосервисных услуг, которые предприятие автосервиса желает и способен оказать и предложить на рынке по каждой конкретной цене из ряда возможных цен в течение определенного периода времени.

При построении кривых спроса и предложения исходим из допущения, что цена служит самой важной детерминантой количества любых предлагаемых автосервисных услуг. Однако, кроме цены существуют неценовые детерминанты, изменение которых вызывают изменения в спросе и предложении.

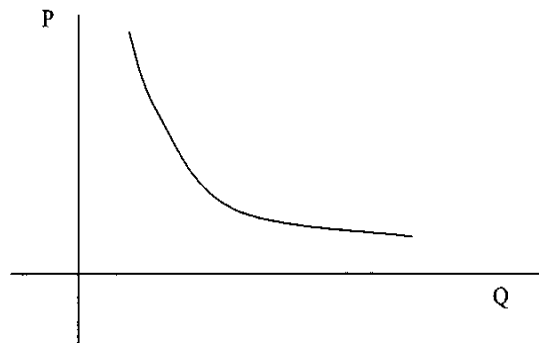


Рис. 3.2. Кривая рыночного спроса:
P – цена услуг; *Q* – величина спроса

Таким образом, при построении кривых спроса и предложения предполагается допускать, что неценовые детерминанты остаются неизменными.

Основные факторы, влияющие на изменение спроса и предложения приведены в табл. 3.1.

3.1. Неценовые детерминанты спроса и предложения

Спрос	Предложение
1. Потребительские вкусы	1. Цены на ресурсы
2. Число потребителей	2. Технология
3. Доходы	3. Налоги и дотации
4. Цены на сопряженные сервисные услуги	4. Цены на другие сервисные услуги
5. Ожидание потребительских сервисных услуг	5. Ожидание потребительских сервисных услуг
	6. Число предприятий автосервиса

На данном этапе моделирования будем считать предложение виртуальным понятием и исходить из того, что предприятие автосервисных услуг способно полностью покрыть любой спрос. От этого упрощения откажемся на дальнейших этапах построения системы управления маркетингом, когда будет замкнута обратная связь.

Рыночный спрос – это общий объем представленных автосервисных услуг на определенном рынке (определенном виде автосервисных услуг) за определенный период времени *Q*.

Первичный (нестимулированный спрос) – суммарный спрос на все виды автосервисных услуг, реализуемые без использования маркетинга – *Q*₀. Этот спрос существует на рынке даже при отсутствии маркетинговой деятельности.

Рыночный потенциал – предел, к которому стремится рыночный спрос при приближении затрат на маркетинг в отрасли к такой величине, что их дальнейшее увеличение уже не приводит к росту спроса и предложения при определенных условиях внешней среды – *Q*_{max}.

С определенными допущениями можно считать, что

$$Q_{\max} = \lim_{Z \rightarrow \infty} , \quad (3.1)$$

где *Z* – маркетинговые затраты.

Текущий рыночный спрос – объем автосервисных услуг за определенный период времени в определенных условиях внешней среды, при определенном уровне использования инструментов маркетинга предприятиями автосервиса – *Q*_{Ti}.

Показатель рыночной доли – это отношение представленных автосервисных услуг данного предприятия к суммарному объему представленных автосервисных услуг, осуществленному всеми предприятиями, действующими на данном рынке автосервиса – *D*.

Очевидно, что

$$D = Q_{Ti} / Q_{\max} . \quad (3.2)$$

Графически эти понятия можно представить в виде, показанном на рис. 3.3.

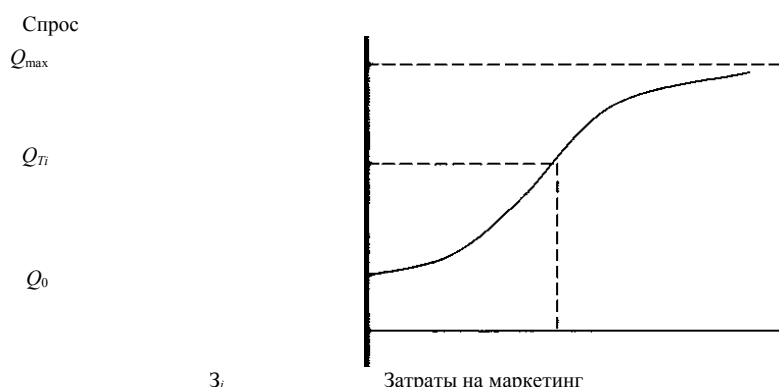


Рис. 3.3. Зависимость спроса от затрат на маркетинг

Очевидно, что интенсивность изменения спроса есть функция большого числа переменных показателей. В упрощенном виде можно предположить, что

$$u = f(z, p, k, g, q),$$

где p – цена продукции; k, g, q – коэффициенты, характеризующие соответственно: конкурентоспособность продукции, географическое положение рынка, качество услуг.

Удельное изменение текущего спроса относительно общего рыночного спроса можно записать в виде

$$d\left(\frac{Q_T}{Q}\right) = u d\tau, \quad (3.3)$$

где τ – время.

Очевидно, что $Q_T = Q_0$ в момент $\tau = 0$ при $z = 0$; $Q_T = Q_{T_i}$ в момент $\tau = \tau_i$ при $z = z_i$.

Для малых приращений имеем

$$\frac{Q_{T_i} - Q_{T_{i-1}}}{Q_i - Q_{i-1}} = u(\tau_i - \tau_{i-1}).$$

Учитывая, что $Q_{T_i} = Q_{i-1} = Q$ получаем следующее дискретное уравнение:

$$Q_{T_i} = Q_{T_{i-1}} + uQ\Delta\tau. \quad (3.4)$$

Полученное выражение позволяет проследить изменение спроса на рынке автосервиса при изменении основных детерминант.

При определении существующих и перспективных потребностей, а также уровня эффективности предоставляемых автосервисных услуг, проводится оценка потенциального спроса и сложившейся конъюнктуры на данном сегменте рынка, в том числе собственной доли рынка, которую предприятие автосервиса может охватить без привлечения значительных инвестиций, и доли рынка, занимаемой основными конкурентами.

3.2. СЕГМЕНТИРОВАНИЕ И ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЕМКОСТИ РЫНКА АВТОСЕРВИСНЫХ УСЛУГ

При проведении маркетинговых исследований рынка необходимо самое серьезное внимание уделить возможным покупателям услуг. Изучаются их потребительские привычки, характер запросов, потребительские возможности и другое, что необходимо для сегментирования рынка автосервисных услуг, определения его емкости. В свою очередь, размеры емкости рынка могут быть использованы при проектировании СТО и разработке мероприятий по продвижению услуг на действующем СТО.

Емкость рынка – это объем продаж, который можно иметь в данном регионе при сложившихся условиях и платежеспособном спросе [5].

В конкретный момент времени емкость рынка зависит от количества автомобилей, интенсивности их эксплуатации, уровня цен, которые формируют спрос, уровень платежеспособности населения и др. Она определяется количеством (уровнем) потребления товаров и услуг конкретными гражданами, составляющими определенный сегмент рынка (целевой рынок). Сегментов рынка может быть много, поэтому для определения емкости всего рынка нужно предварительно определить емкость каждого его сегмента. Для каждого сегмента (группы покупателей) рекомендуется свой комплекс мероприятий по организации рынка автосервисных услуг и маркетинга.

Сегментация позволяет специализировать СТО и предлагать тем самым услуги в соответствии с запросами потребителей, проводить адресную рекламу, создавать основу для разработки бизнес-плана развития предприятия, развивать конкурентные преимущества и т.д.

Существует большое количество признаков сегментирования рынка автосервисных услуг. Сначала рекомендуется клиентов в любой сфере услуг разделить на две группы: индивидуальные клиенты и клиенты-организации. Эти два сегмента потребителей услуг имеют как общие черты, так и различия, однако базовые (основные) услуги могут предлагаться и тому, и другому сегменту.

Два выделенных основных сегмента рынка в свою очередь могут быть разделены на более мелкие сегменты [24].

Сегментация рынка по признакам потребителей. Потребителей автосервисных услуг можно разделить на группы (сегменты) по различным признакам, в каждом из которых имеются свои особенности в формировании спроса.

По уровню доходов населения. Цены на услуги в более "доходных" регионах выше, чем в менее "доходных".

По месту проживания. На морском побережье спрос на проведение работ по антикоррозийной обработке кузова будет выше, чем в регионах с сухим климатом. В свою очередь в районах с сухим климатом – большая востребованность в работах по частой замене масла, чистке салона и т.д.

По социальному статусу. С точки зрения социального статуса, автовладельцы подразделяются на несколько категорий. В работе [21] выделяются, например, следующие категории.

1. Элита общества: представители высшей государственной власти, управленческой сферы и сферы производства и предпринимательства; деятели литературы и искусства, науки и техники.

2. Люди с высоким социальным статусом: государственные чиновники высокого уровня; научно-техническая интеллигенция; руководители крупных предприятий, организаций и фирм; люди творческой работы, которые не принадлежат к элите.

3. Люди со статусом, выше среднего: научная и педагогическая интеллигенция; руководители предприятий; представители литературы и искусства; бизнесмены.

4. Люди со средним социальным статусом: специалисты разных профилей, педагоги; высококвалифицированные работники; руководители "тактического" уровня; бизнесмены; инженерно-технические работники.

5. Люди с низким социальным статусом: мелкие служащие, квалифицированные и малоквалифицированные работники.

6. Люди с очень низким социальным статусом: неквалифицированные работники, пенсионеры, нуждающиеся в материальной поддержке.

По уровню технической подготовленности. Среди автовладельцев выделяются и те, кто хорошо знает автомобиль и может отремонтировать его сам и кто не знает автомобиль и методы его ремонта.

По наличию производственных условий. Потребители, которые могут сами отремонтировать автомобиль, должны располагать для этого необходимыми условиями (иметь гараж, ремонтное оборудование и др.).

По демографическим признакам. Потребителей услуг (мужчин и женщин) группируют по возрасту. В каждой такой возрастной группе имеется свое особое отношение к автосервису. Женщины, например, почти все полностью доверяют СТО свои проблемы с автомобилем.

Сегментация рынка по параметрам услуг. Этот вид сегментации проводится согласно параметрам товаров и услуг. В отдельный сегмент рынка группируются конкретные услуги, которые предоставляются независимо от марок и моделей автомобилей, например, такие, как шиномонтаж и балансировка колес, мойка автомобилей, диагностика, рихтовочно-смазочные работы, ремонт электрооборудования, рихтовка и покраска дисков колес, покраска номерных знаков, замена масла и т.п.

Сегментация рынка по параметрам услуг дает возможность работникам автосервиса оценить емкость рынка и его привлекательность для конкретных групп потребителей. Если автовладельцу, независимо от марки и модели его автомобиля, необходимо смонтировать колесо или заменить масло в двигателе, то он отдаст предпочтение тому, кто сделает это лучше, за меньшую цену, с более высоким технологическим уровнем обслуживания.

Потребителей автосервисных услуг (заказчиков) можно разделить на 4 группы [13].

1. Владельцы личных автомобилей, главным образом легковых, использующие их не для предпринимательских целей.
2. Индивидуальные предприниматели автовладельцы, осуществляющие перевозки пассажиров и грузов на коммерческой основе.
3. Специализированные автотранспортные предприятия общего пользования, выполняющие транспортные услуги на коммерческой основе.
4. Предприятия и организации различных отраслей экономики (промышленности, строительства и др.), располагающие собственным автомобильным парком (ведомственный автотранспорт).

Для легкового автопарка населения характерна неравномерность распределения по территории страны, сезонность эксплуатации, меньшие среднегодовые пробеги, большой срок службы автомобилей. В основном легковые автомобили сконцентрированы в городах и пригородных зонах. Наибольшая концентрация наблюдается в крупных административных и промышленных центрах страны.

Продолжительность эксплуатации автомобилей индивидуальных владельцев в течение года находится в пределах 9–10 месяцев, при этом большая часть указанных автомобилей в зимний период не эксплуатируется. В Центральной европейской части России, например, начало массовой эксплуатации приходится на апрель, а окончание – на октябрь. Годовой пробег автомобилей личного пользования составляет около 10 тыс. км, что меньше, чем автомобилей, используемых в предпринимательских целях. Выбракровка (списание) автомобилей личного пользования не производится, за исключением автомобилей, которые с технической точки зрения восстанавливать нецелесообразно или невозможно (после аварий, со значительной коррозией кузова и т.п.), что сопровождается увеличением срока службы.

Автовладельцы первой и второй групп осуществляют как транспортный процесс, так и поддержание автомобиля в технически исправном состоянии, и, в соответствии с законодательством, несут полную ответственность за эксплуатацию и техническое состояние автомобиля и соблюдение правил дорожного движения. Они самостоятельно определяют и учитывают пробег, время эксплуатации, затраты и т.д. Работы по ТО и ремонту выполняют сами, с помощью других лиц или на СТО. При этом время проведения работ они устанавливают также самостоятельно. ТО проводится чаще всего нерегулярно, а заезды на СТО отличаются сезонностью и неравномерностью.

Кроме того, эксплуатация автомобилей личного пользования также характеризуется длительными простоями в условиях безгаражного хранения, более низкой профессиональной квалификацией водителей, нерегулярным проведением ТО, ремонта и контроля технического состояния автомобиля, неравномерностью заездов автомобилей на автообслуживающие предприятия, частичным проведением ТО и ТР методом "самообслуживания" без соответствующего обеспечения и контроля качества работ.

Автотранспортные предприятия общего пользования в основном своими силами выполняют техническое обслуживание и ремонт подвижного состава, располагая для этого соответствующей материально-технической базой и квалифицированными специалистами. Причем, на таких предприятиях техническое обслуживание осуществляется в соответствии с графиком. Часть автотранспортных предприятий (в основном мелкие предприятия), не располагают ремонтной базой, поэтому охотно идут на заключение договоров с СТО для проведения всех видов работ по поддержанию автопарка в технически исправном состоянии.

Изучение потребителей важно для проведения эффективной торговой или сервисной политики. Оно помогает установить особенности покупателей данного рынка, определить, какие услуги или товары им необходимы, где им удобнее покупать, когда, в каком количестве, как часто они приобретают и как используют товары.

Сегментация рынка требует большого объема информации о рынках и потребителях. Это может быть информация, которая уже есть, например, данные статистике о числе автомобилей, о производственных мощностях автосервиса, о количестве жителей в городах и областях, отчетные данные СТО и фирм, информация в периодических изданиях и информация, которую еще надо получить впервые. В совокупности получение информации и ее анализ называются изучением рынка. Оно дает ответ на вопрос о характеристиках и емкости рынка, возможностях различных сегментов рынка и СТО для работы на рынке.

Определение емкости рынка автосервисных услуг

Различают три вида емкости рынка [13]:

- 1) общая емкость рынка;
- 2) остаточная емкость рынка;
- 3) объем услуг сегмента рынка (географического, по маркам автомобилей, по видам работ).

Объем емкости рынка автоуслуг E рассчитывается по формуле

$$E = \sum (T_{\text{top}} - T_{\text{co}}) \Pi_p, \quad (3.5)$$

где T_{top} – общая трудоемкость технического обслуживания и ремонта автомобилей, человеко-ч; T_{co} – трудоемкость самообслуживания, человеко-ч; Π_p – средняя рыночная цена нормо-часа.

Трудоемкость ТО и ремонта рассчитывается, исходя из общего пробега автомобиля:

$$T_{\text{top}} = \frac{L_{\text{об}} t}{1000}, \quad (3.6)$$

где $L_{\text{об}}$ – общий пробег, км; t – удельная трудоемкость на 1 тыс. км пробега.

Методика определения трудоемкости ТО и ремонта подвижного состава подробно изложены в учебной литературе по технической эксплуатации автомобилей, в том числе в работах [15, 22].

Остаточная емкость рынка определяется как разность между общей емкостью и освоенной емкостью или как произведение остаточной трудоемкости на цену, которая сложилась на рынке.

Емкость сегментов географического рынка рассчитывают следующим образом:

- 1) определяется общий пробег автопарка района, при этом число автомобилей, имеющих в данном районе, умножают на среднегодовой пробег этих автомобилей;
- 2) рассчитывается общая трудоемкость работ по ТО и ремонту подвижного состава;
- 3) определяется емкость рынка с учетом платежеспособного спроса, при этом трудоемкость умножается на среднюю цену 1 чел. часа, сложившуюся в данном регионе.

Подробные расчеты выполняются по каждому сегменту рынка: легковым автомобилям всех марок и моделей; легковым автомобилям отдельных марок и моделей; грузовым автомобилям; видам работ или услуг и т.д.

В случае отсутствия остаточной емкости рынка автоуслуг следует больше внимания уделить тем достоинствам (преимуществам), которых нет у действующих СТО. Преимущества могут быть выявлены в результате маркетинговых исследований рынка, изучения конкурентов. Такими преимуществами могут быть: более высокий уровень культуры обслуживания, высокое качество выполнения услуг; более высокие гарантии; удобный режим работы; более высокий уровень технологии и квалификации персонала; выполнение работ, которые существующие СТО не производят или производят их на низком уровне и при высоких ценах и т.д.

При определении емкости рынка автомобилей отдельных марок нужно установить их численность в регионе, конкурентов, осуществляющих продажу автомобилей этой марки, потенциальных покупателей (сегмент рынка). Потенциальных покупателей определяют по платежеспособности отдельных слоев населения или уровню доходов на одного человека.

При определении емкости рынка запасных частей и материалов сначала следует определить техническую потребность в запасных частях, которая зависит от числа автомобилей, их надежности интенсивности эксплуатации.

$$n = \frac{L_{\text{год}} N_a}{l_{\text{нг}}}, \quad (3.7)$$

где n – число потребных деталей, шт.; $L_{\text{год}}$ – годовой пробег автомобилей одной марки, км; N_a – число автомобилей одной марки, шт.; $l_{\text{нг}}$ – нормативный пробег детали, км.

После определения технической потребности региона в запасных частях необходимо установить долю (объем продаж) СТО в общем объеме продаж. Она рассчитывается исходя из производственных возможностей всех СТО, имеющих в регионе, сложившегося уровня цен на запасные части различного наименования и других факторов. Большое значение в установлении объема продаж имеют пробные продажи, суть которых заключается в следующем. СТО берет на продажу пробную партию запасных частей определенного наименования и изучает спрос на них в зависимости от цены. Повышая или снижая цену она выходит на приемлемую цену и устанавливает тот объем продаж, который может быть реально достигнут.

Объем продаж (емкость рынка) может быть установлен с помощью математических моделей, которые включают все факторы, оказывающие существенное влияние на объем продаж. В качестве примера можно сослаться на опыт фирмы "PS-Market" в Германии, которая имеет постоянную статистику продаж. Анализируя ее при помощи математических моделей, фирма получает прогнозы емкости рынка. Аналогичный подход при определении емкости рынка применяет отечественная фирма АВИ, которая продает запасные части в сети автомагазинов "Лада". По результатам анализа статистики продаж фирма определяет не только объем, но и номенклатуру необходимых запасных частей. Так, имея данные о количестве обращений на СТО владельцев автомобилей ВАЗ за месяц, АВИ может точно определить, сколько и каких запасных частей нужно для обеспечения такого количества обращений.

В качестве факторов, оказывающих влияние на формирование объема продаж (емкость рынка запасных частей) и которые можно включить в математическую модель, следует назвать число автомобилей, интенсивность их эксплуатации, средний срок службы автомобилей, платежеспособный спрос и т.д. Анализ можно проводить методом множественной корреляции.

3.3. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА АВТОСЕРВИСНЫЕ УСЛУГИ

Ценообразование и ценовая политика имеют важное значение в системе маркетинговых мероприятий на рынке автосервисных услуг.

Особенности ценообразования в автосервисе сводятся к следующему [13]:

1. Ценообразование на фирменных и независимых (общего пользования) СТО отличается друг от друга. Ценообразование на фирменных станциях тесно связано с ценовой политикой предприятия-производителя. Они действуют

самостоятельно, но в пределах ценовой политики фирмы. Станции общего пользования не имеют таких ограничений и проводят ценовую политику по своему усмотрению.

2. Станции – это малые предприятия, в которых цены и ценовую политику определяют небольшое число специалистов, что приводит к ошибкам.

3. Потребитель чаще всего практически оценивает потребительскую ценность услуги только после ее выполнения.

4. В большинстве случаев услуги на разных конкурирующих станциях мало чем отличаются между собой, и по этой причине любая станция не может действовать только по своему усмотрению относительно ценообразования. Если она будет иметь цены выше, чем на других станциях, то просто лишится клиентов. Устанавливать цены ниже, чем у конкурентов, тоже нецелесообразно, ибо можно потерять часть доходов и прибыли.

При установлении цен на различные виды автосервисных услуг можно использовать методы, рассмотренные в работе О.Д. Маркова [13].

1. Установление цен на основе затрат, при этом размер прибыли в цене устанавливается по инициативе (предложению) СТО, которая при этом руководствуется разными факторами (например, экономическим состоянием предприятия).

2. Установление цены на основе осязаемой ценности товара. В автосервисе суть данного метода заключается в том, что за одну и ту же услугу можно заплатить разную цену в зависимости от того, в каких условиях она предоставляется. Например, на элитарной СТО услуга стоит дороже, чем на фирменной СТО. В свою очередь на фирменной СТО она будет выше, чем на СТО общего пользования.

3. Ориентация на конкурентов с отклонением от них в зависимости от наличия или отсутствия конкурентных преимуществ СТО или конкретной услуги.

4. Расчет цены на основе безубыточности и обеспечения целевой прибыли. В основе данного метода лежит график безубыточности

(рис. 3.4), на котором представлен характер поведения различных экономических показателей в зависимости от объема продаж. При этом под переменными затратами понимаются те составляющие их себестоимости услуг, которые зависят от объема их продаж (материалы,

Пр, Д, С

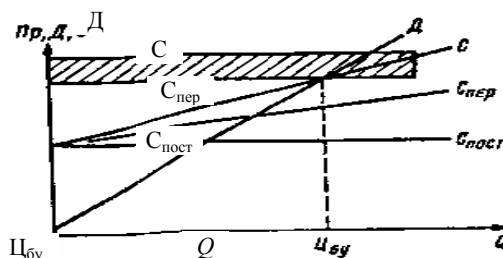


Рис. 3.4. График безубыточности:

Пр – прибыль; Д – доход; С – себестоимость услуг;
 $C_{пер}$ и $C_{пост}$ – соответственно переменные и постоянные затраты;
 Q – объем продаж; $Ц_{бв}$ – граница безубыточности

запасные части, заработная плата рабочих, электроэнергия и др.). Постоянные затраты от объема продаж не зависят (амортизационные отчисления на восстановление основных производственных фондов, накладные расходы, включая общепроизводственные и цеховые).

$$\text{Прибыль } \text{Пр} = \text{Д} - \text{С} = \sum_{i=1}^i \text{Ц}_i Q_i - (\text{С}_{пост} + \text{С}_{пер}) .$$

Граница безубыточности (рентабельности) находится при условии, что прибыль больше или равна нулю ($\text{Пр} \geq 0$), т.е. $Ц_{бв} = \text{С} / \text{Ц}$. Так уровень цены устанавливается в том случае, если предприятию не выгодно иметь прибыль (например, при значительных налогах на нее).

Если предприятие хочет иметь целевую прибыль, ее можно рассчитать по формуле

$$\text{Пр}^н = Q_i \text{Ц}_i - (\text{С}_{пост} + \text{С}_{пер}^н Q) ,$$

при этом цена $Ц = \frac{\text{Пр}^н}{Q} + \text{С}_{пост} + \text{С}_{пер}$.

Указанный способ можно использовать при определении цены на каждую услугу (работу). Ниже приводится пример определения цены регулирования углов установки управляемых колес автомобиля, который рассмотрен в работе [13].

Пример. Постоянные затраты при эксплуатации стенда регулирования углов установки управляемых колес автомобиля составляют 100 р. в месяц, переменные затраты на одно регулирование – 2 р. Нужно определить, при каком объеме работ и при какой цене эксплуатация стенда будет безубыточной, какой объем и при какой цене может иметь СТО для получения желательной целевой прибыли.

Решение. Общие затраты на эксплуатацию стенда равняются при 100 обслуживаниях в месяц $100 + (2 \cdot 100) = 300$ р. Отсюда цена безубыточности $Ц_{бв} = 300/100 = 3$ р. Если объем составит 150 обслуживаний в месяц, то цена безубыточности уменьшится:

$$\frac{100 + 2 \times 150}{150} = 2,66 \text{ р.}$$

При 200 обслуживаниях будем иметь: $Ц_{бв} = \frac{100 + 3 \times 200}{200} = 2,5$ р. Далее рассчитаем цену, которая обеспечит целевую прибыль при заданном объеме производства услуг. Например: целевая прибыль составляет 200 р. в месяц, следовательно, при объеме обслуживаниях:

- 200 в месяц $Ц = 2000/200 + 100/200 + 2 = 12,5$ р.;
- 300 в месяц $Ц = 2000/300 + 100/300 + 2 = 9$ р.;
- 400 в месяц $Ц = 2000/400 + 100/400 + 2 = 7,95$ р.

Таким образом, график безубыточности дает возможность (зная пределы цены, факторы, влияющие на объем услуг) регулировать эти показатели для получения необходимой целевой прибыли.

В табл. 3.1 приведены параметры, определяющие потребительскую стоимость услуги (замена шаровых опор).

3.1. Определение цены на услуги на основе конкурентоспособности СТО

Показатели конкурентоспособности	СТО-1			СТО-2		СТО-3	
	Весовой коэффициент, %	Параметрический коэффициент, %	Взвешенный параметрический коэффициент	Параметрический коэффициент, %	Взвешенный параметрический коэффициент	Параметрический коэффициент, %	Взвешенный параметрический коэффициент
Качество работы	30,0	70,0	21,0	60,0	18,0	90,0	27,0
Гарантия на выполненную работу	10,0	90,0	9,0	70,0	7,0	80,0	8,0
Качество запасных частей	30,0	60,0	18,0	60,0	18,0	90,0	27,0
Гарантия на запасные части	10,0	40,0	4,0	10,0	1,0	70,0	7,0
Расстояние до СТО	3,0	90,0	2,7	50,0	1,5	20,0	6,0
Затраты времени клиента 1 нормо-часа услуг	5,0	50,0	2,5	30,0	1,5	70,0	3,5
Качество технологического оборудования	2,0	60,0	1,8	50,0	1,0	90,0	1,8
Культура обслуживания	10,0	100,0	10,0	40,0	4,0	80,0	8,0
Итого	100,0		69,0		52,0		88,3

Эксперты (ими могут быть специалисты станции) по своему усмотрению заносят в анкету перечень параметров, которые по их мнению значимы для потребителя. Клиенты оценивают весовой индекс параметра. После обработки анкет методами математической статистики получают весовые коэффициенты и отбрасывают те, которые не имеют значения для потребителей. Затем процедура анкетирования повторяется, но уже среди заказчиков, которые ремонтируют автомобили на 1-й, 2-й и 3-й станциях.

Получив таким образом средневзвешенные значения параметрических коэффициентов, сравнивают их значения на рассматриваемых станциях:

	СТО-1	СТО-2	СТО-3
Средневзвешенный параметрический коэффициент конкурентоспособности	69,0	52,0	88,3
Приведенный индекс, %	100,0	75,4	128,0

При ценообразовании надо учитывать не только конечное восприятие цены потребителями. Не меньшее значение имеет и то, как принимаются цены работниками, оказывающими услуги. Если цену необоснованно завысили или занизили на какую-либо услугу, то это приведет к тому, что исполнитель будет считать одни работы выгодными, а другие – невыгодными. Если цена услуги завышена относительно трудоемкости работ, то исполнитель будет стремиться получить такую работу, и наоборот.

Имеет значение и то, каким образом устанавливаются цены на работы, которые связаны между собой. Так, внедрив невысокую цену на регулирование углов установки управляемых колес, уместно повысить цены на сопутствующие работы: низкая цена на основную работу привлечет к станции клиента, а от большей цены на сопутствующие услуги он вряд ли откажется. Привлекательны для потребителя работы "с зачетами", т.е. когда из них исключается стоимость сданных старых аккумуляторов или запасных частей. Целесообразно делать "сезонные" скидки на услуги (например, зимой, когда загрузка станции меньше, или в утренние часы, в выходные дни или в позднее вечернее время, когда, как правило, на станции затишье). Сегодня уже практикуются скидки на стоимость комплекса работ для постоянных клиентов, перед праздником или после него, что может вызвать интерес у клиентов и увеличить их приток на станцию. Повышению репутации СТО будет способствовать установление более низких цен для пенсионеров, инвалидов и др. Это характеризует станцию как имеющую социальную ориентацию, что имеет немаловажное значение для привлечения клиентов с низкими доходами.

Стратегия ценообразования в сфере услуг схожа со стратегиями в сфере товарного производства.

1. *Стратегия "снятия сливок"* предполагает установление высоких цен на услуги. Это возможно сделать в том случае, когда СТО предлагает абсолютно новые услуги и конкуренция отсутствует.

2. *Стратегия низких цен* используется для устранения возможной конкуренции.

3. *Стратегия проникновения на рынок или завоевания рынка* основана на установлении первоначально низкой цены с последующим ее повышением. Такая стратегия может быть использована для широкого распространения услуг, стоимость которых имеет большое значение.

4. *Стратегия конкурентных цен*, т.е. установление цен на свои услуги на уровне цен конкурентов, используется на рынке, где есть другие организации, предлагающие аналогичные услуги.

3.4. РЕКЛАМА НА РЫНКЕ АВТОСЕРВИСНЫХ УСЛУГ

Реклама является составной частью маркетинговой деятельности каждого автосервисного предприятия, направленная на увеличение спроса на услуги. Наибольшая ее эффективность достигается только в том случае, если она проводится не от случая к случаю и стихийно, а в соответствии с предварительно составленной программой.

При разработке программы сначала устанавливаются ее цели, задачи, при этом определяют целевую аудиторию, на которую будут направлены мероприятия. На рынке любых товаров и услуг имеются определенные группы потребителей, на которых должны быть направлены рекламные мероприятия.

Каждая рекламная кампания в большинстве случаев преследует конкретную цель, например, привлечь новых клиентов; повысить загрузку сервисного цеха в периоды падения спроса на услуги; увеличить реализацию услуг, запчастей и принадлежностей.

В плане проведения рекламы следует разработать комплекс мероприятий с указанием сроков их проведения. Это позволит своевременно проводить их подготовку, что имеет особенно большое значение при проведении целого ряда трудоемких операций. Например, презентация фирмы, выполняется в несколько этапов, в том числе [20]:

- постановка задачи;
- определение целевой аудитории;
- расчет затрат на проведение презентации;
- составление плана проведения презентации;
- заказ оборудования, одежды для персонала участвующего в презентации и рекламных материалов;
- выбор форм отчетности на период проведения презентации;
- подбор персонала;
- инструктаж персонала;
- проведение презентации;
- анализ результатов.

В целях рекламы целесообразно проводить совместные мероприятия с другими предприятиями и организациями: автошколами, курсами подготовки автомехаников, магазинами по продаже запасных частей и материалов, страховыми фирмами и др.

Значительный эффект дает реклама с учетом целевых групп адресатов, поскольку появляется возможность учесть особенности каждой группы.

Целевыми группами для рекламы сервиса могут быть: постоянные клиенты; оптовые покупатели (автохозяйства); клиенты с большими финансовыми возможностями; клиенты с ограниченными финансовыми возможностями;

На малых СТО могут найти недорогие информационно-рекламные мероприятия, обеспечивающих стабильную информированность возможных клиентов о товарах и услугах фирмы. К числу таких мероприятий следует отнести рекламу:

- внутри предприятия: плакаты, сувениры, наклейки напоминания на бланках счетов, личные обращения, витрины, специальные мероприятия (день открытых дверей, бесплатная диагностика и т.п.);
- вне предприятия: письма, листовки, анонсы, радиопередачи, кинофильмы, таблички на автомобилях, участие в выставках и подобных мероприятиях, анкетирование клиентов с розыгрышем призов.

Имеет смысл применение эмблемы фирмы, в виде значков, которые носят сотрудники, контактирующие с клиентами. Эмблему можно размещать на фирменных бланках, конвертах, визитных карточках, сувенирах (пакетах, майках, кепках и т.д.), которые выдают клиентам.

К числу недорогих способов рекламы относится периодическое участие фирмы в популярных телепрограммах и радиопрограммах, публикация статей рекламного характера в печатных изданиях, сообщения о благотворительных акциях фирмы. Целесообразно эпизодически изготавливать и распространять на коллективных автостоянках, в ГСК, на уличных автостоянках, в местах прохождения техосмотра и регистрации машин небольшие листовки с коротким текстом, содержащим информацию о фирме и ее реквизиты.

Значительный эффект имеет адресная реклама, осуществляемая с помощью писем и листовок, высылаемых по почте, раздаваемых на массовых мероприятиях.

При адресной рекламе большое значение имеет содержание рекламного текста. Для разных категорий клиентов он должен быть разным. Например, убедительными аргументами для сотрудничества с крупными клиентами являются удобные часы сервиса, приемлемая и стабильная система цен, скидок, рассрочек на технику, сервис и запасные части, организация доставки.

Для завгара или снабженца, отвечающего за обеспечение крупного автопарка, большее значение, чем цены, имеют наличие широкой номенклатуры запасных частей у поставщика в любой момент, надежная связь с поставщиком и сроки поставки. Для мелких ремонтников большую роль играют цены, рассрочки и возможность квалифицированных консультаций.

Необходимо использовать любой подходящий повод для проведения рекламных мероприятий. Такими поводами могут быть: введение временных (например, сезонных) льготных фиксированных цен на услуги; открытие нового цеха, филиала, магазина; годовщина предприятия; введение новых услуг; внедрение новой технологии или методики ремонта; консультативная помощь и сопровождение клиентам, ремонтирующим автомобили самостоятельно.

Рекомендуется проведение дня бесплатной диагностики автомобилей с сообщением об этом в прессе, публикация статей и объявлений по поводу проведения кампаний скидок.

Необходимо изучать способы рекламы фирм-конкурентов, собирая их рекламные материалы. Если они вкладывают много средств в какой-то один или два способа рекламы, то это означает, что они эффективны и их можно использовать в целях рекламы на своем предприятии.

Эффективность любого рекламного мероприятия целесообразно анализировать по данным учета клиентов до и после мероприятия, если количество клиентов увеличилось, т.е. смысл повторить подобное мероприятие.

Последние годы все более широкое применение находит компьютеризированная реклама, представляющая блок данных специализированных компьютерных систем. Любой рекламодатель может внести в эти системы за определенную плату данные о себе и о своих услугах или товарах. Потребители обращаются к банкам данных по телефону и за короткий срок получают интересующую их информацию.

Станция технического обслуживания или их объединения осуществляют рекламу чаще всего через рекламные агентства, с которыми заключается договор. С этой целью предприятие предварительно должно изучить рынок рекламистов, собрать информацию о них, определить своих заказчиков, какие товары и услуги они рекламируют, какие у них цены и какая методика ценообразования. Вместе с рекламистом предприятие должно знать объем рекламы и затраты на нее, особенности рекламы объекта; участвовать в подготовке исходных материалов, подготовке договора; утверждать рекламные тексты и эскизы.

Небольшим СТО целесообразно объединять рекламные бюджеты, что позволит уменьшить затраты на рекламу. Если фирма имеет в своем составе несколько СТО, автосалонов и магазинов, то она может централизованно рекламировать себя, т.е. дать имиджевую рекламу; может рекламировать товары и услуги с условиями централизации рекламы всех предприятий; может принимать участие в выставках или ярмарках и презентовать свои дочерние предприятия, товары и услуги. Фирма имеет единую символику, что дает возможность потребителю всегда узнавать станции или магазины этой фирмы.

Вопросы для самопроверки

1. В чем заключается сущность и содержание маркетинговой деятельности на рынке автосервисных услуг?
2. Как и для чего осуществляется сегментирование рынка автосервисных услуг?
3. В чем заключается сущность методики определения емкости рынка автосервисных услуг?
4. В чем заключаются особенности ценообразования в автосервисе?
5. Назовите основные виды рекламы автосервисных услуг на малых СТО.

4. ЭФФЕКТИВНОСТЬ КАК ОСНОВА КОНКУРЕНТНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ АВТОСЕРВИСНЫХ УСЛУГ

4.1. КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ СТАНЦИЙ ТЕХНИЧЕСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ И ПУТИ ЕЕ ПОВЫШЕНИЯ

Конкурентоспособность автосервисного предприятия – это такое его экономическое состояние, которое позволяет предприятию успешно функционировать и развиваться в условиях конкурентного рынка автосервисных услуг. Она обуславливается финансовым положением предприятия, уровнем организации производства, состоянием маркетинговой деятельности, технологическим уровнем производства, расположением предприятия, квалификацией и уровнем культуры персонала и т.д.

Чтобы быть конкурентоспособным, предприятие должно обладать конкурентными преимуществами перед другими субъектами рынка.

Под конкурентными преимуществами предприятия следует понимать реальные или потенциальные возможности, характеристики его производственной, финансовой, маркетинговой и иной деятельности, позволяющей предприятию в условиях конкурентной борьбы реализовать свои экономические интересы с большей эффективностью, чем его конкуренты.

Уровень автосервисного обслуживания должен отражать объем и структуру услуг (количественные показатели) и качества предоставления этих услуг населению (качественные показатели).

Уровень конкурентоспособности СТО в основном определяется уровнем конкурентоспособности выполняемых ею услуг, которая в свою очередь обеспечивается степенью привлекательности услуг для конкретного потребителя. Кроме того конкурентоспособность СТО зависит от изменений во внешней среде, включая конкурентов, а также от изменений в самой фирме, способствующих росту ее эффективности по сравнению с другими фирмами. Известно, например, что уровень производительности труда, качество услуг в значительной мере зависят от применяемых способов мотивации труда работников предприятия и других внутрифирменных факторов.

Для оценки конкурентоспособности СТО необходимо систематически проводить сравнение показателей ее работы с показателями основных конкурентов, осуществляемых свою деятельность в том же сегменте рынка. Это даст возможность принимать и реализовывать своевременные решения, направленные на поддержание или повышения уровня конкурентоспособности предприятия.

Основными направлениями повышения уровня конкурентоспособности СТО являются:

- повышение качества выполняемых услуг;
- сокращение времени выполнения заказов;
- диверсификация производства (услуг);
- применение гибкой ценовой политики, в основе которой лежат скидки и льготные цены за услуги;
- применение мер, направленных на повышение общей культуры и репутации СТО, вежливого и уважительного отношения к клиентам, создания удобств для клиентов.

Выбор способов обеспечения высокой конкурентоспособностью в значительной степени определяется размерами, специализацией СТО и другими факторами. Например, на крупных станциях высокая конкурентоспособность чаще всего достигается за счет высокого качества обслуживания и ремонта автомобилей и высокого уровня сервиса. Мелкие СТО стремятся к максимальному снижению цен, доверительному отношению с клиентами, гибкому приспособлению и требованиям клиентов.

Главным моментом в конкурентной борьбе предприятий сферы сервиса является высокое качество обслуживания населения. Это условие относится и к автосервису.

Выбор направления в развитии СТО должен осуществляться после их экономического обоснования. Необходимо при этом иметь в виду, что если определенные услуги, которые предоставляет СТО, занимают большую часть рынка и темп роста их объема высокий, то эти услуги надо оставить и развивать. Если же услуга занимает незначительную часть рынка и низкие темпы роста, то ее следует исключить из производственной программы предприятия. При незначительной части рынка на высоких темпах роста какой-то услуги целесообразно ориентироваться на ее дальнейшее развитие. Низкие темпы роста объемов услуги при высокой доле на рынке свидетельствует о стабильности этой услуги и спроса на нее.

Действуя в соответствии с условиями развития услуг и рынка, можно найти то направление, которое обеспечит конкурентоспособность станции и услуг.

Качество обслуживания в общем случае – это совокупность потребительских свойств бытовых услуг, отражающих удовлетворение индивидуальных потребностей как в процессе производства услуги, так и в процессе обслуживания. Следовательно, качество обслуживания определяет ассортимент услуг, затрачиваемое время на производство услуг, формы обслуживания, качество выполнения работы, степень удобства и уровень культуры в конкретной зоне обслуживания и т.п.

Высокое 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. Высокое качество выполняемых работ служит гарантией высокого спроса на услуги автосервисной фирмы и ее финансовой устойчивости.

Срок выполнения услуг выступает как важнейший показатель, характеризующий деятельность любого сервисного предприятия. Сокращение сроков положительно влияет на уровень обслуживания населения, на эффективность работы предприятия. Сокращение срока оказания услуги уменьшает потребность в оборотных средствах, ускоряет их оборачиваемость, дает возможность увеличивать объем реализации услуг при данном оборудовании и производственных площадях, тем самым повышает прибыльность. Сокращение сроков исполнения услуги является одним из важнейших элементов достижения конкурентоспособности предприятий сферы сервиса.

С целью сокращения времени на использование заказов на крупных и технически оснащенных СТО может найти применение агрегатный метод ремонта, предусматривающий замену неисправного агрегата новым или ранее восстановленным. При этом владельцы машин устанавливают разницу между ценой нового или восстановленного агрегата и снятого с их автомобиля. Снятый агрегат СТО может приобрести для последующего ремонта и продажи. Естественно, цены на восстановленные агрегаты должны быть на 20...40 % ниже цен на новые. Зарубежный опыт показывает, что доходность при продаже восстановленных агрегатов не ниже, чем при продаже новых [4].

График работы СТО должен быть гибким и удобным для клиентов. Если необходимо, то вводится продление часов работы в наиболее загруженные дни, сдвиг начала и окончания смены, многосменный режим и т.д. Сервисное предприятие может выполнять услуги не только в рабочее, но и в выходные дни. Разумеется, каждый вариант графика требует применения соответствующих форм организации труда работников СТО.

Большое значение в повышении конкурентоспособности предприятия имеет *гибкая политика цен*, в основе которой лежит применение льготных скидок на услуги. Она может включать, например, применение гарантированных цен, означающих, что цена, которую клиенту назвали при приемке машины в ремонт, не будет увеличена независимо от выявления дополнительных факторов. Сюда же следует отнести: применение льготных цен на наиболее популярные ремонты, например, в вечернее и ночное время; применение скидок с прејскурантной цены на все виды услуг по случаю праздников, а также в случае большого объема заказа и т.д.

Бесплатную диагностику можно рассматривать как способ привлечения новых клиентов. Она помогает восстановить контакты с клиентами, ушедшими после гарантийного периода. Бесплатную диагностику рекомендуется проводить в специальные дни, к которым СТО должна тщательно готовиться. Задача диагностики заключается в выявлении дефектов, необходимости регулировки и (или) ремонта, даче рекомендаций. В комплексе мероприятий по подготовке к дням бесплатной диагностики целесообразно включать проведение рекламы, вручение сувениров клиентам. Одновременно проверяют и пополняют запасы деталей, на которые намечается повышение продаж, готовят бланки заказов на сервис для клиентов, пожелавших воспользоваться услугами СТО и др.

Высокое качество услуг, применение гибких цен и гарантий на выполнение работы является основой имиджа, деловой репутации любого автосервисного предприятия. Однако не меньшее значение в со-здании деловой репутации и повышении конкурентоспособности имеет *культура обслуживания* (внимательное отношение к клиентам, внешний вид и манера общения персонала, вид здания, рабочего места и др.). Необходимо стремиться к тому, чтобы вызвать у клиента доверие, желание и потребность в услугах СТО.

Профессиональная этика работников сферы обслуживания выступает как важнейший элемент культуры обслуживания. К составляющим профессиональной этики относятся внешний вид работника, непосредственно обслуживающего заказчика, чистота и уют, тактичность и вежливость. Основные пути повышения этики обслуживания заказчика – профориентация, подбор, подготовка и переподготовка кадров, воспитательная работа с людьми, экономическое стимулирование работников.

Эстетическая культура обслуживания состоит из эстетики обслуживания, контактной зоны, интерьера, эстетического облика работников. Эстетика обслуживания основывается на благоприятной обстановке, комфорте салонов, которые оставляют хорошее впечатление у клиентов от посещения предприятия. Эстетика контактной зоны – части пространства и всех окружающих заказчика предметов в процессе получения услуги – включает в себя эстетику внешнего вида предприятия и эстетику интерьера.

Эстетика внешнего вида – удачное расположение предприятия, привлекательная архитектура здания, наличие газонов и цветов на территории. Эстетика интерьера – просторное, светлое, уютное оформленное на высоком художественном уровне помещение с подобранной гаммой цветов, удобным расположением как рабочих мест, так и мест для отдыха людей в ожидании процесса обслуживания. Эстетический облик работников – чистота, опрятность, фирменная одежда с эмблемой предприятия.

Основная роль в создании клиентоориентированной культуры в компании принадлежит менеджменту. Персонал компании должен хорошо понимать значение и задачи сервиса. Для создания и продвижения клиентоориентированной культуры менеджмент может предпринять следующие действия.

- донести до персонала подразделений цели, которых компания пытается достичь;
- вовлекать сотрудников конкретных подразделений в разработку соответствующих стандартов обслуживания;
- регулярно включать вопросы обслуживания клиентов в повестку встреч рабочих групп;
- создать систему стимулирования для сотрудников, оказывающих лучший сервис.
- поощрять улучшения в сфере обслуживания клиентов;
- демонстрировать этическое поведение;
- периодически осуществлять контакт с клиентами с целью выяснения их потребностей и проблем в обслуживании;
- создавать атмосферу, направленную на постоянное улучшение сервиса;
- создать систему измерения качества обслуживания и сделать результаты доступными для всех сотрудников;
- перенимать лучшую практику обслуживания внутри и вне компании;
- обучать новых сотрудников и посвящать их в идеологию клиентоориентированного бизнеса с момента найма;
- упрощать процедуры, правила, инструкции и прививать сотрудникам философию заботы о клиенте, которая будет реализовываться в соответствующие поступки, так как понимание чаще приводит к правильным действиям, чем формальные инструкции;

– отстранять сотрудника от контактов с клиентами, если он не обслуживает их должным образом.

Сервис следует организовать таким образом, чтобы предоставлять клиентам возможность:

- инициировать запрос в удобное для них время;
- покупать (заказывать) товары или услуги;
- изменять информацию о себе и заказываемых услугах, например адрес доставки, удобное проведение работ;
- просматривать и оплачивать свои счета;
- проверять состояние заказчика;
- вносить изменения в текущий заказ на некоторых стадиях его выполнения;
- контактировать с представителем компании в любой момент процесса обслуживания.

Большие возможности в повышении конкурентоспособности автосервисных предприятий заключаются в *диверсификации услуг и способов их выполнения*.

Необходимость в диверсификации производства возникает в том случае, если на сервисной фирме появляется тенденция в ухудшении финансового состояния из-за резкого уменьшения спроса на услуги, по техническому обслуживанию и ремонту автомобилей. Причем эти услуги могут носить непроизводственный характер и быть не связанными технологически с основными видами деятельности. Подобная ситуация чаще всего возникает в том случае, если на станции технического обслуживания появляется тенденция в ухудшении финансового состояния из-за резкого уменьшения спроса на

услуги по техническому обслуживанию и ремонту. В то же время любое успешно функционирующее СТО может использовать диверсификацию для расширения своих производственных возможностей, привлечения клиентуры, объема продаж и увеличения своих конкурентных преимуществ.

В качестве такой сопутствующей непроизводственной услуги можно назвать торговлю новой техникой, запасными частями, эксплуатационными материалами, которая получила широкое применение на практике [5].

Новой техникой чаще всего торгуют предприятия, уполномоченные изготовителями машин. Их называют официальными дилерами. Эти предприятия представляют интересы изготовителей; рассматривают все претензии по гарантиям; выполняют ремонт только в соответствии с технологией, рекомендованной изготовителями; обеспечивают поставку любых запасных частей, включенных в прейскуранты изготовителей. Официальные дилеры могут решать только те проблемы, которые имеют полную техническую, информационную, правовую поддержку изготовителей. Свою деятельность они осуществляют по договорам с заводами-изготовителями, причем заводы стараются исключить любые риски в деятельности дилеров, поскольку в связи с банкротством дилера они теряют автосервисный рынок в регионе.

Для обеспечения СТО запасными частями создаются сети центральных или зональных складов, а также региональные склады, приближенные к клиентам. В рамках этой системы осуществляется координация связей между складами, обеспечивающая доставку запасных частей на СТО с ближайших к дилеру складов. При выполнении срочных заказов запасные части, отсутствующие на ближайшем к дилеру складе, отгружаются другим региональным или центральным складом непосредственно заказчику. Все склады должны быть оснащены компьютерной техникой, что обеспечивает взаимодействие между ними и СТО. Подобные системы обеспечения СТО запасными частями широко применяются за рубежом [4]. Их функции распространяются и на другие страны, где создаются региональные склады. В России, например, уже созданы региональные склады компаний "Mercedes", "Volkswagen" и др. Созданы и развиваются системы обеспечения запасными частями отечественными автомобильными заводами в том числе ВАЗом, КаМАЗом [4].

Следует также иметь в виду, что автомобильные заводы продают технику на новых рынках только после того, когда в этом городе будет организовано предприятие, производящее гарантийное обслуживание и продажу запасных частей.

Запасными частями торгуют не только официальные дилеры через сеть СТО фирменного обслуживания, но и независимые СТО и специализированные магазины. Более того, СТО может производить оптовые закупки специально для продажи всем желающим покупателям, а не только своим клиентам. В этом случае при СТО организуется торговый зал для продажи запасных частей в розницу и соответствующие торговые склады.

Специализация магазинов запасных частей и сопутствующих товаров при станциях техобслуживания обычно зависит от специализации станций. Помимо склада запасных частей обычно существует служба снабжения, закупающая запасные части по мере необходимости.

Наличие магазина запасных частей при станции техобслуживания предполагает значительный объем капиталовложений в площади под склад и торговый зал, а также в товарные запасы. Для успешной работы магазина запасных частей нужны квалифицированные специалисты, знающие предмет торговли, товарный рынок, умеющие торговать.

Прокат автомобилей на период ремонта можно рассматривать как один из способов диверсификации деятельности СТО и повышения ее конкурентоспособности.

Прокатным автомобилем могут пользоваться на основе договора аренды все заказчики, оставляющие свой автомобиль на несколько часов или дней в СТО.

Прокатные автомобили могут способствовать рекламе новых или устаревших моделей. Более того, клиент может при прокате опробовать на ходу новый для него автомобиль – это хорошая возможность содействовать продаже машин.

Плата за пользование прокатным автомобилем должна быть установлена дифференцированной по маркам машин. При этом она должна складываться из трех частей: непосредственно за аренду (арендная плата) и за пробег автомобиля; за доставку автомобиля. Сумма по счету оплачивается наличными при возврате автомобиля. Обязательным условием применения указанной услуги является наличие у СТО соответствующей лицензии, при этом между СТО и клиентом заключается договор аренды, который необходим для юридического оформления операции, а также договор о страховании прокатных автомобилей и гражданской ответственности. На каждой СТО должно быть разработано положение о прокате автомобилей, в котором должны быть представлены все условия проката. Для разработки такого положения можно использовать рекомендации, изложенные в работе В.В. Волгина [4].

Большие возможности в расширении деятельности автосервисных предприятий заключаются во *взаимодействии их с автотранспортными предприятиями общего пользования и предприятиями промышленности, строительства и других отраслей*, располагающими собственным автопарком. Часть таких предприятий, имеющих собственную ремонтную базу, в настоящее время выполняет на коммерческой основе не только перевозки пассажиров и грузов, но и другие виды деятельности, в том числе автосервисное обслуживание различных автовладельцев. Таким образом, они выполняют функции СТО. Это дает возможность предприятиям, в свою очередь, укрепить свое финансовое положение. Другая часть предприятий, в основном малых, часто не имеет своей ремонтной базы, или эта база недостаточна и не позволяет выполнять работы по поддержанию автомобилей в технически исправном состоянии на высоком уровне. Эти предприятия пользуются услугами специализированных СТО. В то же время СТО могут сотрудничать и с теми автовладельцами, у которых имеется своя ремонтная служба и соответствующее оборудование. Они могут на договорной основе выполнять для них следующие функции:

– приглашать механиков предприятий для обучения, показа надлежащих методов ремонта, использования специнструмента;

– продавать руководства по ремонту;

– предлагать исполнение тех операций, которые не могут делать сами предприятия из-за недостатка оборудования;

– регулярно консультировать по ремонту, применимости, правилам замены запасных частей, работы с каталогами;

– направлять своих механиков к ним для сложных ремонтов или на время отсутствия их ремонтников;

– осуществлять продажу запасных частей;

– выполнять сезонные проверки машин и регламентные проверки.

В договор могут быть включены и другие функции (виды работ). Перечень этих работ формируется в каждом конкретном случае в зависимости от условий и возможностей каждой из сторон.

Оказание скорой технической помощи в пути автосервисными предприятиями в нашей стране пока не получило широкого применения, хотя потребность в ее организации весьма значительна. В то же время во многих зарубежных странах

такой вид услуг применяется давно, на что указывается в работе [4]. Причем наиболее эффективное применение этой услуги возможно в условиях союза нескольких автосервисных фирм, расположенных на территории региона.

Фирмы предлагают абонементное обслуживание, суть которого заключается в следующем.

Если с машиной что-то случилось в любой точке региона, владелец может позвонить в местное отделение фирмы и назвать номер своего абонента. Она пришлет механика с передвижной мастерской. Если неисправность нельзя устранить на месте, машину буксируют в указанную клиентом ремонтную фирму, а клиента отправляют домой на своей машине или на такси. Если это было дорожное происшествие, подключают и страховую фирму.

Существуют два варианта участия в организации техпомощи:

- организация техпомощи собственными силами;
- сотрудничество с союзом предпринимателей, организующим техпомощь.

В зависимости от условий, сложившихся на предприятии и в регионе, для конкретного техцентра более выгодным может быть тот или иной вариант. В рамках союза техцентры распределяют между собой обязанности по оказанию техпомощи в регионе. Один из вариантов организации работы – участники объединения оказывают услуги техпомощи поочередно, организовав общую диспетчерскую службу с единым телефоном. Второй – услуги техпомощи оказывают один или несколько участников объединения, а остальные только участвуют в финансировании.

При отказе автомобиля в дороге водитель находит в справочнике номер телефона ближайшего дилера автокомпании и обращается туда, либо звонит по телефону централизованного вызова техпомощи. Оператор или автоответчик ему сообщит, какой из ближайших техцентров работает в дежурном режиме и сможет оказать ему помощь. Все техцентры-участники системы в любое время суток обязаны способствовать реализации услуг техпомощи, сообщая о работающих предприятиях или называя телефон централизованного вызова. За надежностью и эффективностью техпомощи необходимо вести постоянный контроль, прослушивая ответы операторов.

В случае поломки автомобиля за пределами города водитель очень часто оказывается в сложной ситуации. Ему зачастую куда обратиться за помощью, поскольку сеть придорожных СТО в России даже на магистральных дорогах общероссийского значения пока не создана.

Большое значение в этих условиях имеет деятельность Российского автомобильного товарищества (РАТ), которое создано в нашей стране в июне 2007 г. по опыту развитых стран. Эта организация представляет целый комплекс услуг, включая экстренную техпомощь на дорогах, юридическое содействие, предоставляет скидки на сервисах, заправках, сойках, в автомагазинах и при страховании.

Чтобы получить льготы на эти услуги, водитель должен вступить в товарищество в качестве члена, оплатив соответствующий взнос.

Российское автомобильное товарищество, созданное в июне 2007 г., будет работать в федеральном масштабе, т.е., на территории всей страны. В настоящий момент офисы РАТ уже открыты в нескольких крупнейших городах, в том числе Москве, Санкт-Петербурге, Нижнем Новгороде, Екатеринбурге, Красноярске, Новосибирске, Уфе, Казани, Ростове-на-Дону, Челябинске, Волгограде, Самаре, Саратове, Перми, Воронеже.

В случае возникновения поломки автомобиля в городе или за его пределами владелец карты РАТ связывается по сотовому телефону с офисом РАТ, в зоне действия которого произошла поломка. К нему в максимально короткий срок на специально оборудованном автомобиле приедут специалисты техпомощи, которые устранят неисправность непосредственно на дороге, помогут при необходимости заправить автомобиль бензином или дизельным топливом (подвезут топливо либо доставят машину до ближайшего АЗС). Если неисправность на дороге устранить нельзя, то машину с помощью эвакуатора доставят до СТО.

В случае ДТП товарищество возьмет на себя переговоры с другими участниками происшествия и сотрудниками ГИБДД, оформит необходимую документацию, в том числе для страховой компании, даст юридическую консультацию, сфотографирует место аварии и повреждения автомобилей, что станет дополнительным аргументом при рассмотрении дела. После того как формальности на месте ДТП будут урегулированы, эвакуатор РАТ доставит автомобиль в указанное владельцем место.

Юристы РАТ могут проконсультировать клиентов по самому широкому кругу вопросов: приобретение и продажа автомобилей; техническое обслуживание и ремонт; создание и содержание автосалона; взаимоотношение автомобилистов с правоохранительными органами. На владельцев карты РАТ распространяется дисконтная программа на товары и услуги компаний-партнеров, среди которых АЗС, СТО, страховая компания и т.д.

Экономическая эффективность членства в РАТ подтверждается следующими цифрами. В настоящее время за карту РАТ необходимо заплатить 3700 р. При пробеге 25 тыс. км в год и 3 %-ной скидке на бензин при заправке на АЗС экономия только на топливе составит около 1,5 тыс. р., но главное преимущество члена РАТ заключается в чувстве уверенности и защищенности водителя на дороге в любое время суток.

Большое значение с точки зрения эффективности производства и конкурентоспособности станций технического обслуживания имеет применение различных способов изучения потребностей клиентуры. Для сбора указанной информации используются различные методы, в том числе анкетный опрос, заказ-наряды и т.д. Так, если заказ-наряды выписываются на ЭВМ, то в них отмечается время его принятия (открытия), а также время окончания работ. Анализ указанной информации дает возможность установить временные характеристики потока требований. Анализ заказ-нарядов по трудоемкости и номерам преysкурантов – наиболее встречающиеся операции.

Важную роль в привлечении клиентов имеет представление им информации о СТО и ее услугах через рекламу.

Самыми главными способами привлечения клиентов являются: высокое качество выполнения работ; высокое качество запасных частей; культуры обслуживания, включая удобство по срокам; полноту и комплексность услуг; внимание; выполнение договорных обязательств; время выполнения работ; применение гарантий; бесплатное диагностирование технического состояния автомобиля; высокая квалификация кадров; исполнение работниками СТО требований закона о защите прав потребителей; договора, других нормативных документов.

Ниже приведено краткое описание разнообразных способов организации автосервисных услуг, применение которых оказывает положительное воздействие на привлечение клиентуры и, соответственно, на повышение эффективности функционирования СТО и ее конкурентоспособности.

Бесплатная диагностика. Для проведения диагностических работ для диагностики должен быть оснащен самым современным оборудованием. Практика эксплуатации диагностических комплексов показала, что проходить проверку

должны все системы автомобиля независимо от причины обращения клиента на СТО. Зная о дефектах своего автомобиля, клиент для их устранения рано или поздно возвращается на СТО, где эти дефекты и неисправности обнаружены.

Предварительная запись на выполнение работ, создающая удобства для клиента и сокращающая затраты времени. Предварительная запись на обслуживание и ремонт осуществляется на определенное время. Она обеспечивает упорядоченный прием автомобилей, равномерность загрузки участков приемки и производства.

В плане загрузки отмечаются начало и окончание выполнения работ. При этом учитывается время, необходимое на приемку и монтаж автомобиля. Определяется время прибытия автомобиля на СТО. Он устанавливается за 0,5 ч до начала работ на автомобиле.

Заключение договоров на постоянное обслуживание автомобилей юридических лиц. Например, банк имеет десяток автомобилей и заключает договор со станцией об их обслуживании и ремонте.

Абонентская форма обслуживания. Клиент покупает на станции годовой абонемент на обслуживание и ремонт. Его стоимость рассчитывается, исходя из годового пробега и расчетной трудоемкости работ без стоимости запасных частей. Привлекательность абонентского обслуживания заключается в скидках, благодаря которым абонемент стоит дешевле, чем сумма всех обслуживаний и ремонтов, и учитывает возможные непредвиденные работы, которые станция берет на себя. Станция, таким образом, закрепляет за собой клиента, а клиент снимает с себя все заботы об автомобиле за меньшую сумму, чем в других случаях.

Предварительная комплектация заказов с целью сокращения времени нахождения автомобиля в ремонте. При приемке автомобиля диагностируют его и определяют потребность в запасных частях и материалах. Даже в случае избытка запасных частей возникает потребность в комплектации ими конкретного автомобиля. После комплектации автомобиль ставят в ремонт, срок которого в таком случае значительно сокращается. Этот метод особенно эффективен при больших объемах работ.

Ведение картотеки постоянных клиентов. Клиент, который дважды или более посетил станцию, заносится в картотеку постоянных клиентов. На специальных носителях (например, в памяти ЭВМ сохраняются данные об автомобиле, клиенте и работе, все заказы-наряды). Эти данные дают возможность определять техническое состояние автомобиля, планировать его обслуживание и ремонт, общаться с клиентом, иметь информацию и о нем и для него, применять систему скидок и т.д. Метод гарантированного обслуживания и ремонта. При этом станция дает гарантию на запасные части и работу. Этот метод выгоден фирмам по продаже запасных частей, которые дают на них гарантию в случае, если работы будут выполнены на этой станции, а станция дает гарантию на работу.

Самообслуживание. Для этого создаются станции или посты обслуживания, оснащенные в соответствии с техническими условиями оборудованием, оснасткой, инструментом, приборами, технологией. Клиент арендует рабочее место на определенное время. Консультант инструктирует его по технике безопасности технологии, выдает инструмент, наблюдает за работой и корректирует ее в случае необходимости.

Значительный интерес с точки зрения эффективности работы СТО представляет *учетное обслуживание* [5]. Сущность его заключается в том, что предприятие полностью берет на себя обязательства по техническому обслуживанию и ремонту автомобилей в соответствии с Положением о техническом обслуживании и ремонте подвижного состава автомобильного транспорта. На каждый автомобиль СТО оформляет специальную учетную карточку, присваивая ей порядковый номер. В сервисной книжке проставляется штамп станции о постановке автомобиля на учет с указанием порядкового номера учетной карточки.

После постановки на учет оформляется наряд-заказ на обслуживание, которое проводится через нормативный пробег и в полном объеме. С этой целью мастер-приемщик передает автомобиль, наряд-заказ и учетную карточку в производственный цех. Мастер производственного цеха в начале рабочего дня распределяет автомобили по постам и по мере выполнения работ меняет их местами таким образом, чтобы каждый автомобиль прошел все виды работ, предусмотренных Положением. При постановке автомобиля на соответствующий пост мастер определяет стоимость замены деталей и ремонта, выписывает работы в наряд-заказ, записывает со склада необходимые запасные части.

После выполнения технического обслуживания в учетной карточке делается соответствующая отметка.

Во время обслуживания осуществляется диагностика всех узлов и агрегатов автомобиля назначается время очередного обслуживания или ремонта определяется потребность в запасных частях. В случае отсутствия на складе необходимых запасных частей СТО заносит сведения о них в учетную карточку и принимает меры по их комплектованию. По окончании комплектования клиента приглашает на СТО, и производят замену деталей в удобное для него время.

Наибольшая эффективность учетного обслуживания достигается в том случае, если СТО заблаговременно подготовит к очередному обслуживанию все необходимые запасные части и материалы. Предварительная комплектация имеет особенно большое значение при проведении крупных ремонтных работ (например, восстановительный ремонт кузова легкового автомобиля). Учетное обслуживание позволяет повысить качество работ, сократить сроки их выполнения, обеспечить примерно одинаковую загрузку рабочих постов и СТО в целом, увеличить производительность труда рабочих за счет их более полной загруженности в течение рабочего дня и предварительной комплектации заказов.

Далеко не все станции из-за малой платежеспособности клиентов и другим причинам имеют возможность полностью использовать свои производственные мощности. Поэтому при формировании производственной программы они вынуждены искать клиентов и способы их удовлетворения их потребностей.

Трудности решения проблем, связанных с привлечением клиентов, объясняются наличием конкурентов на рынке автосервисных услуг, а также влиянием таких факторов, как низкая платежеспособность населения и высокий уровень налогов; постоянно изменяющийся в стране состав автопарка за счет автомобилей-иномарок и др.

В условиях низкой платежеспособности, характерной для современного этапа развития экономики, и при высоком уровне налогов в достаточной мере распространен нелегальный или полуполюгальный сервис, который уходит от налогов и привлекает клиента низкой ценой. Борьба с этим явлением если и ведется, то не дает нужных результатов; низкий платежеспособный спрос и коррумпированность государственных чиновников – естественная питательная среда для существования. Это явление снижает конкурентоспособность нормального сервиса и сдерживает его развитие. Кроме того при низкой платежеспособности многие автовладельцы стремятся своими силами поддерживать автомобили в технически исправном состоянии.

Прирост парка в стране происходит за счет старых автомобилей иномарок. Этот парк не обеспечен с самого начала сервисной поддержкой фирм-производителей, а для станций общего пользования нужно продолжительное время, чтобы приспособиться ко всем сложностям обслуживания и ремонта множества различных марок и моделей автомобилей

иностранный производства. Как правило, в этом они испытывают определенные затруднения. Это, во-первых, информационная неготовность; во-вторых, станции не знают парк автомобилей, а узнают его только в случае появления на СТО конкретной марки и модели автомобиля. В-третьих – это техническая готовность: отсутствие специальной литературы, технологий.

Для повышения эффективности работы СТО в условиях незагруженности производства клиентам можно предложить следующие услуги:

- техническая консультация владельца по поводу технического состояния автомобиля, его неисправностей и способы их устранения;
- определение технического состояния автомобиля (в том числе с помощью средств диагностики) без устранения неисправностей;
- сдача в краткосрочную аренду помещений, оборудования, инвентаря, инструментов, предоставление консультаций для самостоятельного обслуживания автомобилей;
- услуги по принципу "ключи от автомобиля", заключающиеся в том, что владелец, прибыв на СТО, отдает ключи от автомобиля работнику СТО, и тот выполняет все работы, начиная с оформления заказа и заканчивая, выдачей отремонтированного;
- услуги "на дому", при этом работники СТО прибывают на место нахождения автомобиля, устраняют неисправность или в случае необходимости доставляют его СТО;
- оформление заказа "на дому", суть которого заключается в том, что приемщик по вызову владельца прибывает на место нахождения автомобиля, оформляет заказ, принимает оплату, перегоняет автомобиль на СТО, где выполняют все работы, а по окончании их возвращает автомобиль на место, указанное владельцем.

В сельской местности проблема территориальной доступности автосервисных услуг стоит особенно остро, поскольку строить здесь СТО зачастую экономически не целесообразно. В этих условиях может быть использовано несколько вариантов ее решения:

- 1) развитие индивидуального предпринимательства в сфере автосервиса;
- 2) применение выездного автосервиса.

Индивидуальное предпринимательство выполняется одним физическим лицом, что существенно упрощает и удешевляет процедуру его организации.

В небольших городах, где спрос на услуги выше, индивидуальные предприниматели могут при необходимости привлекать наемных рабочих-слесарей или создавать небольшие предприятия. Разумеется, крупные и сложные работы индивидуальные предприниматели выполнять не смогут, но их участие на рынке автосервисных услуг позволит снизить остроту проблемы для владельцев личных автомобилей, проживающих в небольших городах и на селе.

Выездной сервис предполагает расширение деятельности городских или дорожных СТО и распространение их функций на автовладельцев, находящихся в сельской местности.

Речь идет о проведении ремонта и техобслуживания колесной техники в полевых условиях. Выездной сервис, осуществляемый по договорам с потребителями, включает периодический осмотр машин, регламентированные работы, консультации по эксплуатации, обеспечение технической документацией, инструктаж обслуживающего персонала, поставку запасных частей и сопутствующих материалов.

В сельской местности и в районах, удаленных от СТО, договор на обслуживание может быть заключен с предприятиями-автовладельцами как с сервисными агентами. Предприятия, пользуясь сервисной поддержкой со стороны СТО, обслуживают свой автопарк и автомобили других предприятий и организаций. Договор о сервисном агентстве обязывает агента применять технологию ремонта, оборудование и специнструмент, рекомендованные СТО.

Заслуживает внимания опыт США в организации автосервиса в сельском хозяйстве, описанный в работе [1].

Основным и важнейшим принципом технического обслуживания машин в сельском хозяйстве в этой стране является то, что ответственность за техническое состояние сельскохозяйственных машин в течение всего срока их службы несет фирма изготовитель через широкую систему дилеров. Это основной принцип в США подкреплен соответствующим законодательством, которое запрещает продажу техники без организации ее технического обслуживания.

Фирма-изготовитель и дилеры обеспечивают проведение технического обслуживания в течение всего периода работы машин, где она их продает путем широкой системы дилеров.

В связи с этим следует отметить стремление дилеров быть как можно ближе к фермерским хозяйствам. Так, дилер в США обслуживает 300..400 ферм, находящихся в радиусе 80...100 миль.

Дилеры стремятся к специализации на крупном ремонте и перенесении мелкого ремонта на фермы. Они либо обучают и снабжают фермера литературой по овладению навыками несложного ремонта, либо осуществляют разовые профилактические осмотры и мелкий ремонт с выездом бригад на фермы.

Крупный ремонт в США производится в мастерских дилера с бесплатной доставкой техники. При этом, если стоимость ремонта превышает 1200 долларов, клиенту предлагается рассрочка платежа: 50 % платит по выполнению заказа, остальные – через один–два месяца после ремонта.

Дилерские компании имеют склады запасных частей, учебные классы, торговые отделы, а также мастерские для ремонта полнокомплектных машин.

Типичный дилерский пункт в ряде районов состоит из открытой площадки, на которой выставляется техника; мастерской; склада запасных частей; инструментальной; помещения для персонала; досборки, мойки и окраски машин; офиса и зала для посетителей.

По сведению американских фирм, каждый доллар, вложенный в организацию ТО, приносит вдвое большую прибыль, чем продажа самих машин. Это объясняется отчасти тем, что стоимость продаваемых запчастей в 2–3, а для старых моделей – 5 и более раз выше, чем стоимость тех же деталей, идущих на сборку новых машин. Фирмы исходят из требования потребителя. Последний же, в свою очередь, из общей массы показателей, по которым оценивается техника, считает одним из основных затраты на запчасти, ТО и ремонт. Этот показатель, естественно, учитывается и в нашей практике.

Важнейшим условием успешной реализации вышерассмотренных направлений повышения конкурентоспособности станций технического обслуживания является квалификация их работы. Это условие имеет особенно большое значение для

тех СТО, которые специализируются на обслуживании и ремонте автомобилей иностранного производства, отличающихся более сложной конструкцией, применением электроники. Таким образом, для работы на рынке автосервисных услуг нужны квалифицированные кадры, имеющие специальное образование. Мировые тенденции развития рынка автосервисных услуг свидетельствуют об абсолютном преобладании на предприятиях автосервиса персонала с высшим образованием.

4.2. ПЕРСПЕКТИВЫ ГАЗИФИКАЦИИ НА АВТОМОБИЛЬНОМ ТРАНСПОРТЕ И СЕРВИС ГАЗОБАЛЛОННЫХ АВТОМОБИЛЕЙ

В последние годы в нашей стране для эксплуатации автомобильного транспорта стали более активно использовать газовое топливо, применение которого имеет большое экономическое и экологическое значение. В экономическом отношении оно позволяет в 5–6 раз сократить затраты на перевозку грузов и пассажиров по статье "Топливо", доля которых из-за высоких цен на жидкое нефтяное топливо (бензин, дизельное топливо) в настоящее время достигает 30 % и более.

В экологическом отношении применение природного газа в качестве моторного топлива при эксплуатации автомобилей позволяет снизить степень загрязнения атмосферной среды. Австралийские ученые провели исследования всей технологической цепочки: добыча, переработка, транспортировка, реализация (заправка автомобилей). Было установлено, что самым экологически чистым моторным топливом является сжиженный природный газ, на втором месте – сжатый природный газ, на третьем – сжиженный нефтяной газ. По твердым частицам природный газ (сжатый и сжиженный) чище дизельного топлива с низким содержанием серы более чем на 97 %. По парниковому эффекту в расчете на 1 км пробега природный газ чище по сравнению с дизельным топливом на 15 %.

В условиях города автомобильный транспорт является основным загрязнителем воздушного бассейна. При выбросе 1 кг вредных веществ в виде отработанных газов с учетом относительной агрессивности компонентов Москве, например, наносится ущерб в 1,98 р. Ежегодно в атмосферу города автомобилями выбрасывается более 1 млн. 600 тыс. т вредных веществ, суммарный экономический ущерб составляет более 7 млрд. р. в год.

Необходимость расширения масштабов применения природного газа при эксплуатации не только автомобильной техники, но и тракторов и других машин, объясняется не только экономическими и экологическими причинами. Она связана с тем, что в ближайшей перспективе запасы нефти как в нашей стране, так и на всей планете иссякнут.

Темпы прироста запасов нефти достигли своего максимума в середине 60-х гг. XX в. и с тех пор постоянно падают. В конце 80-х гг. объемы потребления превысили объемы прироста. Сегодня 70 % нефти добывается из месторождений, открытых 25 и более лет тому назад. В этих условиях природный газ выступает как основной альтернативный источник получения энергии.

Большое внимание к газификации автотранспорта уделяется за рубежом. Европейская экономическая комиссия ООН 12 декабря 2001 г. приняла резолюцию, предусматривающую перевод к 2020 г. на природный газ 10 % парка автотранспортных средств стран Европы (а это 23,5 млн. ед.), для заправки которых ежегодно потребуется около 47 млрд. м³ газа.

25 апреля 2002 г. сенат США в дополнение к трем действующим законам принял закон о введении новых налоговых льгот для владельцев автомобилей, работающих на альтернативных видах топлива – природном газе, водороде, метаноле и сжиженном нефтяном газе.

Государственная программа Японии "Транспорт на чистых энергоносителях" предусматривает довести количество экологически более чистых транспортных средств к 2010 г. до 3,4 млн. ед., в том числе число автомобилей на природном газе достигнет 1 млн. ед. Реализацию программы обеспечивают соответствующие законодательные и нормативные акты и, в частности, программа отказа от использования в городах транспортных средств с дизельными двигателями.

Аналогичные меры принимаются и в других странах; и в тех, которые не обладают запасами нефти (например, Австралия и Новая Зеландия), и в странах, имеющих ее в своих недрах. Цель принятия этих мер решения двуединой задачи: снижение экологической напряженности и достижение долгосрочной энергообеспеченности.

В 1980 – 90-е гг. Россия являлась одним из мировых лидеров использования газового моторного топлива на автотранспорте. В соответствии с программой, которая имела в бышем СССР, союзный парк газобаллонных автомобилей на газе должен был составить один миллион единиц. К началу 1990-х гг. в России была создана сеть автогазокомпрессорных станций, парк газобаллонных автомобилей превысил 200 тыс. ед. Немного меньше было число автотранспортных средств, работающих на пропан-бутане. Велись научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы по совершенствованию оборудования, позволяющего эффективно применять не только сжатый, но и сжиженный метан на автомобильном, железнодорожном, речном и авиационном транспорте.

Сегодня таких программ нет. Нет также и законодательной поддержки этого направления на федеральном уровне. Слабо ведется информационно-пропагандистская работа. Именно поэтому Комиссия и ОАО "Газпром" разработали проект долгосрочной концепции газификации транспорта до 2020 г. Наряду с предложениями, обращенными к федеральным структурам, основной акцент в концепции сделан на решение проблем газификации автотранспорта и сельскохозяйственной техники на уровне субъектов Российской Федерации.

По прогнозам Министерства энергетики России в 2000 – 2020 гг. внутреннее потребление моторного топлива должно вырасти с 61 до 99 млн. т в год. Энергетическая стратегия России предусматривает, что к 2010 г. газовыми видами топлива должно быть заменено до 5 млн. т. нефтепродуктов, а к 2020 г. – до 10...12 млн. т.

В настоящее время в России природный газ является основой топливно-энергетического баланса. На его долю приходится более 55 % потребления энергоресурсов. С точки зрения запасов и объемов добычи природного газа Россия продолжает оставаться крупнейшей мировой державой. Каждый четвертый кубометр газа на мировом рынке добывается в России. Следует также отметить, что газовая промышленность проходит через кризисный переходный период с меньшими потерями, чем остальные отрасли топливно-энергетического комплекса.

Переход отечественной промышленности от спада к стабилизации и росту, который сейчас наблюдается, вызовет резкий рост спроса на нефтепродукты. Это потребует интенсивного развития нефтедобывающей и перерабатывающей отраслей, их технического перевооружения с целью увеличения глубины переработки нефти, коренной реконструкции предприятий. В то же время расчеты показывают, что отечественная нефтеперерабатывающая промышленность удовлетворит в ближайшие 10 лет растущий внутрисоветский рынок не сможет.

Расширение масштабов применения газообразного топлива при эксплуатации автомобилей осуществляется двумя путями:

- выпуск новых автомобилей, оснащенных газовым оборудованием;
- переоборудование имеющейся автомобильной техники, в основе которой является установка газового оборудования на автомобили.

Наиболее эффективным направлением газификации автомобильного транспорта следует считать изготовление автомобилей с газовыми двигателями в заводских условиях. Данное направление позволяет уменьшить затраты времени и финансовых ресурсов, связанных с переводом автомобилей на газовое топливо. Разумеется, оно связано с увеличением затрат на производство автомобилей и, соответственно, стоимости их на рынке для конечного потребителя. В то же время позволяет получить большую экономию на затратах, связанных с переоборудованием уже изготовленных и находящихся в эксплуатации автомобилей.

Высокая эффективность данного направления газификации автомобильного транспорта подтверждена опытом зарубежных стран и России. В нашей стране еще в 2004 г. начато изготовление автомобилей с газовыми двигателями на ОАО "КАМАЗ". Однако массового производства газовых автомобилей у нас еще нет.

Основным направлением газификации автомобильного транспорта в нашей стране является переоборудование автомобилей на газовое топливо.

Переоборудование автомобилей для работы на сжиженном нефтяном или компримированном природном газе должно осуществляться предприятиями, имеющими соответствующие лицензии. Работы выполняются в соответствии с действующими нормативными документами и техническими условиями завода-изготовителя топливной аппаратуры и газовых баллонов. Переоборудование включает в себя следующие основные процессы:

- приемка автомобилей и подготовка их к переоборудованию;
- установка газового оборудования на автомобили;
- испытание газовой системы питания переоборудованных автомобилей;
- оформление документации и выдача автомобилей заказчику.

В различных регионах России накоплен достаточно богатый опыт переоборудования автомобилей различных марок и назначения на газовое топливо и эксплуатации этих автомобилей. Во многих городах со-зданы и функционируют технические центры по переоборудованию и сервисному обслуживанию газового оборудования.

В то же время следует отметить, что темпы газификации автомобильного транспорта в стране еще не достаточные, что явно не соответствует требованиям экономики. Основными причинами, сдерживающими процесс перевода автомобильного транспорта на природный газ, являются достаточно высокая стоимость газобаллонного оборудования, особенно иностранного производства, а также недостаточно развитая сеть автогазозаправочных станций.

Стоимость переоборудования разных марок автомобилей на компримированный (сжатый) природный газ (КПГ) составляет

65 тыс. р. Для сравнения, стоимость перевода "Газели" на сжиженный нефтяной газ составляет 11...12 тыс. р.

В нашей стране имеется опыт решения проблемы перевода автотранспорта на природный газ с участием специальных структур, занимающихся установкой оборудования на автомобили. Эти структуры предоставляют своим клиентам небольшую (как правило, 2–3 месяца) рассрочку на оплату устанавливаемого оборудования.

Сдерживающим фактором в данном случае является то, что автовладельцу все-таки приходится нести определенные финансовые издержки при переходе на КПГ. Для установочной компании отсрочка, которую она предоставляет клиентам, означает отвлечение существенного количества оборотных средств из своего бизнеса.

Включение в сложившуюся схему кредитной организации позволяет решить указанную проблему. В этом случае установочная компания не отвлекает собственные оборотные средства, а автовладелец начинает получать экономию на горючесмазочных материалах (ГСМ) сразу после установки газобаллонного оборудования (ГБО).

Расчеты показывают, что за счет более чем двукратной разницы в ценах между бензином А-76 и КПГ возникает ситуация, когда при 9-месячном кредите на установку газобаллонного оборудования автовладелец получает экономию даже с учетом выплаты процентов и возврата кредита уже с первого дня после установки оборудования.

Обеспечением кредита служит залог устанавливаемого оборудования, т.е. автовладельцу не требуется предоставлять дополнительных залогов. С целью сохранности залога в период действия кредита устанавливаемое оборудование страхуется в страховой компании, что является элементом общепринятой банковской практики.

При использовании такой схемы автовладелец, имеющий, например грузовую "ГАЗель", выходит в "ноль" (не тратит дополнительных средств на оплату метана и выплаты за установленное оборудование в период его окупаемости) уже при среднесуточном пробеге 81 км. При среднесуточном пробеге 200 км экономия по сравнению с работой на бензине в период возврата кредита составит 5,2 тыс. р. / мес. (38 % от затрат на бензин), с после его возврата – 8,6 тыс. р. (64 % от затрат на бензин).

Расчеты показывают, что для автомобилей "ГАЗель", грузовиков ГАЗ, ЗИЛ, автобусов разных классов экономия в период кредита при среднесуточном пробеге 200 км составляет 26...44 %, а после его возврата повышается до 56...64 % от затрат на бензин.

В условиях расширяющихся масштабов применения природного газа в качестве моторного топлива увеличивается потребность в сервисных услугах автомобилей с газобаллонным оборудованием (заправке газом, техническом обслуживании и ремонте газобаллонного оборудования). По этой причине в России последние годы стала соответственно расширяться сеть газозаправочных станций, которые выполняют эти услуги. Основная часть таких станций создается как самостоятельное (экономически и юридически) малое предприятие. В то же время заправку газом могут осуществлять универсальные многотопливные АЗС, строительство которых уже ведется в Москве, Московской, Рязанской, Томской и Тюменской областях, Башкирии, Ставропольском крае и других регионах.

Владельцы газобаллонных автомобилей должны иметь максимальные удобства в заправке своих транспортных средств природным газом. Для этого на всей территории региона нужно создать сеть стационарных многотопливных автозаправочных станций, строительство которых является трудоемким и капиталоемким мероприятием. Стоимость строительства одной стационарной станции средней мощности в действующих ценах составляет 5 – 7 млн. р. Поэтому для решения вопроса строительства необходимо привлекать различные источники финансирования, в том числе бюджетные

средства, кооперированные средства владельцев автомобильной, тракторной и другой техники, а также экономические фонды, иностранные инвестиции, фонды финансовой поддержки, включая фонды поддержки малого предпринимательства, лизинговых компаний и др.

Несмотря на высокую стоимость, строительство и эксплуатация автомобильных газозаправочных станций и автомобильных газонаполнительных компрессорных станций при существующих ценах на оборудование, материалы и энергоносители экономически выгодно, о чем свидетельствуют следующие цифры: при производительности 250 – 300 заправок в сутки закупочной цене 2...2,5 тыс. р. за тонну и доставке сжиженного нефтяного газа транспортной цистерной емкостью 36 м³ от поставщика, удаленного на расстояние около 30 километров срок окупаемости автозаправочной станции составляет примерно три–четыре года.

Высокие экономические показатели имеют малогабаритные автозаправочные станции модульного исполнения и малой производительности. Для размещения таких станций необходимы незначительные площади и затраты на проектные и строительно-монтажные работы.

Наиболее выгодным является строительство автогазозаправочных станций непосредственно на территории автотранспортных предприятий, причем в комплексе с выполнением работ по переоборудованию подвижного состава по схеме "проект под ключ". Исключение так называемых "холостых" пробегов на заправку позволяет окупить затраты на строительство гаражной автогазозаправочной станции всего за 1,5 – 2,5 года.

Серьезной проблемой является также техническое обслуживание переоборудованных автомобилей. Для указанной цели требуется современное диагностическое и стендовое оборудование, техническая документация, определяющая рациональный перечень работ, объем и периодичность обслуживания, количество запасных частей и материалов и периодичность их поставок.

За рубежом наиболее перспективной концепцией заправочных комплексов считается строительство многотопливных заправочных станций с полным набором услуг. На таких станциях организованы заправка автомобилей всеми видами моторного топлива, включая природный газ, а также автосервис, мойка машин, торговля сопутствующими товарами и продуктами питания. В США и Канаде такие комплексы стоимостью около пяти миллионов долларов окупаются (с учетом выплаты процентов по кредиту) примерно за пять лет.

Большое место в решении проблемы сервисного обслуживания газобаллонных автомобилей принадлежит передвижным (мобильным) газозаправочным установкам.

Передвижные автогазозаправщики являются эффективным средством доставки природного газа непосредственно потребителям. Это открывает широкие перспективы их применения в сельском хозяйстве. Их применение позволит осуществлять заправку автомобилей газом непосредственно на территории автотранспортных предприятий. Такой подход представляется наиболее перспективным, особенно в тех случаях, когда один подрядчик выполняет весь комплекс работ по газификации подвижного состава автотранспортного предприятия.

Расширение сферы применения природного газа в качестве топлива на транспортных средствах и, соответственно, сервиса газобаллонных автомобилей требует соответствующего совершенствования нормативно-правовой базы. Необходим комплексный анализ действующих сегодня документов с целью приведения их к современным требованиям, гармонизации с международными нормами.

В отдельных регионах страны приняты законы и другие нормативные акты, регулирующие процесс газификации автомобильного транспорта. Например, в Томской области принят закон № 54-03 от 1 декабря 2000 г. "Об использовании природного газа в качестве моторного топлива в Томской области".

Отсутствие законодательной базы, обеспечивающей экономическое стимулирование предприятий-владельцев автотехники в расширении использования природного газа в качестве моторного топлива, сдерживает решение проблемы.

4.3. ФИРМЕННОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ АВТОМОБИЛЕЙ

Как уже отмечалось, уровень конкурентоспособности станции технического обслуживания зависит от многих факторов, в том числе от размещения, востребованности предлагаемых услуг и их качества, своевременности выполнения, культуры обслуживания и др. Не последнюю роль играет при этом организация работы СТО и также способы и формы выполнения услуг, которые позволяли бы соединить воедино несколько конкурентообразующих характеристик и обеспечить высокую эффективность производственного процесса.

Одной из таких форм, которая в настоящее время получила широкое применение на практике как за рубежом, так и в России, является фирменное обслуживание. По мнению специалистов фирменное обслуживание занимает первое место среди других форм автосервиса по конкурентообразующим характеристикам [18, 24, 26, 27]. На втором месте находятся бывшие государственные СТО; на третьем – вновь созданные независимые частные СТО; на четвертом – автотранспортные предприятия, выполняющие услуги по техническому обслуживанию и ремонту для других автовладельцев на коммерческой основе; на пятом – индивидуальные предприниматели. Фирменные СТО продают и обслуживают автомобили конкретных фирм и работают непосредственно с фирмами-производителями, выполняя дилерские функции. Их деятельность полностью подчинена интересам автомобильных заводов, в своей работе они пользуются нормативными и инструктивными материалами автозаводов, запчастями и др.

Автомобильные заводы добиваются выполнения всеми дилерами единых требований по компоновке и оборудованию дилерских торгово-сервисных центров, выполнению производственных функций в целях обеспечения высокого качества обслуживания и высокой репутации автомобильной компании и ее дилерской сети.

Фирменные СТО имеют высокий уровень технологического оборудования, подготовленные кадры с достаточным уровнем культуры обслуживания клиентов, оригинальные запасные части, широкий выбор услуг по конкретной марке автомобилей, высокую репутацию и высокие цены.

Бывшие *государственные* СТО созданы в "доперестроечный период" и имеют большой опыт работы в автосервисе, специально спроектированные помещения, выгодное расположение, хорошие традиции.

На этих станциях хорошее, но нередко устаревшее оборудование, наработанные связи со многими потребителями, которые привыкли пользоваться их услугами. СТО применяют невысокие цены за услуги.

Частные СТО, которые были созданы в переходный период к рыночной экономике, имеют примерно такие же характеристики, что и группа бывших государственных предприятий.

К следующей группе по конкуренции на рынке автосервисных услуг относятся автотранспортные и другие предприятия, а также гаражные кооперативы. На таких автосервисных предприятиях низкий уровень технологии

технического обслуживания и ремонта, низкая культура обслуживания, низкая квалификация кадров, низкая эстетика производства, завышенная продолжительность выполнения работы и узкая специализация по моделям автомобилей. К этой группе можно отнести индивидуальных предпринимателей, выполняющих, как правило, отдельные виды ремонта.

Таким образом, самый высокий уровень конкурентообразующих характеристик, в том числе уровень технической и качество технического обслуживания и ремонта автомобилей, культура обслуживания клиентов, обеспечение запасными частями и т.д., достигается на фирменных станциях.

Суть фирменного обслуживания заключается в том, что фирма-производитель автомобилей берет на себя ответственность за поддержание работоспособности продукции в течение всего срока ее эксплуатации. В условиях конкуренции сервисное обслуживание становится для производителей техники важным средством борьбы за потенциальных покупателей.

Услуги, предоставленные покупателю при продаже подразделяются на предпродажные и послепродажные, включая гарантийное и послегарантийное обслуживание.

Предпродажные услуги – услуги, связанные с подготовкой автомобилей к продаже и собственно с продажей и привлечением покупателей, включают:

- подготовку автомобиля к продаже, придание ему товарного вида после доставки к месту продажи: распаковку товара, снятие антикоррозийных и иных покрытий, монтаж, заправку топливом, наладку и регулирование, доведение показателей до паспортного уровня, исправление повреждений, полученных при транспортировке;

- разработку системы каталогов и прейскурантов, подготовку, а при необходимости и перевод технической документации и инструкций пользования на соответствующий язык;

- демонстрацию автомобиля покупателям, обучение обращению с ним;

- проведение испытаний (пробные поездки в присутствии представителя СТО);

- технические и иные консультации покупателя;

- проявление личного внимания к покупателю;

- организационные меры по реализации автомобиля и многое другое.

В соответствии с Законом РФ "О защите прав потребителей (прил. 5) и Основами гражданского законодательства предприятие, осуществляющее продажу продукции, несет полную ответственность за ее качество. Оно должно предоставлять потребителю полную и достоверную информацию о товаре, осуществлять в обязательном порядке подготовку товара к продаже. Товар должен быть освобожден от тары, технически сложные изделия должны быть собраны и очищены от смазки и т.д.

Предпродажные услуги – необходимый элемент работы предприятия на рынке, позволяющий показать покупателю "товар лицом", продемонстрировать все его преимущества. Это важный фактор конкурентоспособности промышленной продукции.

Большое место при предпродажной подготовке автомобиля принадлежит оценке его качества и устранению разнообразных дефектов.

Предпродажная подготовка производится с целью предоставления покупателю технически исправного и подготовленного к эксплуатации автомобиля.

Необходимость проведения предпродажной подготовки обусловлена тем, что при доставке автомобилей к месту продажи и во время их хранения поверхность кузова и салона загрязняется, нарушаются некоторые регулировки, появляются различные повреждения и мелкие неполадки. Кроме того, перед продажей необходимо удалить с окрашенной поверхности кузова слой временной противокоррозионной защиты, проверить наличие специальных жидкостей и масел в системах и агрегатах, состояние агрегатов, узлов и систем, особенно обеспечивающих безопасность движения, а также наличие технической документации и ее соответствие маркировке агрегатов, наличие комплектующих изделий и принадлежностей, произвести их установку на автомобиль.

Работы по предпродажной подготовке автомобилей производятся за счет завода-изготовителя. При этом ответственность за качество работ несет предприятие, производившее предпродажную подготовку. О выявленных в процессе предпродажной подготовки отказах и неисправностях своевременно сообщают заводу-изготовителю, что позволяет оценивать не только качество сборки автомобилей, но и предупреждать в дальнейшем появление этих неисправностей и отказов.

Трудоемкость проведения предпродажного обслуживания колеблется в пределах 3–4 чел.-ч в зависимости от модели автомобиля.

О проведении предпродажной подготовки автомобиля в сервисной книжке производится соответствующая отметка. Без указанной отметки автомобили продаже не подлежат.

Послепродажные услуги – включают все виды услуг, оказываемых покупателю с момента продажи автомобиля:

- быструю и бесплатную доставку;

- обучение или инструктаж покупателя правилам и приемам грамотной эксплуатации автомобиля. В отдельных случаях такое обучение бывает платным, что оговаривается в контракте;

- подготовку автомобиля к эксплуатации;

- продажу дополнительного или вспомогательного оборудования и устройств;

- систему расчетов (в кредит, на условиях лизинга);

- специальные финансовые условия (гарантия возврат денег, например);

- страхование автомобиля;

- гарантийное обслуживание;

- обслуживание по договору (послегарантийное обслуживание);

Важным аспектом предлагаемых услуг является вопрос о гарантиях. Коммерческая гарантия обычно является составной частью контракта на поставку, чаще всего гарантия предоставляется на год, хотя при определенных условиях она может быть продлена. Защита от скрытых дефектов в товаре гарантируется Законом РФ "О защите прав потребителей".

Гарантийный сервис – заключается в своевременном осуществлении всех работ, от которых зависит бесперебойная эксплуатация техники. Гарантийное обслуживание осуществляется бесплатно, хотя известно, что цена

гарантийного сервиса включена в продажную цену товара. Работники службы сервиса известных фирм в гарантийный период регулярно без специального вызова навещают покупателя, осматривают проданную технику, контролируют правильность ее эксплуатации и повседневного обслуживания, проводят все положенные регламентные работы (регулировка, замена изношенных деталей и т.д.).

Организация проведения ТО и ремонта автомобилей в гарантийный период эксплуатации регламентируется "Положением о гарантийном обслуживании легковых автомобилей, принадлежащих гражданам", которое устанавливает порядок организации и проведения ТО и ремонта автомобилей в гарантийный период эксплуатации.

Положение определяет функции и ответственность предприятий, выпускающих легковые автомобили, и пунктов (станций) гарантийного обслуживания автомобилей, их агрегатов и комплектующих изделий в гарантийный период эксплуатации.

Работы гарантийного обслуживания включают ТО и гарантийный ремонт. В течение гарантийного пробега ТО, помимо регламентных работ, установленных заводом-изготовителем, осуществляется также контроль состояния агрегатов и узлов для выявления и устранения неисправностей, которые могут привести к возникновению рекламаций. Указанные неисправности устраняются путем гарантийного ремонта. ТО производится на СТО владельцем за наличный расчет. В объем работ ТО могут быть включены отдельные дополнительные диагностические или профилактические работы, выполнение которых производится по указанию завода-изготовителя за его же счет.

Гарантийный ремонт при условии соблюдения правил эксплуатации автомобиля производится за счет завода-изготовителя.

Дефекты автомобилей, подлежащие устранению по гарантии автозавода, классифицируются на рекламационные и нерекламационные.

К рекламационным дефектам относятся нарушения регулировок, преждевременные износы или поломки деталей, если для их устранения требуется разборка агрегата с применением приспособлений и (или) специнструмента, либо замена агрегата. К нерекламационным дефектам относятся замены нормалей, плавких предохранителей, лампочек и мелких деталей, а также неисправности, устраняемые путем выполнения отдельных работ ТО вне установленного регламента.

Рекламацией является претензия владельца по рекламационным дефектам, затраты на устранение которых превышают 0,2 % розничной цены нового автомобиля. При этом затраты на устранение дефектов определяются по суммарной стоимости выполненных работ (по действующим прейскурантам) и замененных деталей (в розничных ценах).

Решение по рекламациям оформляется "Рекламационным актом", а по нерекламационным дефектам "Актом гарантийного обслуживания", которые после утверждения их инженером по гарантии являются основанием для производства работ по гарантийному ремонту.

Гарантийный срок, установленный заводом, продлевается на время нахождения автомобиля в гарантийном ремонте. В случае замены агрегатов гарантийный срок на замененные агрегаты продлевается на три месяца или пять тысяч километров пробега сверх установленного для данного автомобиля гарантийного периода эксплуатации. Владелец теряет право на бесплатный ремонт до истечения гарантийного срока в случае несоблюдения указаний заводской инструкции по эксплуатации автомобиля, невыполнения очередного ТО в соответствии с сервисной книжкой, повреждения автомобиля в результате аварии, внесения изменений в конструкцию автомобиля, использования автомобиля на спортивных соревнованиях.

Организация гарантийного обслуживания автомобилей осуществляется соответствующими службами автозаводов через заводскую (фирменную) сеть СТО, а также другими станциями обслуживания на договорных началах с заводами-изготовителями автомобилями.

Послегарантийный сервис – осуществляется за плату на договорной основе. В этот период (до прекращения эксплуатации фирм) продавец может вести плано-предупредительный и капитальный ремонт, снабжать запчастями, давать консультации, проводить модернизацию, осуществлять дополнительное обучение персонала. Задача послегарантийного обслуживания сократить поломки, увеличить межремонтные сроки, повысить безопасность эксплуатации, т.е. поддерживать автомобили в рабочем состоянии.

В сфере послепродажного обслуживания критериями эффективности деятельности СТО, с точки зрения клиентов, являются способность быстро отозваться на просьбу о помощи; скорость выполнения заказов на замену деталей, что требует значительного запаса на каждом уровне системы распределения запасных частей; техническая компетентность работников обслуживания.

Обслуживание автомобилей в течение послегарантийного периода эксплуатации осуществляется в соответствии с "Положением о техническом обслуживании и ремонте легковых автомобилей, принадлежащих гражданам".

Это положение является основополагающим документом, определяющим единую техническую политику и устанавливающим необходимые требования к системе ТО и ремонта, ее организации. Положение регулирует взаимоотношения между предприятиями системы автотехобслуживания, владельцами автомобилей и заводами-изготовителями. Оно устанавливает также виды и нормативы технических воздействий, направленные на обеспечение надежной и безопасной эксплуатации автомобилей, содержит основные рекомендации для организации ТО и ремонта автомобилей на СТО.

Согласно названному положению, техническое обслуживание включает: ТО по талонам сервисных книжек (СК), ежедневное – техническое обслуживание (ЕО), первое (ТО-1) и второе (ТО-2) технические обслуживания автомобилей, для которых не предусмотрены сервисные книжки и сезонное обслуживание (СО).

В нашей стране, как и в большинстве стран мира, режим ТО легковых автомобилей регламентируется сервисной книжкой, прикладываемой к автомобилю при его продаже. СК является основным документом, определяющим режим обслуживания автомобиля, а также взаимоотношения между заводом-изготовителем или его торговым подразделением и владельцем автомобиля.

Обслуживание автомобиля по СК в отличие от режимов ТО-1 и ТО-2, имеющих постоянную периодичность и объемы работ, заключается в том, что через определенный пробег с начала эксплуатации предусматривается выполнение соответствующего объема работ по ТО. Пробеги между ТО и соответствующие им работы ТО указываются в талонах СК [15].

Например, СК автомобилей ВАЗ содержит талон предпродажной подготовки и 11 талонов, рассчитанных на пробег до 100,5 тыс. км. Обслуживание по талону № 1 проводится через 2...3 тыс. км, по талону № 2 – через 9,5...10,5 тыс. км и далее через 10 тыс. км. После обслуживания в талонах делается отметка с указанием

километража и даты проведения работ на СТО. Обслуживание по СК является наиболее удобной формой для личных автомобилей, которая заключается в конкретизации работ, исходя из конструктивных особенностей автомобилей. Кроме того, применение СК способствует соблюдению владельцами автомобилей установленных заводом режимов ТО. Наряду с сервисной книжкой при ТО и ТР необходимо руководствоваться инструкцией по эксплуатации данной модели автомобиля.

Режимы ТО устанавливаются заводами-изготовителями. Сезонное обслуживание включает работы, проводимые при подготовке автомобиля к зимней или летней эксплуатации.

Положением предусмотрены два вида ремонта: текущий (ТР) и капитальный (КР) агрегатов. Капитальный ремонт полнокомплектных индивидуальных автомобилей не предусматривается. КР агрегатов может выполняться на авторемонтных предприятиях и специально оснащенных СТО, имеющих необходимое оборудование, техническую документацию и аттестованных для этой цели работников.

Объем и качество услуг оказывают влияние на покупателей, как при первичной покупке товара, так и при принятии решения о повторной покупке. Установлено, что сервис является самым лучшим средством создания доверительных отношений между предприятием и его клиентами, он способствует закреплению клиентуры, формированию приверженности покупателя определенной товарной марке, а значит, обеспечивает стабильность продаж и рост доходов предприятия-продукта.

Необходимость сервисного обслуживания связана, прежде всего, со стремлением производителя сформировать стабильный рынок для своего товара. Высококачественный сервис качественных товаров повышает их конкурентоспособность, непременно увеличивает повышение спроса на предлагаемые изделия. Способствует коммерческому успеху предприятия, повышению его престижа. Поэтому создание сильной сервисной службы и ее эффективное функционирование – предмет заботы всех фирм, успешно выступающих на мировом рынке.

Вот как выглядит, например, сервисная практика американской компании "Форд" [5]:

- бесплатное устранение всех дефектов, кроме дефектов шин, в течение 12 месяцев, или 12 000 миль (19 000 км), по принципу "что раньше";
- гарантия по двигателю, коробке передач, передней подвеске и заднему мосту на шесть лет, или 60 000 миль, причем владельцу выплачивается 100 долларов при первом ремонте этих агрегатов;
- устранение в течение трех лет независимо от пробега дефектов ремней безопасности;
- гарантия при выхлопной системе – на пять лет, или 50 000 миль, и обязательство ликвидировать коррозию корпуса в течение шести лет, или 100 000 миль;
- за умеренную плату – три разных варианта "плана длительного обслуживания" с различными вариантами срока действия и пробега автомобиля, т.е. предлагается три разных варианта послегарантийного обслуживания.

Опыт зарубежных стран и России свидетельствует о том, что фирменное обслуживание является самым лучшим способом организации автосервиса.

Один из главных принципов организации обслуживания автомобилей за рубежом состоит в том, что "кто производит, тот и обслуживает автомобили", хотя при этом могут привлекаться и другие предприятия и фирмы. Однако ответственность за организацию обслуживания в течение всего гарантийного периода эксплуатации автомобилей несет, как правило, фирма-изготовитель автомобилей.

Фирменные станции технического обслуживания финансово и административно подчинены фирмам-изготовителям автомобилей. Крупнейшая автомобильная фирма "Рено" (Франция), например, имеет широкую фирменную сеть по обслуживанию автомобилей, насчитывающую во всем мире 12 000 станций, в том числе 5000 во Франции [24].

В состав фирмы входит управление по обслуживанию автомобилей, которое занимается вопросами технической эксплуатации по всей сети предприятий, разрабатывает единую технологию и организацию производства, оказывает техническую помощь при проектировании и реконструкции предприятий и т.д. Управлению подчинены головные станции обслуживания, расположенные по всей территории Франции в 12 так называемых "коммерческих зонах". Это мощные, хорошо оснащенные предприятия, определяющие техническую политику фирмы. Головным предприятиям подчиняются средние станции concessionеров, которым, в свою очередь, подчинены небольшие станции дилеров (независимые предприниматели, работающие с фирмой на договорных началах).

Другие крупные фирмы, производящие автомобили, имеют принципиально ту же схему сети, т.е. управление–головные, фирменные станции–станции concessionеров–дилеры. Основные задачи всех звеньев сети сводятся к увеличению продажи автомобилей на базе совершенствования обслуживания автомобилей.

В России фирменное обслуживание автомобилей осуществляют такие заводы, как ВАЗ, КамАЗ, ГАЗ и др. Каждый из них имеет достаточно разветвленную сеть автосервисных предприятий, которые выполняют весь комплекс услуг: продажу автомобилей и запасных частей, техническое обслуживание (предпродажное, гарантийное и послегарантийное) ремонт и другие виды работ. Необходимо подчеркнуть, что во всем мире в настоящее время сервисные услуги выполняют не только предприятия-производители, но и независимые предприятия и индивидуальные предприниматели. Они могут выполнить эти услуги по договору с предприятиями-производителями, выступая в качестве дилеров, или при отсутствии такого договора, применяя для этого разнообразные способы организации выполнения работ. Причем число независимых станций, выполняющих техническое обслуживание и ремонт автомобилей, большинство. В США, например, таких станций около 60 %, в Японии более 70 %. Широко они распространены в Англии и Франции. Основной деятельностью этих станций являются ТО, ремонт, производство гаражного оборудования и другие работы, тесно связанные с обслуживанием автомобилей. Кроме того, существует сеть станций обслуживания, принадлежащая страховым компаниям, которые ремонтируют в основном после аварий застрахованные автомобили, нефтяным компаниям, содержащим автозаправочные станции и др. [24].

4.4. ОПЕРАТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВОМ НА СТАНЦИИ ТЕХНИЧЕСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ

На всех СТО существует единый порядок организации услуг, предусматривающий поэтапное выполнение всех работ: техническое обслуживание, ремонт отдельных узлов и агрегатов. Этапы следующие:

- 1) прием заявок от заказчиков на услуги;

- 2) прием автомобиля на обслуживание и ремонт;
- 3) исполнение заказа;
- 4) выдача автомобиля заказчику.

Прием заявок может осуществляться при прибытии заказчика на СТО или по телефону. На данном этапе мастер-приемщик записывает сущность проблемы, пожелания заказчика. При этом в заявке указываются фамилия заказчика, данные автомобиля, сроки выполнения работ.

Наличие необходимых запчастей проверяется на стадии приема предварительных заявок и обеспечивается к сроку диспетчерского распределения работ. Если потребность в запчастях не может быть определена в момент оформления заказа, то это делают до начала его выполнения; если нужных запчастей нет в наличии, то их сразу заказывают. Предвидя задержку и срыв согласованного срока, мастер-приемщик должен предупредить об этом клиента.

На втором этапе автомобили, прибывшие на СТО, проходят мойку, после чего мастер-приемщик осуществляет предварительную диагностику технического состояния автомобиля, информирует клиента о готовности СТО выполнить работы, оформляет наряд-заказ, в котором указывается вид работ, их стоимость.

После приема автомобиль направляется на соответствующий производственный участок. В случае занятости рабочих постов, на которых должны выполняться работы согласно наряд-заказу, автомобиль поступает на автомобилеместа ожидания или хранения, а оттуда, по мере освобождения постов, направляется на тот или иной производственный участок. В структуру типовых СТО в зависимости от их мощности входят следующие производственные участки: приемки и выдачи автомобилей, мойки, диагностирования, ТО, ТР, смазки, ремонта и заряда аккумуляторов, ремонта электрооборудования, ремонта топливной аппаратуры, агрегатно-механический, шиномонтажный, обойный, кузовной, малярный и предпродажной подготовки автомобилей (для СТО с магазином). На небольших СТО (менее 10 рабочих постов) некоторые однородные виды работ могут объединяться и выполняться на одном участке.

Подробно о способах организации работ на каждом участке можно прочитать в работе Г.В. Напольского [15].

Если в процессе выполнения заказа выявляются дополнительные дефекты и неисправности автомобиля, то они вносятся в наряд-заказ и устраняются после согласования с клиентом.

После выполнения всех работ, указанных в наряд-заказе, осуществляется технический контроль качества выполненных работ, при этом может быть опробование автомобиля на ходу.

На выполненные работы по ТО и ремонту установлены следующие сроки гарантии: ТО – 10 дней, ТР – 30 дней, окраска кузова – шесть месяцев. СТО безвозмездно устраняет дефекты, выявленные в течение гарантийных сроков, при соблюдении заказчиком требований по эксплуатации и уходу за автомобилем.

Передача автомобиля его владельцу сопровождается рекомендациями по эксплуатации отремонтированного узла, агрегата или отдельной детали, оплатой счета клиентом за выполненные работы.

Если на станции обслуживания производится продажа автомобилей, то поступившие на СТО автомобили направляются на участок предпродажной подготовки, а оттуда – в зону хранения и магазин.

Необходимо подчеркнуть, что организация производственного процесса на СТО осуществляется в постоянно изменяющихся условиях. Это объясняется специфическими особенностями самого производства на указанных предприятиях, отличающих его от производства на предприятиях других отраслей (например, в той же автомобильной промышленности). Такими особенностями являются:

- преобладание ручного труда, который часто не может быть механизированным. Отсюда неодинаковая трудоемкость выполнения одних и тех же операций;
- неравномерность входящего потока требований по часам суток, дням недели и месяцам;
- неравномерность входящего потока по номенклатуре работ, маркам автомобилей и последовательности их поступления;
- разнообразие потребностей в запасных частях, которые часто выходят за рамки имеющейся на складе СТО номенклатуры запасных частей;
- индивидуальность каждого заказчика, что затрудняет выполнение стандартных ремонтов или обслуживание автомобилей;
- СТО должно придерживаться того режима работы, который соответствует спросу (удобен клиентам);
- организация производства должна основываться на потребностях клиентуры.

В этих условиях высокая эффективность производства на СТО может быть достигнута двумя основными путями:

- 1) формирование производственной программы по техническому обслуживанию и ремонту, предусматривающей определенный объем и номенклатуру работ, должно осуществляться после тщательного изучения спроса на услуги;
- 2) совершенствование оперативного управления производством.

Оперативное управление производством на любом предприятии осуществляется по ходу производственного процесса в масштабах короткого отрезка времени. Оно включает оперативное планирование, оперативный учет, оперативный контроль и оперативный анализ.

Оперативное управление производством на станции технического обслуживания автомобилей имеет исключительно важное значение в обеспечении высокой ритмичности ее работы, которая способствует рациональному использованию основных производственных фондов (оборудования, зданий, сооружений), а также рабочей силы, снижению себестоимости услуг и увеличению прибыли и рентабельности. В то же время она свидетельствует о своевременном выполнении услуг, что имеет большое значение в решении проблемы привлечения и удержания клиентов.

Рассмотрим возможности реализации всех составляющих оперативного управления на СТО.

Оперативное планирование. Сущность его заключается в разработке плана-графика работы СТО на каждый месяц, в котором должен быть указан объем услуг в денежном выражении на каждый рабочий день в течение месяца. Объем услуг – это один из важнейших экономических показателей, ради которого осуществляется деятельность предприятия.

План-график должен разрабатываться на основе заявок клиентуры и заключенных договоров. Он доводится до всех подразделений и всего коллектива СТО в начале каждого месяца, при этом каждый исполнитель должен четко знать свое место в реализации плана-графика в соответствии с должностными обязанностями.

Одной из главных причин, затрудняющих составление графика работ на СТО, является вероятностный (случайный) характер поступления заявок на выполнение услуг. Поэтому в отдельные дни их может быть много и предприятие будет полностью обеспечено объемом работы, соответствующим его производственным возможностям. В другие дни объем работы может резко снизиться из-за уменьшения числа заявок на услуги, в результате чего производственные возможности СТО недоиспользуются. Таким образом, необходимым условием для применения плана-графика и ритмичной работы СТО является стабильный поток заявок клиентов на услуги.

Такие условия могут быть созданы лишь при наличии у СТО договорной клиентуры. Особенностью договора о техобслуживании и ремонте техники с предприятиями (прил. 1) является то, что к нему обязательно прилагается график работ, который СТО обязана выполнять. Наличие пакета таких договоров является гарантией составления сводного плана-графика работы СТО на каждый месяц. Каждая СТО в этой связи должна стремиться к тому, чтобы пакет договоров обеспечил полное использование ее производственных мощностей.

Наличие договорной клиентуры свидетельствует о том, что у СТО есть гарантии своевременного поступления денежных средств за выполненные работы, поскольку оплата выполненных по договору работ по техническому обслуживанию техники производится заказчиком ежемесячно равными долями на основании двухсторонних актов сдачи-приемки выполненных работ. Работы по вводу техники в эксплуатацию, а также по устранению неисправностей (ремонту) техники оплачиваются заказчиком на основании двухсторонних актов сдачи-приемки выполненных работ, составляемых СТО совместно с заказчиком по окончании работ.

Наличие плана-графика дает возможность для проведения оперативного контроля за ходом его выполнения. Такой контроль, осуществляемый по ходу производственного процесса, позволяет принимать своевременные меры по устранению недостатков в работе отдельных постов, участков и СТО в целом. Возможными причинами невыполнения производственной программы в отдельные дни могут быть сбои в поставках запасных частей и ремонтных материалов, отсутствие материальной заинтересованности у работников СТО и, в частности, у мастера производства и слесарей в ритмичной работе и др.

Своевременное выявление причин и принятие мер по их устранению будет способствовать ритмичной работе предприятия и соответственно улучшению экономических показателей его функционирования.

Значительное место в оперативном управлении производством на СТО принадлежит оперативному учету, который осуществляется по ходу производственного процесса. При этом по каждой операции учитывается время ее выполнения (трудоемкость), запасные части и материалы, используемые в процессе ремонта и обслуживания автомобиля, и другие затраты, необходимые для определения экономических и финансовых показателей работы СТО, включая объем продаж, себестоимость услуг, прибыль и рентабельность.

Таким образом данные оперативного учета используются не только для контроля за ходом выполнения плана-графика работы СТО, но и при организации статистического и бухгалтерского учета.

Основным документом оперативного учета операций на СТО является заказ-наряд, который одновременно служит как договор, заключаемый между СТО и клиентом на выполнение определенных работ. В заказ-наряде должны быть указаны все необходимые условия такого договора, а именно:

- фирменное наименование и место нахождения (юридический адрес) организации-исполнителя (для индивидуального предпринимателя – фамилия, имя, отчество, сведения о государственной регистрации);
- фамилия, имя, отчество, телефон и адрес потребителя;
- дата приема заказа, сроки его исполнения. В случае если оказание услуг (выполнение работ) осуществляется по частям в течение срока действия договора, в договоре должны быть соответственно предусмотрены сроки (периоды) оказания таких услуг (выполнения таких работ). По соглашению сторон в договоре могут быть также предусмотрены промежуточные сроки завершения отдельных этапов оказания услуг (выполнения работ);
- цена оказываемой услуги (выполняемой работы), а также порядок ее оплаты;
- марка, модель автотранспортного средства, государственный номерной знак, номера основных агрегатов;
- цена автототранспортного средства, определяемая по соглашению сторон;
- перечень оказываемых услуг (выполняемых работ), перечень запасных частей и материалов, представленных исполнителем, их стоимость и количество;
- перечень запасных частей и материалов, представленных потребителем, с указанием информации об обязательном подтверждении их соответствия обязательным требованиям, если федеральными законами или в установленном порядке в соответствии с ними порядке, в частности стандартами, такие требования установлены;
- гарантийные сроки на результаты работы, если они установлены;
- должность, фамилия, имя, отчество лица, принимающего заказ (оформляющего договор), его подпись, а также подпись потребителя;
- другие необходимые данные, связанные со спецификой оказываемых услуг (выполняемых работ).

Заказ-наряд – договор между клиентом и предприятием о предоставляемых услугах, вступает в силу с момента подписания его клиентом. Своей подписью клиент подтверждает согласие с действующими условиями выполнения ремонтных работ.

На основе заказа-наряда и прилагаемой к нему ведомости расхода запчастей и материалов составляется точный и подробный счет, подлежащий оплате клиентом.

Наряд-заказ заполняется в "столе заказов" работником СТО, который при непосредственном общении с клиентом выясняет неисправности автомобиля, пожелания клиента, определяет объем предстоящих работ и их ориентировочную стоимость, о чем сообщает клиенту, принимает решение о направлении автомобиля на тот или иной участок, предварительно связавшись с начальником участка по внутреннему или сотовому телефону. Наряд-заказу присваивается порядковый номер. Сведения о клиенте и его автомобиле заносятся в базу данных, в которую входят: дата обращения клиента на СТО, принадлежность автомобиля, марка автомобиля, его государственный номер, место регистрации, контактный телефон. В наряд-заказе обязательно указывается ориентировочная стоимость работ.

После получения наряд-заказа клиент проходит вместе с автомобилем через контрольно-пропускной пункт и направляется на соответствующий участок. На участке его встречает начальник участка (мастер), который вместе с рабочими-слесарями производит осмотр и дефектовку транспортного средства, принимает решение о целесообразности проведения тех или иных работ и сообщает об этом клиенту. При этом мастер аргументировано, технически грамотно

обосновывает клиенту необходимость проведения этих работ, сразу оговаривая возможность возникновения скрытых дефектов, возникших, например, при демонтаже узла или сборочной единицы, которые могут привести к возникновению дополнительных финансовых затрат из-за сложности ремонта и необходимости установки новых запасных частей. Мастер устанавливает срок исполнения работ. Клиент может не согласиться с мастером по поводу выполнения определенных работ и настоять на проведении именно интересующих его работ. Тогда мастер обязан указать в наряд-заказе, в графе "примечание", что требуется проведение вышеперечисленных работ, предупредив клиента о последствиях, которые могут возникнуть в процессе эксплуатации, к которым приведет отказ от выполнения работ, на которых настаивал мастер. После согласования с клиентом предстоящих работ мастер принимает автомобиль в ремонт и делает соответствующую отметку в наряд-заказе.

При долгосрочном ремонте автомобиля клиент и мастер подписывают акт приема-передачи транспортного средства, в котором помимо стандартного нормативного содержания, содержатся сведения о наличии в автомобиле зеркал, дворников, антенны, запасного колеса, домкрата, гаечных ключей и других сопутствующих материалов.

В акте указывается также состояние, марка и номер резины; техническое состояние дисков; внешнее техническое состояние автомобиля (вмятины, царапины); уровень топлива в баке; уровень охлаждающей и тормозной жидкости. После внесения сведений об осмотре мастер принимает, а клиент сдает автомобиль. Один экземпляр акта приема передачи и наряд-заказ хранятся у мастера до окончания проведения (всех) работ. При долгосрочном проведении работ с клиентом обсуждается возможность предоплаты, как правило, в размере стоимости запасных частей, или рассматривается вариант о предоставлении клиентом своих запасных частей. При предоставлении клиентом запасных частей гарантия распространяется только на выполненную работу. При возникновении спорной ситуации о том, что явилось причиной неисправности или отказа, директор СТО назначает комиссию для проведения технического освидетельствования автомобиля, по окончании которого составляется акт. В комиссию включают специалистов, в том числе начальника производства, мастеров участков, а также специалистов со стороны. После завершения подготовительных оформлений и согласований слесари-ремонтники приступают к работе.

Мастер, получивший согласие от клиента на использование запасных частей исполнителя работ, выписывает соответствующие требования в службу снабжения. В требовании указывается число, Государственный номер, марка автомобиля, кто затребовал, через кого затребовал, наименование и количество запасных частей, требуемый срок исполнения. Если в магазине запасных частей, необходимых для ремонта, нет, то служба снабжения занимается их поиском.

По окончании ремонта клиент принимает работу, а мастер сдает ему на руки пропуск (наряд-заказ) и требование. Клиент получает гарантию на выполненную работу и на запасные части. После этого в столе заказов на основании фактически выполненных работ и израсходованных запасных частей выписывается счет. На наряд-заказе проставляется штамп, и он сдается на КПП. После выезда клиента с территории СТО наряд-заказ возвращается в стол заказов для внесения в базу бухгалтерии.

Большое значение в организации ритмичной работы СТО имеет своевременное обеспечение производственного процесса необходимыми запасными частями и материалами.

Для наиболее полного удовлетворения потребности в запасных частях к легковым автомобилям, принадлежащим населению, в стране создается трехступенчатая система, предусматривающая поставку запасных частей на станции обслуживания непосредственно с заводов изготовителей автомобилей:

– первая ступень предусматривает наличие центральных складов на заводах-изготовителях автомобилей. На этих складах, помимо запасных частей, изготавливаемых самим заводом, хранятся в полной номенклатуре запасные части, изготовленные заводами смежных производств для данной модели автомобиля;

– вторая ступень – региональные базы снабжения организаций системы автотехобслуживания, на которых хранятся запасные части по всей номенклатуре для всех марок автомобилей. Головные заводы обеспечивают неснижаемый запас изделий на заводских складах и региональных базах в соответствии с нормами хранения.

– третья ступень – СТО, на которых хранятся запасные части в ограниченной, наиболее ходовой номенклатуре.

Кроме того, предусматривается реализация запасных частей владельцам через торговую сеть магазинов, в том числе и на СТО.

СТО может выполнять работы, используя запасные части приобретенные клиентом в специализированном магазине по продаже запасных частей или непосредственно в СТО по месту ремонта своего автомобиля. Первый вариант приобретения запасных частей применяется чаще всего в том случае, если на СТО затребованных деталей нет или они оказались низкого качества. Такое нередко случается с запасными частями, производимыми на отечественных предприятиях. В любом случае клиенты предпочитают покупать запасные части по месту ремонта своего автомобиля. Они это делают с целью экономии времени и получения возможностей для предъявления претензий к СТО, если запасные части оказались низкого качества. Таким образом на СТО, если она стремится быть конкурентоспособной, должен быть склад запасных частей.

Количество запасных частей и наименований на складе должно быть минимальным, но это должны быть востребованные детали, пользующиеся большим спросом у клиентов. По данным [5] лишь 10 % от их общей номенклатуры пользуются наибольшим спросом. Конкретное количество запасных частей различного наименования определяется специализацией, мощностью, расположением и размерами станции. На небольших СТО хранят ограниченное количество деталей, пользующихся наибольшим спросом, на средних и крупных – более обширную номенклатуру и большее количество.

Количество запасных частей различных наименований, которое необходимо иметь на складе, определяется с помощью компьютера, в котором должна быть необходимая для этого база данных. При отсутствии на СТО компьютерной техники для определения номенклатуры и объема запасов следует вести документальный учет движения запасных частей. Выборка за определенный период времени о количестве израсходованных запасных частей производится из наряд-заказов за определенный период времени. На основании полученных данных нормативный объем запасов $O_{зч}$ рассчитывается по формуле

$$O_{зч} = O_{сч} n, \quad (4.1)$$

где $O_{сч}$ – среднесуточная потребность в деталях конкретного наименования, шт.; n – норма запаса в днях.

Норма запаса в днях устанавливается с учетом периодичности поступления заказов. Это время используется для размещения и формирования резервного запаса.

При хранении каждой детали присваивается соответствующий код и инвентарный номер, что облегчает их учет и поиск.

4.5. СТРАТЕГИИ КОНКУРЕНЦИИ НА РЫНКЕ АВТОСЕРВИСНЫХ УСЛУГ

Среди зарубежных и российских ученых-экономистов нет единого мнения по теории формирования конкурентных преимуществ. Применительно к рынку автосервисных услуг наиболее приемлемой, на наш взгляд, являются следующие базовые стратегии конкуренции:

- стратегия снижения себестоимости продукции (услуг);
- дифференциация продукции (услуг);
- сегментирование рынка;
- стратегия немедленного реагирования на потребности рынка;
- стратегия внедрения новшеств.

Основные характеристики базовых стратегий конкуренции приведены в табл. 4.1.

Основным преимуществом фирм, придерживающихся стратегии снижения себестоимости, является дополнительный рост объема продаж за счет уменьшения рыночной доли конкурентов с более высокой себестоимостью на аналогичные услуги, как следствие, высокий входной барьер в отрасль. Лидер по себестоимости обладает большими резервами при повышении цен на запасные части, позволяющими ему удерживать цены на привлекательном для потребителя уровне и относительно легко вытеснять запчасти имитации и подделки. Однако у данной стратегии есть и недостатки. Главным образом они связаны с высоким риском масштабного бизнеса, выражающимся в инертности производства и отсутствии необходимой степени гибкости при изменении качественных характеристик спроса. Технологические нововведения, копирование или имитация конкурентами методов работы, радикальное изменение предпочтений потребителей, уменьшение ценовой эластичности спроса, появление новых, более совершенных услуг могут серьезно дестабилизировать, а в отдельных случаях лишить фирму конкурентных преимуществ, связанных с низкой себестоимостью или ценой производимых услуг. Для реализации стратегии снижения себестоимости фирме необходим контроль значительной части рынка при широком доступе к дешевым источникам ресурсов, при этом спрос на услуги должен быть эластичным и достаточно однородным по структуре.

Одним из основных направлений фирм, использующих стратегию дифференциации автосервисных услуг, является сосредоточение усилий на выявлении мотивов приобретения услуг потребителями и развитии своих возможностей с целью более полного и качественного удовлетворения специфических потребностей. Главные конкурентные преимущества фирм, идущих по пути данной стратегии, – рост объема продаж и получение прибыли за счет завоевания предпочтений различных групп потребителей на базе превосходства в технологии, качестве услуг на основе широкого выбора. Лояльность специфических групп потребителей создает гарантии получения прибыли и формирует входной барьер в отрасль за счет наличия сформировавшихся предпочтений. Однако при всех преимуществах стратегии дифференциации у нее есть и существенный недостаток – высокие издержки на создание имиджа фирмы, предлагающей оригинальные товары и услуги. Кроме того, чрезмерная дифференциация услуг часто приводит потребителей в заблуждение, они перестают воспринимать разницу между характеристиками предлагаемых услуг или товарами и их ценами. Для реализации данной стратегии необходимы определенные рыночные условия:

разнообразие спроса по структуре; наличие реальных способов выделения услуг и товаров на рынке, которые воспринимаются и ценятся потребителями; преимущественно неценовая конкуренция; относительно небольшое количество фирм-конкурентов в отрасли. Вместе с тем реализация стратегии дифференциации предполагает, что сама фирма имеет легко переналаживаемое производство, мощную маркетинговую службу, ориентированную на весь рынок, разветвленную дилерскую сеть.

Фирмы, придерживающиеся стратегии сегментирования рынка услуг, не преследуют цели обеспечения лидерства в снижении себестоимости и дифференциации услуг на всем рынке. Их конкурентное преимущество – уклонение от конкуренции с мощными лидерами по себестоимости и фирмами-дифференциаторами за счет ведения бизнеса в рыночном целевом сегменте, где конкуренция отсутствует или ее интенсивность незначительна. Как правило, данной стратегии следуют сравнительно небольшие и экономически неустойчивые фирмы, у которых нет возможности обслуживать рынок в целом, но существуют определенные ресурсы и навыки для удовлетворения специфических требований потребителей. При этом сегментация рынка оправдана до тех пор, пока различия в характеристиках товара для целевого сегмента и всего рынка являются существенными.

Для последовательной реализации конкурентного преимущества – монопольного использования выделенного рыночного сегмента – фирме необходимо иметь определенные навыки и соблюсти некоторые условия. К ним, в первую очередь, следует отнести высокую степень диверсификации производственной деятельности; достаточно близкое расположение к потребителям. Однако и данная стратегия не лишена недостатков. Главным образом это достаточно частые и существенные изменения реальных граничных значений потребительских предпочтений, которые "размывают" рыночный сегмент и трансформируют его емкость, повышение издержек производства, и как следствие, неустойчивость позиции фирмы в отрасли.

Основные преимущества фирм, реализующих стратегии внедрения новшеств, – гарантированное получение прибыли и возможность блокирования входа в отрасль в течение действия исключительных прав на услуги и технологию.

Отсутствие аналогичных услуг и постоянный поиск новых коммерческих решений создают имидж новатора, использующего собственные достижения в области науки и техники для полной реализации потенциальных возможностей потребителей. Современный мировой опыт неопровержимо доказывает, что конкурентное преимущество, основанное на новшествах, способствует монополизации бизнеса.

И хотя большинство современных инноваций является результатом деятельности небольших и, как правило, неизвестных компаний, возможность реализации данной стратегии может себе позволить только ограниченное число фирм с мощным научным и финансовым потенциалом. Одним из наиболее критических этапов реализации эффекта новшества

является его коммерциализация. Она представляет собой процесс превращения идеи, замысла в прибыльно продаваемую услугу и охватывает все стадии разработки и внедрения их в сферу реализации. Для того чтобы новшество имело успех на рынке, оно должно обладать сильной коммерческой идеей и основываться, прежде всего, на мотивах поведения потребителей. Однако низкая вероятность факта коммерциализации и является, на наш взгляд, основным недостатком стратегии внедрения новшеств. В большинстве случаев эффект новшества приводит фирмы к банкротству из-за неготовности потребителей воспринять новшества, технической и технологической недоработанности новой услуги, занятости каналов распределения, отсутствия опыта тиражирования нововведения и т.п. Высокий риск неопределенности результатов внедрения новшеств, сопоставимый с венчурным риском, удерживает многие фирмы от реализации данной стратегии.

Значительным преимуществом фирм, выбравших стратегию немедленного реагирования на потребности рынка, является возможность получения максимальной прибыли в короткий промежуток времени, несмотря на высокие удельные издержки, определяемые отсутствием какой-либо специализации. Как правило, это автосалоны, торговые компании, "не отягощенные" производством и быстро адаптирующиеся к изменениям рыночной конъюнктуры.

При надобности быстрого удовлетворения спроса эта задача особенно актуальна. От ее правильного решения зависит мобильность используемых ресурсов. Необходимо отметить, что период времени, в течение которого на рынке существует большой потенциальный спрос, и нет предложения, не может продолжаться бесконечно долго, однако именно в тот период прибыль, получаемая фирмой, может в несколько раз превышать среднеотраслевые показатели. Требования к мобильности в рамках стратегии немедленного реагирования обострены до критической величины. Наиболее полно они могут быть реализованы в торговом бизнесе и сфере услуг и в розничной торговле и торговом бизнесе, который часто соседствует с бизнесом в сфере автосервиса.

Вопросы для самопроверки

1. Приведите определение конкуренции и конкурентоспособности СТО.
2. Назовите основные направления повышения конкурентоспособности СТО.
3. Дайте определение конкурентоспособности автосервисных услуг и станции технического обслуживания автомобилей.
4. Дайте характеристику метода "прямой приемки" при организации автосервисных услуг.
5. Перечислите основные стратегии конкуренции на рынке автосервисных услуг.
6. Что такое диверсификация производства и каковы ее особенности на стадии технического обслуживания?
7. В чем заключается сущность фирменного обслуживания автомобилей?
8. Приведите характеристику основных способов организации автосервисных услуг.
9. Каковы особенности оперативного управления производством на СТО?
10. Дайте характеристику непроизводственным услугам, которые выполняет СТО.
11. Каковы особенности организации автосервисного обслуживания в сельской местности?

5. РАЗРАБОТКА БИЗНЕС-ПЛАНА ПРОЕКТА СОЗДАНИЯ СТАНЦИЙ ТЕХНИЧЕСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ*

Бизнес-планирование имеет большое значение в функционировании и развитии предприятий, осуществляющих свою деятельность на коммерческой основе. Оно носит внутрифирменный характер и служит способом обоснования принятия решений как на стадии создания предприятия, так и на стадии его функционирования и дальнейшего развития.

Бизнес-планирование позволяет стимулировать цель и задачи предприятия на предстоящий период, определять потребность в финансовых, материальных и трудовых ресурсах, оценить эффективность их использования. В этой связи вести успешную предпринимательскую деятельность без бизнес-плана практически невозможно. Его наличие дает возможность строить деловые отношения с коммерческим банком и другими инвесторами по поводу финансирования.

В настоящее время в России нет единых нормативных требований к составлению бизнес-плана обоснования проекта автосервисной фирмы и ее функционирования. На практике данный факт сдерживает развитие предпринимательства в сфере сервисных услуг, вынуждает предпринимателей выбирать и использовать свой вариант построения бизнес-плана.

В настоящем пособии бизнес-план проектируемого СТО рекомендуется разрабатывать по следующим основным разделам [4].

1. Резюме (концепция проекта).
2. Характеристика проектируемого СТО.
3. Оценка спроса на автосервисные услуги.
4. Оценка конкурентов.
5. Производственный план.
6. Организационный план.
7. Экономическое обоснование проекта.

Резюме. В резюме указывается назначение проекта, заключающееся в создании сервисного центра, обеспечивающего техническое обслуживание и ремонт автомобилей, продажу запасных частей и сопутствующих материалов, оказание дополнительных услуг для автовладельцев. Приводятся сведения о размерах предприятия по численности работающих, оснащенности производственными и торговыми площадями, технологическим оборудованием. Указывается специализация предприятия, количество постов и объемы работ по основным видам деятельности. Приводятся также ожидаемые финансовые результаты, в том числе себестоимость работ, объемы продаж, рентабельность, размеры уставного капитала и источники финансирования, расчетный срок окупаемости инвестиций на создание проекта.

Оценка спроса на сервисные услуги Особенностью бизнес-плана проектируемого СТО по сравнению с уже действующим на рынке автосервисных услуг является то, что маркетинговое изучение спроса на услуги и состояния конкуренции на этом рынке осуществляется раньше, чем дается характеристика проектируемого СТО.

Изучение спроса на услуги позволит установить место размещения предприятия, его специализацию и мощность.

В данном разделе бизнес-плана дается характеристика основных клиентов, для обслуживания автомобилей которых создается СТО. Прежде всего целесообразно выделить наиболее крупных автовладельцев (предприятий и организаций); по каждому из них привести сведения о численности и составе автопарка по маркам и модификациям, "возрасте" автопарка, интенсивности эксплуатации по пробегу. Немалое значение имеет информация о тенденциях развития предприятий-автовладельцев, их финансовом состоянии, ибо от этого будет напрямую зависеть стабильность клиентской базы и соответственно уровень финансовых показателей СТО (число заказов, объем реализации запасных частей и принадлежностей, рентабельность производства и др.).

В данном разделе устанавливается также число легковых автомобилей, принадлежащих населению данного города или другого населенного пункта, в котором предполагается разместить СТО.

С крупными клиентами целесообразно заключить договора, предусматривающие применение разнообразных льгот и преференций, позволяющих удержать их на длительное время.

В начале функционирования фирмы огромное значение имеет активная рекламная кампания о ее деятельности, направленная на привлечение клиентов. Предпринимателю надо быть готовым к тому, что СТО на данном этапе будет работать с убытком именно из-за высоких затрат на рекламу. Однако рекламную кампанию проводить следует, ибо она способствует увеличению числа заявок на обслуживание и ремонт и соответственно росту объема продаж запасных частей и сопутствующих материалов.

Маркетинг на стадии создания автосервисных предприятий должен быть направлен на привлечение клиентов и покупателей лучшими условиями обслуживания, чем у тех СТО, где они обслуживаются в настоящее время [5]:

- первоочередным обслуживанием без многодневного ожидания;
- высоким качеством работ;
- организацией, при необходимости, ночного сервиса;
- организацией кратковременного ремонта без предварительной записи;
- низкими ценами на запчасти и сопутствующие товары и т.д.

Программа торговли шинами и сопутствующими товарами должна быть направлена на привлечение покупателей:

- из других клиентов, привлеченных рекламой;
- из числа клиентов сервиса;
- из числа близко живущих автомобилистов.

Основной задачей рекламы на первый период деятельности является создание репутации предприятия с высоким качеством работ и приемлемым уровнем цен.

* При подготовке данной главы принимал участие Г.С. Лебедев – доцент кафедры "Производство, эксплуатация и ремонт машин" Воронежской государственной лесотехнической академии.

Оценка конкурентов. В данном разделе бизнес-плана проекта СТО приводится характеристика основных СТО, которые уже функционируют на рынке автосервисных услуг региона и которые будут выступать в качестве конкурентов. По каждому конкуренту должны быть приведены сведения, содержащие: название предприятия, специализацию, виды выполняемых работ, объем продаж основных клиентов. Особое внимание при этом уделяется описанию преимуществ и недостатков в работе фирм-конкурентов. Преимущества и достоинства должны быть использованы в проектируемой фирме, а недостатки (слабые места в работе) надо знать для того, чтобы их не повторять.

Более подробно методика проведения маркетингового изучения спроса на автосервисные услуги конкурентов изложены в главе 3 настоящего пособия. Большая часть этих рекомендаций может найти применение на предпроектной стадии создания СТО.

Характеристика проектируемого предприятия. В этом разделе приводятся сведения о мощности проектируемого предприятия, специализации, виде выполняемых работ по техническому обслуживанию и ремонту автотранспортных средств, организационно-правовой форме и др. Мощность предприятия характеризуется количеством постов, на которых будут одновременно проводиться работы. Специализация предусматривает перечень марок и модификаций автомобилей, которые станция будет обслуживать и ремонтировать. Возможные виды работ по техническому обслуживанию, которые будут выполняться для автомобилей выбранных марок, следующие:

- регламентированные работы (по видам технического обслуживания);
- уборочно-моечные работы;
- контрольно-диагностические работы;
- смазочно-заправочные работы;
- регулировка фар;
- регулировка углов установки управляемых колес;
- регулировка топливной аппаратуры бензиновых двигателей;
- регулировка топливной аппаратуры дизельных двигателей;
- электротехнические работы на автомобиле;
- регулировка тормозной системы;
- регулировка сцепления;
- регулировка рулевого управления;
- регулировка системы зажигания.

Дополнительные услуги: установка дополнительного оборудования, замена дисков и шин, установка тонированных стекол, установка охранных систем, звукового оборудования и т.д.

Торговля запасными частями к легковым автомобилям, продажа аксессуаров, технологических жидкостей, необходимых для ремонта и обслуживания, шин и дисков колес должны вестись для автомобилей тех марок, которые обслуживаются на СТО и соответствуют ее специализации. В этом случае торговля будет более успешной. Разумеется, универсальные материалы, которые могут использоваться в качестве товаров, отпускаются всем покупателям, а не только клиентам СТО.

В этой связи должно иметься помещение не только для выполнения производственных операций по обслуживанию и ремонту автомобилей (сервисный цех), но и торговый склад и торговые залы для торговли шинами, дисками. В бизнес-плане должна быть указана площадь всех помещений, занимаемых СТО. Реализация запасных частей и сопутствующих товаров будет осуществляться при ремонтах, а также в розницу всем покупателям, а не только клиентам.

В данном разделе бизнес-плана указываются способ приобретения здания (строительство, аренда с последующим выкупом и т.д.), размеры производственных площадей и количество постов (технологических участков).

Эффективность функционирования СТО в значительной мере зависит от места ее размещения. Она должна быть размещена в местах скопления автомобилей тех марок и модификации, для обслуживания и ремонта которых станция создается. Это могут быть территории автомобильных рынков, магазинов по продаже автомобилей и запасных частей, на оживленных улицах городов и магистралей, около автозаправочных станций и т.д. Необходимо иметь в виду, что благоприятное размещение автосервисной фирмы является очень серьезным конкурентным преимуществом перед другими аналогичными фирмами.

При выборе местоположения СТО необходимо руководствоваться не только численностью и составом автопарка по маркам, но и частотой появления неисправностей автомобилей. Если частота неисправностей высокая, то СТО для выполнения работ по устранению этих неисправностей должна быть недалеко. Это может быть, например, замена лампочки, тормозных колодок, свечи зажигания, масла. Для замены колес, которая осуществляется один раз в три-пять лет, можно пользоваться услугами СТО, расположенной относительно дальше. Для покраски автомобиля, которая осуществляется крайне редко, место положение СТО не имеет принципиального значения для автовладельца.

Станция должна быть не только удобно расположена, но и обустроена таким образом, чтобы быть заметной и оставлять хорошее впечатление. Для СТО, как и для других предприятий общего пользования, большое значение имеет внешняя отделка. Стоянки, где можно оставить автомобиль, должны быть удобными, вместительными, эстетически привлекательными. Помещение для приема клиентов должно занимать достаточную площадь, что особенно важно для автосалона. Это обусловлено важностью функции работы с клиентурой и тем, что первое впечатление о станции складывается у клиента именно в этом помещении. Большое значение для станции имеют обустройство ее территории и поддержание порядка на ней. При СТО желательно иметь кафе, телефон, пункт обмена валют, место отдыха, туалет, душ и бытовые помещения для работников.

На территории СТО помимо основного здания станции и очистных сооружений обычно предусматриваются открытая стоянка для автомобилей, ожидающих обслуживания, и стоянка готовых автомобилей, которые желательно устраивать закрытыми (под навесом).

Кроме того, на территории станции могут располагаться склады лакокрасочных материалов, кислорода, ацетилен и прочие, размещение которых в составе основного здания представляют повышенную взрыво- и пожароопасность. В ряде случаев на территории станции располагаются отдельные здания (навес) для постов самообслуживания и мойки автомобилей.

При размещении в комплексе станции АЗС и отдельно стоящей мойки автомобилей необходимо учитывать в общей транспортной схеме генплана самостоятельные транспортные потоки к этим сооружениям и накопительные площадки при них. При этом транспортные потоки не должны пересекать основные потоки заезда и выезда автомобилей на станцию технического обслуживания.

Территория станции должна быть изолирована от городского движения транспорта и пешеходов. Вне территории станции размещают открытые стоянки для автомобилей клиентов и персонала СТО.

Дорожные СТО рекомендуется располагать в населенных пунктах или в непосредственной близости от них, что сокращает затраты на коммуникации и благоустройство, а также облегчает решение жилищного вопроса для персонала станции. На территории дорожной СТО предусматриваются места хранения автомобилей.

Исходными данными для проектирования СТО являются [15]:

- число автомобилей, обслуживаемых СТО в год, и тип станции обслуживания (универсальная или специализированная по определенной модели автомобиля);
- среднегодовой пробег обслуживаемых автомобилей (для городских станций);
- число заездов автомобилей на станцию обслуживания в год (для городских станций) и в сутки (для дорожных станций);
- режим работы станции обслуживания;
- производственная программа по видам выполняемых работ (только для специализированных станций по видам работ);
- число продаваемых автомобилей.

Для определения мощности и типа городской СТО необходимо установить число и состав автомобилей по моделям, находящимся в зоне обслуживания проектируемой станции. Оно устанавливается в процессе проведения маркетинговых исследований спроса на услуги.

Число легковых автомобилей N' , принадлежащих населению данного города (населенного пункта), с учетом перспективы развития парка может быть определено на основе отчетных (статистических) данных или исходя из средней насыщенности населения легковыми автомобилями (на 1000 жителей):

$$N' = \frac{An}{1000}, \quad (5.1)$$

где A – численность населения; n – число автомобилей на 1000 жителей.

Учитывая, что определенная часть владельцев проводит ТО и ТР собственными силами, расчетное число автомобилей, обслуживаемых на станциях за год составит:

$$N = N'K, \quad (5.2)$$

где $K = 0,75 \dots 0,90$ – коэффициент, учитывающий число владельцев автомобилей, пользующихся услугами СТО.

Для выбора типа станции обслуживания (универсальный или специализированный на одной модели автомобиля) из общего числа обслуживаемых автомобилей N определяют их число по моделям и ориентировочно рассчитывают число рабочих постов для ТО и ТР автомобилей каждой модели.

На основе расчетного числа рабочих постов по моделям автомобилей, а также данных об имеющихся станциях-конкурентах в городе, где предусматривается строительство, производится технико-экономическое обоснование, в результате которого определяется целесообразность проектирования универсальной или специализированной станции обслуживания.

Мощность дорожных станций зависит от частоты схода автомобилей с дороги, интенсивности движения по автомобильной дороге и расстояния между станциями обслуживания.

Частота схода автомобилей с дороги зависит от многих причин (ТО и ремонт, заправка топливом, отдых, питание и пр.) и носит вероятностный характер. В результате анализа материалов наблюдений и отчетных данных действующих дорожных СТО, а также изучения зарубежных материалов, выявлены средние показатели, характеризующие сход автомобилей с дороги (табл. 5.1). При этом число обслуживаемых автомобилей от суммарного схода их с дороги составляет 35...45 %.

При расчете принимают следующие соотношения автомобилей по типам: грузовых – 25, легковых – 70, автобусов – 5 %.

Потребное количество постов при средней трудоемкости постовых работ 2,95 чел.-ч принимается равным 0,134 поста на один автомобиле-заезд, или 7,46 автомобилей, приходящихся в день на один пост.

5.1. Показатели, характеризующие сход автомобилей с дороги

Пробег автомобилей при интервалах расположения станций, км	Величина схода с дороги автомобилей на 1000 ед. интенсивности движения автомобилей, %	Процент обслуживаемых автомобилей от схода с дороги
50	1,0	35...45
100	1,5	
150	2,0	
200	2,5	
250	3,0	
300	3,5	

При наличии необходимых материалов обслуживания по количеству сходов и обращений на СТО возможно уточнение приведенных нормативов для конкретных условий математическими методами.

Распределение вероятностей схода автомобилей с дороги подчиняется закону Пуассона:

$$P(\xi = m) = e^{-t} \frac{t^m}{m!},$$

где $P(\xi = m)$ – вероятность события m (количество сходов); t – количество сходов в сутки.

При определении количества сходов на перспективу необходимо учитывать возраст парка и повышение надежности и долговечности автомобилей.

По нижеприведенным формулам можно определить также, что событие появится k или меньше раз, больше чем k , меньше чем k или больше раз:

$$P(m \leq k) = \sum_{m=0}^{m=k} e^{-t} \frac{t^m}{m!}; \quad (5.3)$$

$$P(m > k) = 1 - P(m \leq k) = 1 - \sum_{m=0}^{m=k} e^{-t} \frac{t^m}{m!}; \quad (5.4)$$

$$P(m < k) = (m \leq k - 1) \sum_{m=0}^{k-1} e^{-t} \frac{t^m}{m!}; \quad (5.5)$$

$$P(m \geq k) = 1 - P(m < k) = 1 - \sum_{m=0}^{k-1} e^{-t} \frac{t^m}{m!}. \quad (5.6)$$

Умножая полученные вероятности на время $t = 365$, можно установить, сколько дней в году было заявок: 0, 1, 2, 3, m .

Если в качестве величины u принимать расстояние в километрах, а в качестве n (частоты) – количество сходов, соответствующих определенному пробегу, то можно определить пробег, при котором будет наблюдаться наибольшая вероятность сходов, и таким образом обосновать расстояния, через которые целесообразно размещать станции обслуживания.

Для определения количества обращения на станции в городах в качестве исследуемой величины принимается пробег автомобилей, а частотой является количество заявок на обслуживание через определенный пробег.

Для определения ширины интервала пользуются следующей приближенной формулой Стриджера:

$$d = \frac{X_{\min} - X_{\max}}{1 + 3,322 \lg n}, \quad (5.7)$$

где X_{\min} и X_{\max} – размах вариации; n – число наблюдений; $1 + 3,322 \lg n$ – число интервалов.

Частное от деления размаха вариации на число интервалов принимается за ширину интервала.

Началом первого интервала считается величина $X_{\min} - \frac{d}{2}$, половина интервала прибавляется к X_{\max} и образуется $t + 1$ интервал, после чего подсчитываются значения, попадающие в тот или иной интервал.

Сравнение эмпирических данных с вероятностными производится по критерию согласия Пирсона:

$$\chi^2 = \sum \frac{(f - F)^2}{F}; \quad (5.8)$$

$$\chi^2 = \sum \frac{f^2}{F} - n, \quad (5.9)$$

где χ – наблюдаемая частота повторяемости событий; F – теоретическая частота; n – общее число наблюдений; $r = k - S$; r – число степеней свободы; k – число групп эмпирического распределения (общее число наблюдений); S – число параметров, найденных при помощи эмпирических наблюдений.

Для технологических расчетов при определении норм по количеству постов, приходящихся на один автомобиль, необходимо исследовать интервалы между приходами автомобилей на станцию и средним временем занятия поста.

Первая зависимость подчиняется потенциальному закону распределения вероятностей, вторая – нормальному.

При разработке схем развития и размещения СТО эти расчеты не выполняются.

Общее число заездов всех автомобилей (грузовых, легковых и автобусов) в сутки M_c на дорожную станцию обслуживания для выполнения ТО, ремонта и уборочно-моечных работ, т.е. производственная программа станции, согласно ОНТП для действующих и вновь проектируемых автомобильных дорог определяется в зависимости от интенсивности движения на дорожном участке проектируемой СТО в наиболее напряженный месяц года:

$$N_c = \frac{I_d p}{100}, \quad (5.10)$$

где I_d – интенсивность движения на автомобильной дороге, авт./сут; p – частота заезда в процентах от интенсивности движения (для легковых автомобилей – 4,0/5,5, для грузовых и автобусов – 0,4/0,6). В числителе – частота (%) заездов на ТО и ТР, в знаменателе – на посты уборочно-моечных работ.

При выборе мощности СТО необходимо руководствоваться не только емкостью рынка сервисных услуг, не освоенной конкурентами, но и финансовыми возможностями предпринимателей, которых на начальной стадии создания бизнеса часто бывает недостаточно. В этом случае следует уделить большое внимание изучению форм поддержки малого бизнеса, действующих в регионе. Это могут быть льготные кредиты, которыми могут пользоваться предприниматели в соответствии с программой государственной поддержки.

Кроме того, можно воспользоваться услугами бизнес-инкубатора или франчайзера, которые создаются специально для оказания помощи начинающим предпринимателям за счет внебюджетных источников.

Среднегодовой пробег автомобилей индивидуального пользования зависит от многих факторов и принимается на основе отчетных (статистических) данных.

Число заездов в год на городскую СТО одного комплексно обслуживаемого автомобиля согласно ОНТП для проведения ТО и ТР принимается равным 2, уборочно-моечных работ – 5 и для выполнения работ по противокоррозионной защите кузова – 1. Для дорожных станций число заездов автомобилей определяется в зависимости от интенсивности движения на автомобильной дороге.

Режим работы СТО определяется числом дней работы в году предприятия $D_{\text{раб.г}}$ и продолжительностью рабочего дня. Режим работы СТО должен выбираться исходя из наиболее полного удовлетворения потребностей населения и предпринимателей в услугах по ТО и ТР принадлежащих им автомобилей. Этот режим будет зависеть от назначения станции, видов выполняемых услуг и месторасположения (городская или дорожная). Например, для городских станций согласно ОНТП в проектах принимается $D_{\text{раб.г}} = 305$ дней и для дорожных $D_{\text{раб.г}} = 365$ дней, а число смен работы в сутки для этих станций составляет 2.

Производственное планирование. Производственная программа (годовой объем) по видам работ для специализированных станций рассчитывается по общеизвестной методике [15; 22]. В основу расчета принимаются нормы пробега автомобилей до ТО-1 и ТО-2, а нормативы трудоемкости каждого вида обслуживания и ремонта, предусмотренные ОНТП-01–91.

Расчет годового объема городских СТО. Годовой объем работ городских станций включает техническое обслуживание, технический ремонт, уборочно-моечные работы и предпродажную подготовку автомобилей (при продаже автомобилей на СТО).

Годовой объем работ по техническому обслуживанию и текущему ремонту (в чел.-ч) определяется по формуле:

$$T = \frac{N_{\text{СТО}} L_r t}{1000}, \quad (5.11)$$

где $N_{\text{СТО}}$ – число автомобилей, обслуживаемых проектируемой СТО в год; L_r – среднегодовой пробег автомобиля, км; t – удельная трудоемкость работ по ТО и ТР, чел.-ч/1000 км.

В соответствии с ОНТП удельная трудоемкость ТО и ТР, выполняемых на городских СТО, установлена в зависимости от класса автомобилей.

Годовой объем уборочно-моечных работ $T_{\text{в.м}}$ (в чел.-ч) определяется исходя из числа заездов d на станцию автомобилей в год и средней трудоемкости работ $t_{\text{в.м}}$:

$$T_{\text{в.м}} = N_{\text{СТО}} d t_{\text{в.м}}. \quad (5.12)$$

Если на станции обслуживания уборочно-моечные работы выполняются не только перед ТО и ТР, но и как самостоятельный вид услуг, то общее число заездов на уборочно-моечные работы принимается из расчета одного заезда на 800...1000 км. Средняя трудоемкость одного заезда равна 0,15...0,25 чел.-ч при механизированной (в зависимости от используемого оборудования) мойке и 0,5 чел.-ч при ручной шланговой мойке.

Если на СТО продаются автомобили, то в общем объеме выполняемых работ необходимо предусмотреть работы, связанные с предпродажной подготовкой автомобилей.

Годовой объем работ (в чел.-ч) по предпродажной подготовке $T_{\text{пп}}$ определяется числом продаваемых автомобилей в год $A_{\text{пр}}$, которое устанавливается заданием на проектирование, и трудоемкостью их обслуживания $t_{\text{об}}$. Трудоемкость обслуживания продаваемых автомобилей при проектировании принимается равным 3,5 чел.-час.:

$$T_{\text{пп}} = A_{\text{пр}} t_{\text{об}}. \quad (5.13)$$

Расчет годового объема работ дорожных СТО. Годовой объем работ (в чел.-ч) рассчитывается по каждому типу автомобилей по формуле

$$T = N_c D_{\text{раб.г}} t_{\text{ср}}, \quad (5.14)$$

где N_c – число заездов автомобилей данного типа на станцию в сутки; $D_{\text{раб.г}}$ – число рабочих дней в году на станции; $t_{\text{ср}}$ – средняя разовая трудоемкость работ одного заезда автомобиля на станцию, чел.-ч.

Примерное распределение общего годового объема работ по ТО и ТР дорожных СТО по видам и месту выполнения может быть принято по данным табл. 5.2.

Посты и автомобилеместа по своему технологическому назначению подразделяются на рабочие посты, вспомогательные и автомобилеместа ожидания и хранения.

Рабочие посты – это автомобилеместа, оснащенные соответствующим технологическим оборудованием и предназначенные для технического воздействия на автомобиль для поддержания и восстановления его технического исправного состояния и внешнего вида (посты мойки, диагностирования, ТО, ТР и окрасочные).

Для данного вида работ ТО и ТР число рабочих постов:

$$X = T_{\text{п}} \varphi / (\Phi_{\text{п}} P_{\text{ср}}), \quad (5.15)$$

где $T_{\text{п}}$ – годовой объем постовых работ, чел.-ч; $\varphi = 1,15$ – коэффициент неравномерности поступления автомобилей на СТО; $\Phi_{\text{п}}$ – годовой фонд рабочего времени поста; $P_{\text{ср}}$ – среднее число рабочих одновременно работающих на посту.

Годовой фонд рабочего времени поста

$$\Phi_{\text{п}} = D_{\text{р.г}} T_{\text{см}} C \eta, \quad (5.16)$$

где $D_{\text{р.г}}$ – число дней работы в году станции обслуживания; $T_{\text{см}}$ – продолжительность смены, ч; C – число смен; $\eta = 0,9$ – коэффициент использования рабочего времени поста.

Среднее число рабочих на одном посту ТО и ТР принимается 2 человека, а на постах кузовных и окрасочных работ – 1,5 человека.

При механизации уборочно-моечных работ число рабочих постов

$$X_{\text{ЕО}} = \frac{N_c \varphi_{\text{ЕО}}}{T_{\text{ОБ}} N_y \eta}, \quad (5.17)$$

5.2. Примерное распределение объема работ по видам и месту их выполнения на СТО, % (по ОПТП-01–91)

Вид работ	Распределение объема работ в зависимости от числа рабочих постов					Распределение объема работ по месту их выполнения	
	до 5	от 6 до 10	от 11 до 20	от 21 до 30	свыше 30	на рабочих постах	на производственных участках
Диагностические	6	5	4	4	3	100	–
ТО в полном объеме	35	25	15	10	6	100	–
Смазочные	5	4	3	2	2	100	–
Регулировочные по установке углов передних колес	10	5	4	4	3	100	–
Ремонт и регулировка тормозов	10	5	3	3	2	100	–
Электротехнические	5	5	4	4	3	80	20
По приборам системы питания	5	5	4	4	3	70	30
Аккумуляторные	1	2	2	2	2	10	90
Шиномонтажные	7	5	2	1	1	30	70
Ремонт узлов, систем и агрегатов	6	10	8	8	8	50	50
Кузовные и арматурные (жестяницкие, медницкие, сварочные)	–	10	25	28	35	75	25
Окрасочные и противокоррозионные	–	10	16	20	25	100	–
Обойные	–	1	3	3	2	50	50
Слесарно-механические	–	8	7	7	5	–	100
Уборочно-моечные	–	–	–	–	–	100	–

где N_c – суточное число заездов автомобилей для выполнения уборочно-моечных работ; φ_{EO} – коэффициент неравномерности поступления автомобилей на участок уборочно-моечных работ (для СТО до 10 рабочих постов – 1,3...1,5; от 1,1 до 30 постов – 1,2...1,3; более 30 постов – 1,1...1,2); $T_{об}$ – суточная продолжительность работы уборочно-моечного участка, ч; N_y – производительность моечной установки (принимается по паспортным данным), авт./ч; $\eta = 0,9$ – коэффициент использования рабочего времени поста.

Суточное число заездов автомобилей на городскую СТО

$$N_c = \frac{N_{СТО}d}{D_{раб.г}}, \quad (5.18)$$

где $N_{СТО}$ – число автомобилей, обслуживаемых проектируемой СТО в год; d – число заездов на городскую СТО одного автомобиля в год.

Дополнительно к расчетным постам на городских СТО предусматриваются летние посты мойки и посты для самообслуживания.

Вспомогательные посты – это автомобиле-места, оснащенные или не оснащенные оборудованием, на которых выполняются технологические вспомогательные операции (посты приемки и выдачи автомобилей, контроля после проведения ТО и ТР, сушки на участке уборочно-моечных работ, подготовки и сушки на окрасочном участке).

Число постов на участке приемки автомобилей $X_{пр}$ определяется в зависимости от числа заездов автомобилей на СТО d и времени приемки автомобилей $T_{пр}$

$$X_{пр} = \frac{N_{СТО}d\varphi}{D_{раб.г}T_{пр}A_{пр}}, \quad (5.19)$$

где $\varphi = 1,1...4,5$ – коэффициент неравномерности поступления автомобилей; $T_{пр}$ – суточная продолжительность работы участка приемки автомобилей, ч; $A_{пр} = 2...3$ – пропускная способность поста приемки, авт./ч.

Для расчета числа постов выдачи автомобилей условно можно принять, что ежедневное число выдаваемых автомобилей равно числу заездов автомобилей на станцию. В остальном расчет аналогичен расчету числа постов приема автомобилей.

Число постов контроля после обслуживания и ремонта зависит от мощности станции обслуживания и определяется, исходя из продолжительности контроля.

Число постов сушки (обдува) автомобилей на участке уборочно-моечных работ определяется, исходя из пропускной способности данного поста, которая может быть принята равной производительности механизированной мойки.

Число постов сушки после окраски определяется производственной программой и пропускной способностью оборудования. Пропускная способность комбинированной окрасочно-сушильной камеры согласно технической характеристике может быть принята 5–6 автомобилей в смену. Пропускная способность отдельной окрасочной камеры с одной сушильной камерой составляет 12 автомобилей за смену.

Общее число вспомогательных постов на один рабочий пост составляет 0,25...0,50.

Автомобиле-места ожидания – это места, занимаемые автомобилями, ожидающими постановки их на рабочие и вспомогательные посты или ремонта снятых с автомобиля агрегатов, узлов и приборов.

В планировочном отношении разница между постами и автомобиле-местами ожидания заключается в нормативных расстояниях между установленными на них автомобилями, а также автомобилями и элементами конструкции здания. Нормируемые расстояния принимаются по ОНТП.

Общее число автомобиле-мест ожидания на производственных участках СТО составляет 0,5 на один рабочий пост.

Рабочие и вспомогательные посты, автомобиле-места ожидания располагаются на различных производственных участках СТО.

Автомобиле-места хранения предусматриваются для готовых к выдаче автомобилей и автомобилей, принятых в ТО и ремонт. При наличии магазина необходимо иметь автомобиле-места для продажи автомобилей (в здании) и для хранения на открытой стоянке магазина.

Для хранения готовых автомобилей число автомобиле-мест

$$X_{г} = \frac{N_c T_{пр}}{T_{в}}, \quad (5.20)$$

где $T_{в}$ – продолжительность работы участка выдачи автомобилей в сут, ч; $T_{пр}$ – среднее время пребывания автомобиля на СТО после его обслуживания до выдачи владельцу (около 4 ч).

Общее число автомобиле-мест для хранения автомобилей, ожидающих обслуживания и готовых к выдаче, принимается из расчета три автомобиле-места на один рабочий пост.

На открытой стоянке магазина число автомобиле-мест хранения

$$X_0 = \frac{N_{п}D_з}{D_{р.м}}, \quad (5.21)$$

где $N_{п}$ – число продаваемых автомобилей в год; $D_з = 20$ – число дней запаса; $D_{р.м}$ – число рабочих дней магазина в год.

Число автомобиле-мест хранения на дорожных СТО предусматривается из расчета 1,5 автомобиле-места на один рабочий пост.

В этом же разделе бизнес-плана рассчитываются площади и оборудование.

Кроме площади под производственные помещения, где будут непосредственно выполняться работы по автосервису, необходимо рассчитать площади под склад запасных частей, используемых при сервисе, под мойку автомобилей, торговые помещения, склады шин, дисков. Необходимо также предусмотреть помещения для бытовых и санитарно-технических целей, технические, технологические и подсобные помещения.

Расчет потребности оборудования производится для каждого вида операций (работ), выполняемых СТО. В основу процесса кладутся программы работ на каждом участке (посту) и трудоемкости.

Организационное планирование. В данном разделе приводится организационная структура проектируемого предприятия, служба хозяйственного обеспечения, уборки помещений и территории, а также расчет потребности в рабочей силе, при этом численность персонала указывается по каждому виду деятельности (производственной и торговой). Здесь же производится расчет фонда заработной платы, включая социальный налог.

Расчет потребности в производственных рабочих, выполняющих работы по техническому обслуживанию и ремонту подвижного состава, осуществляется следующим образом:

$$P_T = \frac{T_T}{\Phi_T}, \quad (5.22)$$

где T_T – годовой объем работ по зонам ТО, ТР или участку, чел.-ч; Φ_T – годовой (номинальный) фонд времени – технологически необходимого рабочего при односменной работе, ч.

Фонд Φ_T определяется продолжительностью смены (в зависимости от продолжительности рабочей недели) и числом рабочих дней в году.

Для профессий с нормальными условиями труда установлена 40-часовая неделя, а для вредных условий – 35-часовая. Продолжительность рабочей смены $T_{см}$ для производств с нормальными условиями труда при 5-дневной рабочей неделе составляет 8 ч, а при 6-дневной – 6,7 ч. Допускается увеличение рабочей смены при общей продолжительности работы не более 40 ч в неделю. Для вредных условий труда при 5-дневной рабочей неделе $T_{см}$ равно 7 ч, а при 6-дневной – 5,7 ч.

Общее число рабочих часов в год как при 5-дневной, так и при 6-дневной рабочей неделе одинаково. Поэтому и годовой фонд времени Φ_T , рассчитанный для 5-дневной рабочей недели, будет равен фонду для 6-дневной недели.

Годовой фонд времени технологически необходимого рабочего (в часах) для 5-дневной рабочей недели

$$\Phi_T = 8(D_{кр} - D_{в} - D_{п}), \quad (5.23)$$

где 8 – продолжительность смены, ч; $D_{кр}$ – число календарных дней в году; $D_{в}$ – число выходных дней в году; $D_{п}$ – число праздничных дней в году.

В практике проектирования для расчета технологически необходимого числа рабочих годовой фонд времени Φ_T принимают равным 2070 ч – для производств с нормальными условиями труда и 1830 ч – для производств с вредными условиями. Штатное число определяется по формуле

$$P_{шт} = \frac{T_T}{\Phi_{шт}}, \quad (5.24)$$

где $\Phi_{шт}$ – годовой (эффективный) фонд времени штатного рабочего, ч.

Годовой фонд времени штатного рабочего определяет фактическое время, отработанное исполнителем непосредственно на рабочем месте. Фонд времени штатного рабочего $\Phi_{шт}$ меньше фонда "технологического" рабочего Φ_T за счет предоставления рабочим отпусков и невыходов рабочих по уважительным причинам (выполнение государственных обязанностей, по болезни и пр.):

$$\Phi_{шт} = \Phi_T - 8(D_{от} + D_{нп}), \quad (5.25)$$

где $D_{от}$ – число дней отпуска, установленного для данной профессии рабочего; $D_{нп}$ – число дней невыхода на работу по уважительным причинам.

Согласно ОНТП годовой (эффективный) фонд времени штатного рабочего для маляров составляет 1610 ч, а для всех других профессий рабочих – 1820 ч. Указанные фонды не распространяются на работающих в районах Крайнего Севера и приравненных к ним.

Численность вспомогательных рабочих рассчитывается по нормативам, установленным в процентах от численности производственных рабочих (при расчетах принимается равным 25 %). Численность инженерно-технических работников и служащих предприятия, младшего обслуживающего персонала (МОП) и пожарно-сторожевой охраны устанавливается в зависимости от размера СТО.

Основными проблемами в осуществлении проекта очень часто являются трудности в обеспечении квалифицированными кадрами. Решение указанной проблемы возможно для начала деятельности лишь за счет высокого уровня заработной платы основных специалистов. Впоследствии необходимо осуществление эффективной программы обучения и переподготовки кадров, а также программы закрепления и удержания кадров.

Экономическое обоснование проекта СТО предусматривает [4]:

- определение размера инвестиций на проектирование и строительство здания;
- определение затрат на приобретение (закупку) и монтаж сервисного оборудования;
- определение затрат на закупку и монтаж складского и торгового оборудования;
- расчет объема продаж от реализации услуг по ремонту и обслуживанию автомобилей клиентов, а также от продажи запасных частей и сопутствующих материалов;
- расчет текущих затрат (себестоимости производственных и торговых услуг);
- определение прибыли СТО, рентабельности и срока окупаемости инвестиций.

Разработку комплекта проектной документации на строительство СТО можно поручить специализированной организацией, отобранной на основе конкурса (тендера).

Проведение комплекса работ по строительству целесообразно осуществить с использованием специализированных организаций, также отобранных на условиях конкурса (тендера). Общая стоимость объекта складывается из следующих составляющих:

- разработки комплекта проектной документации, включая стоимость выдачи технических условий, подключения и эксплуатации инженерных сетей;
- расходов на согласование и получение разрешительной документации;
- строительных, монтажных и отделочных работ по сооружению здания, включая прокладку и подключение инженерных сетей;
- страховое обеспечение;
- услуги технического, архитектурно-строительного надзора, пожарной охраны, административно-технической инспекции;
- сдачи объекта, его ввода в эксплуатацию и оформления права собственности.

Для инвестирования могут быть использованы не только собственные, но и заемные средства (например, кредиты банка).

Потребность в общей сумме инвестиций устанавливается по нормативам удельных затрат, размер которых устанавливается на 1 м² площади помещения. Затраты на закупку и монтаж сервисного, складского и торгового оборудования также рассчитывается с помощью нормативов. Для приближенных расчетов их размер может быть принят на уровне 20 % от стоимости строительных работ.

После определения стоимости строительства здания вместе с инженерным оборудованием (энергетическим, отоплением, водоснабжением и т.д.) и стоимости сервисного, торгового и складского оборудования можно решать вопросы с выбором поставщиков и подрядчиков. Это можно делать до утверждения бизнес-плана руководителем строящегося объекта, что позволит сократить время на строительные-монтажные работы и сдачу объекта в эксплуатацию.

Порядок (этапы) проведения мероприятий, связанных с вводом в эксплуатацию объекта, приведен в табл. 5.3.

Создание центра планируется осуществить на приобретенном в собственность земельном участке (аренда с правом последующего выкупа).

Основные поступления доходов проектируемой СТО планируются от следующих видов деятельности:

- 1) техническое обслуживание и ремонт легковых (автомобилей);
- 2) продажа автомобилей;
- 3) реализация запасных частей к легковым автомобилям, продажа аксессуаров, расходных материалов, технологических жидкостей, необходимых для ремонта и обслуживания;

5.3. Этапы проведения мероприятий по вводу строительного объекта в эксплуатацию

Мероприятия	Порядковый номер месяца от начала работ
Строительство	1 – 12
Запрос предложений на инженерное оборудование (энергетическое, отопление, водоснабжения и т.д.). Выбор оптимальных предложений. Заключение договоров	1 – 5
Запрос предложений на компьютерную систему. Изучение предложений. Выбор поставщика. Подготовка технического задания на необходимые доработки и дополнительные разработки программ. Согласование условий и сроков доработки, запуска системы и обучения исполнителей	9 – 12
Подготовка перечня необходимого оборудования. Запрос предложений от поставщиков. Выбор оптимальных предложений. Заключение договоров	10 – 12
Подбор руководящих кадров	10 – 12

- 4) реализация шин и дисков;
- 5) оказание дополнительных услуг, в том числе: мойка автомобилей; чистка салонов автомобилей; установка охранных систем, звукового оборудования, средств мобильной связи.

Объем выручки от выполнения услуг по техническому обслуживанию и ремонту можно рассчитать по формуле

$$O_{\text{то}} = tc, \quad (5.26)$$

где t – объем трудоемкости работ, чел.-ч; c – стоимость 1 чел.-ч, сложившаяся в регионе.

Объем выручки от продажи автомобилей определяется на основании планируемого количества и цен, сложившихся на автомобильном рынке.

Объем реализации запасных частей и сопутствующих товаров рассчитывается по формуле

$$Q_{з.ч} = C_{з.ч} A, \quad (5.27)$$

где $C_{з.ч}$ – среднегодовая потребность одного автомобиля в запасных частях и сопутствующих товарах в год (принимается в розничных ценах на уровне, сложившимся в регионе); A – количество автомобилей, планируемых для технического обслуживания и ремонта.

Объем реализации шин и дисков, а также дополнительных услуг можно установить в процентах от общей суммы планируемых доходов СТО.

Объем продажи запчастей при сервисе может быть установлен на уровне, равном стоимости работы. Это соответствует соотношению, установившемуся на практике.

Возможный объем дополнительных услуг может быть принят на основании данных аналогичных предприятий в регионе.

Расчет объема реализации услуг, шин, запасных частей, сопутствующих товаров желательно произвести на несколько лет вперед, что позволит видеть перспективы в развитии предприятия и своевременно принимать соответствующие меры по устранению негативно действующих причин.

При расчете текущих затрат на автосервисные и торговые услуги целесообразно пользоваться ценами, тарифами, часовыми ставками и сделными расценками, действующими в отрасли или регионе.

Затраты основного производства могут быть сгруппированы по следующим статьям калькуляции:

– заработная плата с премиями ремонтных рабочих, занятых на проведении технического обслуживания и ремонта автотранспортных средств;

– отчисления с сумм начисленной заработной платы основных рабочих сумм единого социального налога и на обязательное социальное страхование от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний;

– стоимость запасных частей и материалов; смазочных материалов; воды, идущей на технологические нужды; транспортно-заготовительные расходы и наценки снабженческо-сбытовым организациям в части, приходящиеся на стоимость запасных частей, материалов и прочее, израсходованных для выполнения ремонта и технического обслуживания;

– амортизационные отчисления по соответствующим основным производственным фондам;

– плата за аренду оборудования, помещений и прочее, износ соответствующих нематериальных активов;

– накладные расходы, куда включаются общие издержки, в том числе:

- обучение и командировки;
- представительские;
- услуги сторонних организаций;
- ремонт здания;
- эксплуатация транспорта;
- коммунальные затраты;
- хозрасходы;
- реклама;
- юридические и консультационные услуги;
- аренда земли и налог;
- страхование;
- обслуживание оборудования;
- прочие.

Валовая прибыль рассчитывается как разница между доходами СТО (объемы продаж) и текущими затратами. Чистая прибыль формируется путем вычитания из валовой прибыли налогов и обязательных платежей (о налогах см. гл. 7 настоящего пособия).

Срок окупаемости инвестиций на создание и реализацию проекта рассчитывается как отношение суммы инвестиций к чистой прибыли предприятия. Он показывает, за сколько лет произойдет возмещение всех капитальных затрат проектируемой прибылью. Если этот срок устраивает предпринимателя и инвесторов, то проект может быть реализован на практике.

Подробно методика оценки эффективности инвестиций изложена нами в работе [3]. Ею можно пользоваться при экономическом обосновании проекта создания автосервисного предприятия.

Вопросы для самопроверки

1. В чем заключается сущность и назначение бизнес-планирования на СТО?
2. Каково содержание бизнес-плана проекта создания СТО?
3. Как осуществляется расчет потребности СТО в материальных и трудовых ресурсах?
4. Назовите состав затрат на выполнение услуг СТО и проведите методику их расчета?
5. Назовите основные показатели оценки эффективности проекта СТО. Как рассчитываются эти показатели?

6. ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ АВТОСЕРВИСНЫХ УСЛУГ

6.1. ОБОСНОВАНИЕ НЕОБХОДИМОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Одним из признаков предпринимательской деятельности является экономическая самостоятельность ее субъектов.

Предприниматель может осуществлять любые виды деятельности, предусмотренные его уставом, самостоятельно формировать свою производственную программу. Самостоятельность в организации производства дополняется коммерческой свободой. Предприятие определяет пути и способы реализации своей продукции, выбирает контрагентов, с которыми будет иметь дело, устанавливает цены.

В Гражданском кодексе РФ записано, что каждый предприниматель имеет право:

- начинать вести предпринимательскую деятельность путем учреждения, приобретения или преобразования предприятия, а также заключения договора с собственником имущества предприятия;
- привлекать на договорных началах и использовать финансовые средства, объекты интеллектуальной собственности, имущество граждан и юридических лиц;
- самостоятельно формировать производственную программу, выбирать поставщиков и потребителей своей продукции, устанавливать на нее цены в пределах, определенных законодательством и договорами;
- осуществлять внешнеэкономическую деятельность;
- осуществлять административно-распорядительную деятельность по управлению предприятием;
- нанимать и увольнять работников от имени предприятия или самостоятельно в соответствии с действующим законодательством и уставом предприятия;
- распоряжаться прибылью предприятия;
- пользоваться услугами системы государственного социального обеспечения, медицинского и социального страхования;
- образовывать союзы, ассоциации и другие объединения предпринимателей.

Разумеется, в экономике абсолютной свободы производителей не существует. Предприниматель имеет полную самостоятельность в том смысле, что над ним нет инстанции, принуждающей делать то, как и сколько. Но он не свободен от рынка, от его жестких требований.

Собственная выгода – ведущий фактор предпринимательства. Она выражается в стремлении получить максимальную прибыль. Однако в условиях товарного производства предприниматель, преследуя свои особые интересы, работает на общество. Личная ответственность возлагается на предпринимателя за нарушение договорных, кредитных, расчетных и налоговых обязательств, продажу товаров, пользование которыми может причинить вред здоровью населения, и иных правил, предусмотренных законодательством. Кроме того, предприниматель обязан проявить заботу о рациональном использовании имеющейся у него земли и других природных ресурсов, не загрязнять окружающую среду, не нарушать правил безопасности производства, соблюдать санитарно-гигиенические нормы и требования по защите здоровья его работников и т.д.

Таким образом, каждый предприниматель имеет не только определенные права, но и обязанности, которые он должен выполнять в интересах всего общества.

В Гражданском кодексе записано, что предприниматель обязан:

- выполнять обязательства, вытекающие из законодательства и заключенных договоров, в том числе и договоров с собственником имущества предприятия;
- заключать в соответствии с законодательством самостоятельно или от имени предприятия трудовые договоры с работающими по найму гражданами или уполномоченными ими органами;
- полностью рассчитываться со всеми работниками предприятия согласно заключенным договорам независимо от финансового состояния предприятия;
- осуществлять социальное, медицинское и иные виды обязательного страхования граждан, работающих по найму; обеспечивать им условия для трудовой деятельности в соответствии с законодательством и коллективным договором;
- выполнять решения центральных и местных органов власти по социальной защите инвалидов и других лиц с ограниченной трудоспособностью;
- своевременно предоставлять декларацию о доходах предприятия и уплачивать налоги в порядке и размерах, определяемых законодательством.

Предприниматель в своей деятельности несет ответственность в соответствии с законодательством за ненадлежащее исполнение заключенных договоров, нарушение прав собственности других субъектов, загрязнение окружающей среды, нарушение антимонопольного законодательства, несоблюдение безопасных условий труда, реализацию потребителям продукции, причиняющей вред здоровью.

Осуществление предпринимательской деятельности без регистрации запрещается, так как в этом случае для государства становится невозможным контролировать вид деятельности, собирать налоги, а работники незарегистрированного предприятия теряют права на государственную социальную защиту. Незарегистрированное предприятие образует "теневую экономику".

Государство по отношению к предпринимательской деятельности гарантирует:

- недопущение отказа в регистрации предприятия по мотивам нецелесообразности;
- защиту прав и интересов субъекта предпринимательской деятельности, недопущения дискриминации предприятий со стороны государства, его органов и должностных лиц;

- равное право доступа всех субъектов предпринимательской деятельности на рынок, к материальным и природным ресурсам, равные условия деятельности предприятий, независимо от вида собственности;
- защиту имущества предприятия от незаконного изъятия;
- свободный выбор предпринимательской сферы деятельности;
- экономическую, научно-техническую и правовую поддержку предпринимательской деятельности;
- возможность страхования предпринимательского риска страховыми обществами;
- недопущение монопольного положения на рынках отдельных предприятий и их объединений и недобросовестной конкуренции.

Таким образом, в условиях рыночной экономики государство осуществляет регулирование экономических процессов, создания благоприятных условий для нормального развития предпринимательства. Речь идет о создании правовой основы предпринимательской деятельности, обеспечении надлежащего правопорядка в стране и национальной безопасности, о принятии мер по стабилизации экономики, обеспечении социальной защиты и создании социальных гарантий, защите конкуренции (демонополизация) и т.д. Для выполнения своих функций в сфере регулирования экономики государство использует экономические и административные методы воздействия на предпринимательскую деятельность. К экономическим методам относятся налоги, ценообразование, кредиты и др. Административные методы, т.е. методы прямого воздействия, чаще всего применяются при управлении естественными государственными монополиями, охране окружающей среды: сертификации, стандартизации, метрологии, при проведении социальной политики, т.е. определении и поддержании минимально допустимых параметров жизни населения.

Государство издает законы, принимает другие нормативные акты, которые должны быть направлены на регулирование отношений между государственными органами и субъектами рыночных отношений, а также отношений между последними на защиту интересов граждан, охрану окружающей среды и т.д. В этих условиях свобода предпринимательской деятельности должна сочетаться с ответственностью предпринимателей, вплоть до уголовной, за соблюдение установленных государством "правил игры" на рынке.

Субъекты автотранспортной деятельности (предприятия и индивидуальные предприниматели) в современных условиях имеют большую юридическую и экономическую самостоятельность, осуществляют свою деятельность на основе принципа самокупаемости как независимые юридические лица. Однако в своей деятельности они руководствуются законами и другими нормативными актами, которые разрабатываются государственными органами управления Российской Федерации. Таким образом, государство осуществляет регулирование автотранспортной деятельности в стране.

Государственное регулирование автотранспортной деятельности позволяет [16, 19]:

- создать условия для согласования и стимулирования процессов интеграции и координации участников рынка транспортных и автосервисных услуг, отраслевых и региональных органов управления, правительственных и общественных объединений и организаций;
- обеспечить равные и благоприятные условия для выполнения транспортных и сервисных услуг в географических границах России и каждого отдельного региона, и в международном.
- обеспечить сочетание индивидуальных интересов участников рынка и общественных интересов;
- повысить эффективность экономики автомобильного транспорта, что имеет большое значение для развития и укрепления рыночных отношений в стране.

Ведущая роль в государственном регулировании автотранспортной деятельности в России принадлежит Министерству транспорта и связи РФ.

Особенностью отношений между предприятиями и предпринимателями, осуществляющими автотранспортную деятельность, с одной стороны, и Министерством – с другой, является то, что они не носят административный характер. Министерство воздействует на субъекты рынка автотранспортных услуг косвенными, главным образом, экономическими методами. В частности, оно выполняет следующие функции государственного регулирования транспортного комплекса.

1. Содействие формированию конкурентного рынка транспортных услуг и общей концепции развития транспортного комплекса на основе анализа и прогноза потребности в транспортных услугах.

2. Разработка основных положений государственной транспортной политики – законов, законодательных и подзаконных актов, стандартов, нормативов, определяющих порядок функционирования всех видов транспорта и транспортных организаций независимо от их формы собственности.

3. Разработка экономических и правовых механизмов, позволяющих реализовывать принимаемые законы и нормативно-правовые документы, основными из которых являются:

- обоснование статей федерального и местного бюджетов, потребности и распределения госбюджетных дотаций для финансирования муниципальных социально значимых (в основном городских и пригородных пассажирских) перевозок, целевых государственных программ в области безопасности движения и экологической безопасности транспортного комплекса;

- введение системы лицензирования видов производственной деятельности транспортного комплекса и разработка требований сертификации к автотранспортным средствам, эксплуатационным материалам, запасным частям, производственно-технической базе, технологическому оборудованию и технологиям ТО и ремонта, используемым на транспорте, а также в целом к качеству перевозочного процесса;

- разработку требований к уровню подготовки и повышению квалификации кадров.

4. Формирование и проведение единой политики в области экологии и безопасности движения.

5. Проведение социальной политики.

6. Развитие межрегиональных и внешнеэкономических связей.

Нормативно-правовая база функционирования рынка автосервисных услуг включает целый ряд законов, правил и других документов, регламентирующих деятельность станций технического обслуживания автомобилей.

Особого внимания и поддержки со стороны государства требует малое предпринимательство. Опыт стран с рыночной экономикой свидетельствует о том, что политика, ориентированная на оказание помощи развитию малых форм

хозяйствования, дает ощутимые результаты в достижении сбалансированного роста, демонополизации экономики, создании конкурентной среды, обеспечения занятости населения и др.

Выше отмечалось, что в сфере автосервисных услуг малое предпринимательство получило самое широкое применение благодаря целому ряду достоинств, имеющих важное значение для экономики страны и каждого региона.

Основные достоинства, определяющие экономическое значение малого бизнеса, заключаются в том, что он выполняет следующие функции [2, 8, 21].

1. Создает широкий спектр товаров и услуг в условиях быстрой дифференциации и индивидуализации потребительского спроса.

2. Обеспечивает необходимую в условиях рынка мобильность, глубокую специализацию и разветвленную кооперацию производства, без которых немислима его высокая эффективность.

3. Создает необходимую для рынка атмосферу конкуренции, многообразие форм, быстро возникающих и исчезающих, готовность мгновенно реагировать на любые изменения рыночной конъюнктуры.

4. Осуществляет разработку и внедрение технологических, технических и организационных новшеств (стремясь выжить в конкурентной борьбе, малые фирмы чаще склонны идти на риск и осуществлять новые проекты).

5. Мобилизует материальные, финансовые и природные ресурсы, которые иначе остались бы невостребованными, в частности, использует местные сырьевые ресурсы и отходы производства.

6. Улучшает взаимосвязи между различными секторами экономики.

7. Способствует более равномерному развитию регионов страны.

Наряду с названными экономическими функциями в условиях рыночной экономики сектор малого предпринимательства осуществляет целый ряд важнейших социальных функций.

1. Увеличивает число собственников, а значит, способствует формированию среднего класса – главного гаранта политической стабильности в демократическом обществе.

2. Обеспечивает рост доли экономически активного населения, что увеличивает доходы граждан и сглаживает диспропорции в благосостоянии различных социальных групп.

3. Осуществляет отбор наиболее энергичных, дееспособных личностей, для которых малый бизнес становится первичной школой самореализации.

4. Создает новые рабочие места с относительно низкими капиталозатратами, особенно в сфере обслуживания.

5. Обеспечивает трудоустройство работников, высвобождаемых в госсекторе, а также представителей социально уязвимых групп населения (пенсионеров, инвалидов, молодежи, женщин и др.).

6. Проводит подготовку кадров, в том числе за счет использования работников с ограниченным формальным образованием, которые приобретают свою квалификацию в процессе работы.

Однако, наряду с преимуществами малых форм хозяйствования им присущи определенные слабые стороны. К числу таких слабых сторон относятся следующие:

1. В условиях стабильного спроса на продукцию малое предприятие не в состоянии конкурировать с крупными предприятиями и вынуждено отыскивать свою "нишу" в рыночном спросе, т.е. производить такую продукцию, в которой не заинтересованы крупные предприятия.

2. Малые предприятия не имеют больших материальных и финансовых ресурсов. Отсюда их повышенная чувствительность к экономическим изменениям (росту цен, спаду производства и т.д.) и большая степень риска, трудности с получением кредита. Поэтому они производят всегда только такую продукцию, которая пользуется спросом и рентабельна. Крупные же предприятия могут выпускать нерентабельную в данный момент или не пользующуюся спросом продукцию, а убытки покрывать за счет производства прибыльной.

3. Трудности привлечения служащих из-за слабой социальной защищенности и отсутствия возможностей для карьеры (мало должностей), невысокого престижа.

4. Невысокий уровень специализации менеджеров. Один человек не может быть одинаково сильным специалистом в разработке политики фирмы, поставке, сбыте, рекламе, экономическом анализе и т.д. Исследовательская работа, необходимая для любого бизнеса, не под силу малым фирмам из-за дороговизны.

5. Личностные проблемы, связанные с ведением бизнеса. Поэтому предприниматели без поддержки семьи редко преуспевают. Как это не парадоксально, но особенно тяжело вести бизнес с родственниками и друзьями. Многие люди психологически не готовы к предпринимательскому риску, к потерям и неуверенности в завтрашнем дне. Поэтому часто распадаются группы, начинавшие дело, а если это была группа родственников или друзей, то разрушаются и отношения.

6. Единоличная ответственность предпринимателей за бизнес и необходимость постоянно контролировать выполнение обязательств перед своими служащими, кредиторами, владельцами арендуемых помещений, банками, налоговыми службами и т.д. Учитывая ограниченность финансовых ресурсов, предприниматель должен постоянно уделять внимание управлению финансами, что является выматывающим и нервным занятием.

Индивидуальное предпринимательство также имеет определенные недостатки. К их числу относятся [17]:

1. Трудности привлечения больших инвестиций. Индивидуальный предприниматель не имеет права выпускать акции и облигации, поэтому ему нелегко собирать крупные суммы денежных средств.

2. Неопределенность сроков деятельности. Обычно предпринимательская деятельность заканчивается из-за болезни или преклонного возраста человека, или его смерти. По этой причине другие субъекты рынка неохотно заключают с ним долгосрочные финансовые соглашения.

3. Неограниченная ответственность за долги. В случае неудачи можно потерять все свои личные сбережения или имущество.

4. Недостаток специализированного менеджмента. Один предприниматель является генеральным менеджером по продаже, снабжению и т.д. Однако один человек не может быть большим специалистом во всех направлениях деятельности.

5. Функциональные недостатки. Ввиду трудностей получения капитала у индивидуального предпринимателя существуют проблемы оперативного характера. Например, неудачное расположение предпринимательской фирмы, неподходящее здание и оборудование, неспособность платить такую зарплату, которая привлекала бы наиболее

работоспособных, целеустремленных людей, неспособность приобретать товары для фирмы в таких количествах, которые гарантировали бы от проблем дефицита в поставках.

Все вышеперечисленные достоинства и недостатки малого бизнеса проявляют себя в любом виде деятельности, в том числе и в сфере транспортных и автосервисных услуг.

Сложности, связанные с функционированием субъектов малого бизнеса, с одной стороны, и значимость тех функций, которые этот сектор хозяйственной деятельности выполняет в рыночной экономике, с другой, определяют необходимость создания благоприятных условий для становления, развития и выживания субъектов малого предпринимательства.

Наряду с объективными трудностями в нашей стране существует целый ряд субъективных проблем, сдерживающих развитие малого бизнеса [2].

Во-первых, это чисто организационные проблемы, связанные с регистрацией предприятий, получением лицензий, аккредитацией и многочисленных видов сертификатов (стоимость некоторых из них достигает размера среднемесячного дохода индивидуального предпринимателя) открытием банковских счетов, сбором справок и другими административными барьерами. Абсолютно все вышеуказанные процедуры осуществляются на платной основе.

Во-вторых, нормальное развитие малого бизнеса сдерживает слабая материально-техническая база: нехватка или недоступность производственных помещений, оборудования, современных технологий, квалифицированных кадров, правовой поддержки, достоверной информации о товарном рынке, государственного участия в программах поддержки малого бизнеса. Это затрудняет развитие малых предприятий, заставляет предпринимателей действовать методом проб и ошибок, часто фатальных, ведущих к полному сворачиванию собственного дела. По некоторым данным на сегодняшний день почти половина из зарегистрированных субъектов малого предпринимательства не ведут хозяйственной деятельности.

В третьих, серьезное влияние на развитие малого бизнеса оказывают финансовые проблемы, связанные с легализацией доходов и капитала, стремлением уклониться от уплаты налогов, ведением двойной, а нередко, даже многократной бухгалтерии, развитым оборотом "черной наличности", недобросовестной конкуренцией. В конечном итоге все эти сложности неизбежно формируют криминальную составляющую российского и регионального малого бизнеса, обостряют социальную ситуацию.

В-четвертых, это проблема получения займов и кредитов для развития бизнеса и пополнения оборотного капитала, а также ограниченные возможности привлечения финансирования из нетрадиционных источников.

Вышеизложенные причины, сдерживающие развитие малого предпринимательства, подтверждают необходимость его поддержки, целью которой являются создание благоприятных условий для деятельности его субъектов в масштабах страны, регионов, на рынках конкретных товаров, т.е. создание для них благоприятной внешней среды.

6.2. ГОСУДАРСТВЕННАЯ РЕГИСТРАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ И ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

Одним из важнейших способов административного воздействия на предпринимательскую деятельность является регистрация вновь создаваемых предприятий и физических лиц без образования юридического лица (индивидуальных предпринимателей) в государственных органах.

Предпринимательство в любых видах деятельности и отраслях, в том числе и в сфере автосервисных услуг, без государственной регистрации запрещено законом. Это объясняется тем, что каждый предприниматель обязан вести свое дело в строгом соответствии с существующими в стране нормативными требованиями и соблюдать определенные общественные интересы: платить налоги, обеспечивать безопасность граждан, соблюдать требования по охране окружающей среды и т.д. Для государства становится невозможным контролировать вид деятельности, собирать налоги, а работники незарегистрированного предприятия теряют права на государственную социальную защиту. Незарегистрированное предприятие образует "теневую экономику".

Государственная регистрация предприятий и индивидуальных предпринимателей осуществляется в соответствии с законом № 129-ФЗ "О государственной регистрации юридических лиц" от 8.08.2001 и закона № 76-ФЗ "О внесении изменений и дополнений в Федеральный закон "О государственной регистрации юридических лиц" от 23 июня 2003 г."

В соответствии с вышеуказанными законами с 1 января 2004 г. государственная регистрация и постановка на налоговый учет юридических лиц и индивидуальных предпринимателей осуществляется в налоговой инспекции по принципу "одного окна". Срок рассмотрения поданных документов – 5 дней. На шестой день юридическое лицо или индивидуальный предприниматель могут открыть счет в банке. Индивидуальные предприниматели должны быть занесены в Единый государственный реестр. Раньше в такой реестр заносились только юридические лица. Предприятие или индивидуальный предприниматель считаются зарегистрированными после внесения соответствующих записей в государственный реестр.

Регистрирующий орган не позднее одного рабочего дня с момента государственной регистрации выдает заявителю документ, подтверждающий факт внесения записи в государственный реестр, и в срок не более чем пять рабочих дней с момента государственной регистрации представляет сведения о регистрации в государственные органы.

Действующее законодательство не ограничивает количество учредителей предприятия и допускает любое сочетание потенциальных учредителей. Каждый гражданин имеет право быть учредителем нескольких малых предприятий.

Для государственной регистрации учредитель (учредители) представляют в регистрирующий орган следующие обязательные документы: заявление о регистрации предприятия; свидетельство об уплате государственной пошлины; решение о создании предприятия или договор учредителей; документы, подтверждающие оплату не менее 50 % уставного капитала (фонда) предприятия; устав предприятия.

К учредительным документам предъявляются определенные требования. Так, в уставе должны быть сведения о наименовании, местонахождении, размере уставного капитала, организационно-правовой форме предприятия, а также составе и компетенции его органов управления, порядке распределения прибыли и образования фондов предприятия, порядке и условиях реорганизации и ликвидации предприятия. Дополнительное требование к содержанию устава предъявляется к государственным муниципальным предприятиям, некоммерческим организациям, имеющим право ведения предпринимательской деятельности: обязательное указание видов деятельности, осуществляемых предприятиями.

В договоре учредителей обязательно должны быть сведения о наименовании и юридическом статусе учредителей, их местонахождении, месте жительства, государственной регистрации (для юридических лиц) и паспортные данные (для физических лиц), а также размере уставного капитала предприятия, долях участия, принадлежащих каждому учредителю, размерах, порядке и способах внесения вкладов.

Законодательство России определяет минимальную величину уставного капитала для всех организационно-правовых форм, равную 100-кратному размеру минимальной оплаты труда в месяц, а для акционерных обществ, предприятий с долевым участием иностранного капитала, государственного или муниципального предприятия – 1000-кратный размер минимальной оплаты труда. При этом, если размер уставного капитала предприятия превышает величину, установленную монопольным законодательством, то учредители обязаны представить документы, подтверждающие согласие соответствующего антимонопольного органа на создание такого крупного предприятия, способного стать предприятием-монополистом.

Учредители получили возможность зарегистрировать предприятие, послав необходимый комплект документов в регистрационный орган по почте, что должно привести к сокращению расходов и времени предпринимателя на создание своего дела.

Местные органы власти в процессе регистрации обязывают учредителя представить несколько дополнительных документов, так как вместе с учреждением нового предприятия могут возникнуть проблемы для жителей прилегающей территории, районных служб, окружающей среды.

Регистрация предприятия находится в тесной взаимосвязи с его постановкой на учет в налоговой инспекции. Постановку на учет в налоговой инспекции осуществляет орган, зарегистрировавший предприятие, который должен в месячный срок сообщить в Министерство финансов, а затем в налоговую инспекцию данные регистрации для включения в Государственный реестр.

При государственной регистрации юридического лица, создаваемого путем реорганизации (преобразование, слияние, разделение, выделение) в регистрирующий орган представляются следующие документы:

а) подписанное заявителем заявление о государственной регистрации каждого вновь возникающего юридического лица, создаваемого путем реорганизации, по форме, утвержденной Правительством Российской Федерации. В заявлении подтверждается, что учредительные документы созданных путем реорганизации юридических лиц соответствуют установленным законодательством Российской Федерации требованиям к учредительным документам юридического лица данной организационно-правовой формы, что сведения, содержащиеся в этих учредительных документах и заявлении о государственной регистрации, достоверны, что передаточный акт или разделительный баланс содержит положения о правопреемстве по всем обязательствам вновь возникшего юридического лица в отношении всех его кредиторов, что все кредиторы реорганизуемого лица уведомлены в письменной форме о реорганизации и в установленных законом случаях вопросы реорганизации юридического лица согласованы с соответствующими государственными органами и (или) органами местного самоуправления;

б) учредительные документы каждого вновь возникающего юридического лица, создаваемого путем реорганизации (подлинники или нотариально удостоверенные копии);

в) решение о реорганизации юридического лица;

г) договор о слиянии или присоединении в случаях, предусмотренных федеральными законами;

д) передаточный акт или разделительный баланс;

е) документ об уплате государственной пошлины.

Регистрация юридического лица считается завершённой с момента его государственной регистрации.

Для государственной регистрации в связи с ликвидацией юридического лица в регистрирующий орган представляются следующие документы:

а) подписанное заявителем заявление о государственной регистрации по форме, утвержденной Правительством Российской Федерации. В заявлении подтверждается, что соблюден установленный федеральным законом порядок ликвидации юридического лица, расчеты с его кредиторами завершены, и вопросы ликвидации юридического лица согласованы с соответствующими государственными органами и (или) муниципальными органами в установленных федеральным законом случаях;

б) ликвидационный баланс;

в) документ об уплате государственной пошлины.

При ликвидации юридического лица в случае применения процедуры банкротства в регистрирующий орган представляются:

а) определение арбитражного суда о завершении конкурсного производства;

б) документ об уплате государственной пошлины.

Ликвидационная комиссия уведомляет регистрирующий орган о завершении процесса ликвидации юридического лица не ранее чем через два месяца с момента помещения в органах печати ликвидационной комиссией публикации о ликвидации юридического лица.

Отказ в государственной регистрации допускается в случае непредставления необходимых документов. За необоснованный отказ в регистрации, невыполнение порядка и сроков регистрации должностные лица и регистрирующие органы несут ответственность.

Следующий важный этап образования предприятия – разработка пакета документов внутреннего пользования будущего малого предприятия: положения об оплате труда и системах премирования работников предприятия и совместителей, план организационно-технических мероприятий, порядок и форма осуществления полномочий трудового коллектива и другие.

Предприятия малого бизнеса имеют право создавать отделения, представительства, филиалы и другие обособленные подразделения с правом открытия текущих расчетных счетов и утверждать положение о них.

Малые предприятия могут учреждать дочерние предприятия с правом юридического лица; следовательно, они обладают такой же самостоятельностью, как и любое другое предприятие. Характер взаимоотношений дочерних предприятий с малым предприятием-учредителем фиксируется в уставе дочернего предприятия. Может заключаться

специальный договор, который определяет, что предприятие-учредитель выступает гарантом дочернего предприятия или, наоборот, что стороны не несут финансовой ответственности друг за друга.

Дочерние предприятия, которые по численности работающих с учетом сферы деятельности соответствуют предприятиям малого бизнеса, имеют право на все льготы, предоставленные государством.

Управление малым предприятием осуществляется в соответствии с действующим законодательством и уставом предприятия. Предприятия самостоятельно определяют структуру органов управления и затраты на их содержание.

Руководителем предприятия малого бизнеса может быть собственник имущества предприятия. Собственник имущества может нанимать руководителя предприятия путем подписания контракта и назначения его на должность.

При государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя в налоговые органы представляются следующие документы:

- заявление, составленное по установленной форме;
- копия основного документа (паспорта) физического лица, регистрируемого в качестве индивидуального предпринимателя, или его аналога;
- документ об уплате государственной пошлины.

В заявлении указываются паспортные данные или данные иного удостоверяющего личность документа и идентификационный номер налогоплательщика (при его наличии). Подпись заявителя на заявлении должна быть нотариально удостоверена.

В заявлении предприниматель указывает виды деятельности, которыми он намерен заниматься. Размер регистрационного сбора определяют местные органы власти, однако предельный размер его не должен превышать установленного законом размера минимальной месячной оплаты труда.

Следует заметить, что документы для государственной регистрации могут быть представлены заявителем непосредственно либо направлены почтовым отправлением с объявленной ценностью при его пересылке и описью вложения. Документы о государственной регистрации также выдаются заявителю непосредственно либо направляются по почте.

Отказ в государственной регистрации может быть только в случае непредставления (неполного представления) определенных законом и необходимых для государственной регистрации документов.

Предпринимателю выдается свидетельство о регистрации на срок, указанный в заявлении. Он имеет право заниматься только теми видами деятельности, которые указаны в свидетельстве.

Свидетельство о регистрации оформляется в двух экземплярах: один выдается гражданину, второй остается в налоговом органе по месту регистрации. В случае утери свидетельства, если причины уважительны (например, пожар, кража) налоговая служба выдает дубликат, за что взимается 20 % от суммы ранее уплаченного сбора. В других случаях (т.е. если причина утери признана неуважительной), регистрация производится заново с уплатой 100 % сбора по ставкам, действующим на момент регистрации.

Кроме прохождения государственной регистрации каждый хозяйствующий субъект должен встать на статистический учет и получить от органа статистики сведения о присвоенных ему кодах по общероссийским классификаторам технико-экономической и социальной информации. Эти коды учитываются при постановке на учет во внебюджетных фондах и регистрации хозяйствующих субъектов в качестве страхователей.

При постановке на статистический учет юридическому лицу или индивидуальному предпринимателю присваиваются коды, обозначающие его местонахождение, форму собственности, организационно-правовую форму, подчиненность, если она имеется, виды деятельности.

Для кодирования видов деятельности с 1 января 2003 г. используется новый общероссийский классификатор видов экономической деятельности (ОКВЭД).

Чтобы ликвидировать излишние административные барьеры и упростить процедуру начала хозяйственной деятельности юридическому лицу или индивидуальному предпринимателю процедуры государственной регистрации и постановки на различные виды учета с 1 января 2004 г. увязаны в так называемую "технологии одного окна".

Эта технология предусматривает, что хозяйствующий субъект сдает документы, установленные законодательством, на регистрацию и больше не должен сам никуда обращаться.

Перечисленные ведомства сами пересылают информацию в необходимые адреса в установленные законодательством сроки, проведут без участия хозяйствующего субъекта все необходимые процедуры и направят ему по почте документы, подтверждающие постановку на статистический учет с присвоением кодов и регистрацию его в качестве страхователя.

После государственной регистрации и постановки на налоговый учет предприятие или индивидуальный предприниматель может открыть счет в любом банковском учреждении. Для этого в банк представляются следующие документы:

- заявление на открытие счета;
- копия документа о регистрации;
- подлинник свидетельства о постановке на учет в налоговом органе;
- карточку с нотариально заверенным образцом подписи предпринимателя (представляется банком).

Предприятия и индивидуальные предприниматели имеют право открыть ссудный, депозитный, валютный или

любой иной счет. В случае необходимости можно выдать другому лицу нотариально заверенную доверенность на право распоряжаться счетом.

Об открытии или закрытии счетов предприниматели обязаны письменно сообщать в налоговый орган. Банки так же обязаны сообщать в налоговые органы об открытии (закрытии) указанных счетов.

В соответствии с федеральным законом "О несостоятельности (банкротстве)" от 26 октября 2002 г. № 127-ФЗ предприятие или индивидуальный предприниматель могут быть объявлены банкротами. Признаками банкротства является их неспособность удовлетворить требования кредиторов по денежным обязательствам и (или) исполнить обязанность по уплате обязательных платежей в течение трех месяцев с того дня, когда они должны были быть исполнены. Причем для индивидуального предпринимателя сумма его обязательств должна превысить стоимость принадлежащего ему имущества.

С момента принятия судом решения о признании предприятия или индивидуального предпринимателя банкротами утрачивает силу их государственная регистрация.

6.3. НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РЫНКА АВТОСЕРВИСНЫХ УСЛУГ

К числу основной законодательно-правовой документации, с помощью которой деятельность предприятий автосервиса относятся законы "О защите прав потребителей", "О сертификации продукции и услуг", "О безопасности дорожного движения", Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях, Уголовный кодекс Российской Федерации.

Закон РФ от 07.02.92 № 2300-1 "О защите прав потребителей" (в ред. от 30.12.2001) регулирует отношения, возникающие между потребителями и изготовителями, исполнителями, продавцами при продаже товаров (выполнении работ, оказании услуг), устанавливает права потребителей на приобретение товаров (работ, услуг) надлежащего качества и безопасных для жизни и здоровья потребителей, получение информации о товарах (работах, услугах) и об их изготовителях (исполнителях, продавцах), просвещение, государственную и общественную защиту их интересов, а также определяет механизм реализации этих прав.

В соответствии с законом потребителем признается гражданин, который намерен приобрести или закрыть товары, работы, услуги либо приобретает и использует товар, заказывает выполнение работы или пользуется услугами исключительно для личных, семейных, домашних или иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности. Поэтому закон распространяется только на граждан (физических лиц), при этом потребителем признается гражданин, который еще не заказал или не приобрел автосервисную услугу, а только зашел в фирму (предприятие, СТОА, компанию). Это необходимо для защиты права потребителя на полную и достоверную информацию и на свободный выбор услуги. Более того, потребителем признается не только тот гражданин, который приобрел услугу, но тот, который ею пользуется. Следовательно, если одно физическое лицо (гражданин) приобрел услугу для другого физического лица, то другое физическое лицо приобретает права потребителя. Потребитель может вступать в правовые отношения с продавцом (исполнителем) услуги, в качестве которого обычно выступает фирма, предприятие, организация, компания.

Исполнитель обычно оказывает услуги по возмездному договору. При этом организация-исполнитель может иметь любую организационную форму.

Порядок и содержательная сторона услуги регламентируется законами, подзаконными актами, договорами, нормами, правилами и другими документами, по которым всегда можно установить и охарактеризовать качество той или иной услуги. Услуга является товаром, который продавец передает покупателю и который должен соответствовать требованиям по качеству, цене, размеру и срокам платежей за услугу.

Поэтому при купле-продаже услуги сведения о ней должны быть предоставлены в полном объеме и своевременно.

При возникновении спора о наличии недостатков проводится экспертиза. Спор о наличии недостатков может быть продолжен в судебном порядке. Естественным считается то, что услуги не должны содержать недостатки.

Продавец (исполнитель) обязан оказать потребителю качественную услугу в соответствии с договором. Однако поскольку договор купли-продажи страховой услуги заключается, как правило, в письменной форме и дополняется документами об оплате услуги, то потребитель, не оформивший договор со страховщиком, не может предъявить претензию за ненадлежащее оказание услуги.

Закон предоставляет потребителю право на информацию о продавце, исполнителе, самой услуге. По закону продавец обязан своевременно в наглядной форме предоставить потребителю сведения об услуге, снабдить его достоверной информацией, а потребитель вправе потребовать от продавца предоставления необходимой и достоверной информации об услугах.

Такая информация должна предоставляться на русском языке и дополнительно, по усмотрению продавца и исполнителя услуги, на государственных языках субъектов Российской Федерации и родных языках народов Российской Федерации.

Необходимая информация об услуге включает подробные правила оказания, содержания, цену и условия приобретения услуги, обязательства продавца и исполнителя, сведения о праве предприятия на ведение дела (оказание сервисных услуг), а также другая информация, которая дает четкое представление о свойствах услуги, помогает компетентно выбрать подходящую услугу и принять решение о ее приобретении.

Если в результате получения недостоверной и неполной информации потребитель был лишен возможности правильно оценить и выбрать услугу, то он вправе требовать от продавца не только предоставления в короткий срок надлежащей информации, но и изменения условий сделки (договора), а также расторгнуть сделку (договор) и потребовать возмещения убытков.

Однако продавец и исполнитель освобождается от ответственности за неисполнение обязательств или за ненадлежащее исполнение обязательств, если докажут, что неисполнение обязательств или их ненадлежащее исполнение произошло вследствие непреодолимой силы, а также по иным обстоятельствам, предусмотренным законом.

Если потребитель предъявил претензию продавцу (исполнителю), но получил отказ в удовлетворении претензии, то он имеет право обратиться в суд, подав исковое заявление в соответствующей форме. В заявлении указываются: наименование суда; наименование истца и его место жительства; наименование ответчика и его местонахождение; обстоятельства, на которых истец основывает свое требование; доказательства, подтверждающие изложенные истцом обстоятельства; требования истца; цена иска, если иск подлежит денежной оценке; перечень

прилагаемых к заявлению документов. Такое заявление подписывается истцом или его представителем (полномочия представителя подтверждаются доверенностью). Исковое заявление представляется в суд с копиями по числу ответчиков.

Предметом иска потребителя к продавцу или исполнителю могут быть:

- непредоставление полной и достоверной информации об услугах при заключении договора;
- убытки, причиненные неправильными действиями продавца или исполнителя услуги;
- вред в результате недостатков услуги;
- моральный вред вследствие нарушения прав потребителя;
- нарушение сроков устранения недостатков и удовлетворения обоснованных требований потребителя;
- нарушение сроков начала и окончания оказания услуг.

Услуги – это совокупность характеристик услуги, определяющих ее способность удовлетворять установленные или предполагаемые потребности потребителя. Для каждой автосервисной услуги существуют качественные и количественные характеристики, которые отличают ее от других видов страховых услуг и определены законами, положениями, нормами, а также оговорены договором на оказание услуги. Условия договора на выполнение услуги определяют ее качество как набор характеристик, определяющие права, взаимные обязательства и действия продавца (исполнителя) и покупателя (потребителя), цену (тарифы) услуги и сроки выполнения взаимных обязательств. Срок оказания услуги может определиться датой или периодом, а также общим сроком и частными сроками оказания услуг.

Закон предусматривает нарушения и последствия нарушения исполнителем сроков оказания услуг. К нарушениям относят несвоевременное начало оказания услуг и задержку срока окончания оказания услуг. Если имеется нарушение сроков, то потребитель имеет право по своему выбору: назначить исполнителю новый срок начала оказания услуг и (или) окончания оказания услуг; потребовать уменьшения цены за оказание услуг; расторгнуть договор об оказании услуги. Поскольку закон не определяет порядок уменьшения цены за ненадлежащим образом оказанную услугу, то этот вопрос решается по соглашению сторон, а если соглашение не достигнуто, то судом по иску заинтересованной стороны.

Если услуга не оказана или оказана ненадлежащим образом, например исполнитель своевременно не приступил к оказанию услуги или осуществляет оказание услуги настолько медленно, что оказание услуги к назначенному сроку становится невозможным, то:

- договор может быть расторгнут, и исполнитель, в отличие от потребителя, не вправе требовать возмещения своих затрат, произведенных в процессе оказания услуги, а также платы за уже частично оказанную услугу;
- при расторжении договора исполнитель обязан вернуть потребителю аванс, если он был внесен, и при нарушении сроков начала и окончания оказания услуг "исполнитель уплачивает за каждый день (час, если срок определен в часах) просрочки неустойку (пеню) в размере 3 % цены выполнения работы (оказания услуги)". Однако сумма взысканий потребителем неустойки не должна превышать стоимость услуги. Исполнитель освобождается от уплаты неустойки в том случае, если докажет, что нарушение сроков оказания услуги произошло вследствие непреодолимой силы или по вине потребителя.

Требования, связанные с недостатками оказанной услуги, потребитель может предъявить в течение двух лет со дня принятия услуги. Потребитель имеет право расторгнуть договор об оказании услуги и потребовать полного возмещения убытков, если недостатки оказанной услуги не будут устранены исполнителем в установленный договором срок, который указывается в договоре или ином документе, подписанном сторонами.

Целый ряд работ по ремонту и техническому обслуживанию автотранспортных средств (таких, как техническое обслуживание легковых автомобилей, ремонт легковых автомобилей; ремонт, зарядка и приемка не пригодных к эксплуатации аккумуляторных батарей, установка дополнительного оборудования), подлежит обязательной сертификации.

Закон РФ от 10.06.93 №5151-1 "О сертификации продукции и услуг" (с изменениями и дополнениями на 31.07.98 г.) устанавливает правовые основы обязательной и добровольной сертификации продукции, услуг и иных объектов в Российской Федерации, а также права, обязанности и ответственность участников сертификации.

Действующие системы сертификации услуг по техническому обслуживанию и ремонту автотранспортных средств включают в себя следующие основные подгруппы услуг:

- техническое обслуживание легковых автомобилей;
- ремонт легковых автомобилей;
- техническое обслуживание грузовых автомобилей и автобусов;
- ремонт грузовых автомобилей и автобусов;
- техническое обслуживание и ремонт мототранспортных средств;
- прочие услуги.

Сертификация услуг по техническому обслуживанию и ремонту автомобилей подразделяется на два основных вида – обязательную и добровольную.

В России по объективным причинам проведение сертификации услуг по техническому обслуживанию и ремонту носит в основном обязательный характер. В дальнейшем удельный объем работ по добровольной сертификации будет возрастать.

Постановлением Госстандарта России от 05.04.2001 № 33 приняты новые Правила сертификации услуг по техническому обслуживанию и ремонту автотранспортных средств, а в настоящее время проводится работа по уточнению номенклатуры кодов услуг, подлежащих обязательной сертификации; номенклатура кодов услуг соответствует ОК 002–93 (ОКУН). Обязательная сертификация услуг по техническому обслуживанию и ремонту автотранспортных средств базируется на соблюдении требований всех оговоренных системой нормативных документов, к числу которых относятся ГОСТ 25478–91, ГОСТ 17.2.2.03–87, Положение о техническом обслуживании и ремонте подвижного состава автомобильного транспорта. Основная цель обязательной сертификации – подтверждение соответствия услуги требованиям, направленным на обеспечение ее безопасности для жизни, здоровья и имущества граждан, окружающей среды.

Основные требования к сертификации услуг по ремонту и обслуживанию транспортных средств следующие:

- обеспеченность технической документацией на выполняемые услуги;

- обеспеченность технологическим оборудованием, оснасткой, инструментами, средствами измерений и испытаний;
- проведение обязательной проверки средств измерения и аттестации испытательного оборудования;
- достаточность квалификации персонала;
- использование для ремонта соответствующих запасных частей, безопасность которых подтверждена сертификатом соответствия;

- наличие процедур оформления заказов-нарядов и предоставления заявителю гарантийных обязательств.

Сертификация услуг проводится по трем основным схемам:

- 1) с обследованием производственного процесса предоставления услуг;
- 2) с аттестацией производственного процесса предоставления услуг;
- 3) с сертификацией системы качества.

В соответствии с законом, запасные части, используемые при техническом обслуживании и ремонте автомобилей,

также подлежат обязательной сертификации.

В каждой промышленно-развитой стране, включая Россию, существует система стандартизации производства и сертификации реализуемой продукции. Стандарты определяют нормы качества вышеуказанной продукции, в том числе и запасных частей к автомобилям. Кроме того, существуют стандарты качества организации самого процесса производства.

Общепризнанными являются стандарты системы качества ISO 9001, ISO 9002. В случае, если у органа сертификации возникают какие-то сомнения по поводу качества продукции, он может провести испытания в приспособленных для этого условиях.

Сертификаты соответствия предназначены главным образом для конечных потребителей, как свидетельство качества и безопасности товара. Для торговцев они обязательны – их отсутствие у продавцов может повлечь за собой штрафные санкции со стороны государственной торговой инспекции.

Наиболее достоверной информацией по происхождению товара и его качестве располагают оптовые фирмы, которые получают информацию от производителей.

На упаковке зачасти должен быть знак соответствия (стилизованные буквы РС) продукции стандартам качества РФ.

По международным нормам торговли на упаковке товара должен содержаться ряд сведений о товаре: вид товара, производитель, страна происхождения и др. Наиболее полная информация подобного рода обычно содержится в штриховом коде, обязательно присутствующем на большинстве современных товаров.

Неоригинальные запчасти, которые продаются на вторичном рынке, упакованы в коробку характерной "фирменной" расцветки, с обязательной торговой маркой оператора вторичного рынка и, если на это есть соответствующее право, маркой фактического производителя запчасти. На коробке также указывается адрес головного для данной территории подразделения оператора вторичного рынка, а в штрихкоде указаны реквизиты фактического места отгрузки товара потребителю.

На коробке указывается каталожный номер продукции (по каталогу оператора "афтермаркет"), применяемость (марки и модели техники), иногда ссылка на соответствующий номер оригинальной детали (для облегчения идентификации при продаже конечному потребителю), а иногда и каталожные номера аналогов нескольких основных поставщиков-конкурентов вторичного рынка.

Изготовители и продавцы продукции, подлежащей обязательной сертификации и реализуемой на территории Российской Федерации, обязаны:

- реализовывать эту продукцию только при наличии сертификата соответствия, выданного или признанного уполномоченным на то органом, или декларации о соответствии, принятой в установленном порядке;

- обеспечивать соответствие реализуемой продукции требованиям нормативных документов, на соответствие которым она была сертифицирована, и маркирование ее знаком соответствия в установленном порядке;

- указывать в сопроводительной технической документации сведения о сертификате или декларации о соответствии и нормативных документах, которым должна соответствовать продукция, и обеспечивать доведение этой информации до потребителя (покупателя, заказчика);

- приостанавливать или прекращать реализацию продукции, если она не отвечает требованиям нормативных документов, на соответствие которым сертифицирована или подтверждена декларацией о соответствии, по истечении срока действия сертификата, декларации о соответствии или срока годности продукции, срока ее службы, а также в случае, если действие сертификата приостановлено либо отменено решением органа по сертификации;

- обеспечивать беспрепятственное выполнение своих полномочий должностными лицами органов, осуществляющих обязательную сертификацию продукции и контроль за сертифицированной продукцией;

- извещать орган по сертификации в установленном им порядке об изменениях, внесенных в техническую документацию или в технологический процесс производства сертифицированной продукции.

Добровольная сертификация проводится по инициативе заявителей в целях подтверждения соответствия продукции требованиям стандартов, технических условий, рецептов и других документов, определяемых заявителем.

Нормативными документами регламентируются случаи обязательной сертификации, перечень товаров, подлежащих сертификации, перечень товаров, подлежащих сертификации при импорте, а также перечень услуг, подлежащих сертификации.

Розничная торговля, как правило, ведется без заключения письменных договоров между магазином и покупателями. Получив чек, покупатель получил документ, подтверждающий факт совершения сделки.

В соответствии с законодательством Российской Федерации торговые предприятия должны осуществлять денежные расчеты с населением только с применением контрольно-кассовых машин.

Каждый продавец должен обладать знаниями основ договорного права, изучить извлечения из ГК РФ, относящиеся к торговле и другие нормативные акты, приведенные в приложении.

В соответствии с законодательством Российской Федерации торговые предприятия должны осуществлять денежные расчеты с населением только с применением контрольно-кассовых машин.

Контрольно-кассовые машины, на которых отсутствует либо повреждена пломба центра технического обслуживания, не допускаются к применению. Не разрешается также эксплуатация машин без маркировки предприятия-изготовителя или одного из средств визуального контроля (объемных голограмм, изготовленных на фотополимерной пленке).

На всех контрольно-кассовых машинах в обязательном порядке применяется контрольная лента.

Администрация торгового предприятия заводит на каждую кассовую машину "Журнал кассира-операциониста" (форма № КМ-4), а при установке кассовых машин на прилавках магазинов – "Журнал регистрации показаний суммирующих денежных и контрольных счетчиков контрольно-кассовых машин, работающих без кассира-операциониста" (форма № КМ-5). Журнал должен быть прошнурован, пронумерован и скреплен подписями налогового инспектора, директора (заведующего) и главного (старшего) бухгалтера предприятия, а также печатью.

Записи в журнале производятся ежедневно в хронологическом порядке чернилами или шариковой ручкой, без помарок. Исправления должны оговариваться и заверяться подписями кассира-операциониста, директора (заведующего) и главного (старшего) бухгалтера магазина.

Журнал кассира-операциониста, акты и другие документы хранятся у директора (заведующего) магазина, его заместителя или главного (старшего) бухгалтера.

К работе на кассовой машине допускаются лица, изучившие и освоившие правила эксплуатации кассовых машин и техники безопасности. С такими работниками (кассирами, контролерами-кассирами, продавцами) должен быть заключен договор о материальной ответственности.

Федеральный закон "О безопасности дорожного движения (№ 196-ФЗ)", действующий в настоящее время, предусматривает выполнение работ по техническому обслуживанию и ремонту транспортных средств юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями только при наличии у последних сертификата. При этом транспортные средства, прошедшие техническое обслуживание и ремонт, должны отвечать требованиям безопасности дорожного движения (ст. 18 ФЗ № 196 от 10 дек. 1995 г. с изменениями от 2 мар. 1999 г., 25 апр. 2002 г., 10 янв. 2003 г.).

Отношения предприятия-автовладельца с предприятием, осуществляющим техническое обслуживание и ремонт автотранспортных средств (СТО или АТП выполняющего указанные работы на коммерческой основе), регулируются договором, образец которого приведен в прил. 1.

Отношения гражданина-физического лица, использующего автомобиль для бытовых нужд с ремонтным предприятием, регулируют "Правила оказания услуг (выполнения работ) по техническому обслуживанию и ремонту) автотранспортных средств", утвержденные постановлением Правительства РФ от 11 апр. 2001 г. № 290 (прил. 2).

Правилами предусмотрены, в частности, порядок приема заказов и оформление договоров на выполнение работ, их оплаты и непосредственно выполнения. Предусмотрена также ответственность исполнителя за качественное и своевременное выполнение работ. Так, в случае обнаружения недостатков оказанной услуги потребитель вправе по своему выбору потребовать от исполнителя безвозмездного устранения недостатков; соответствующего уменьшения установленной за работу цены; безвозмездного повторного выполнения работы; возмещения понесенных им расходов по исправлению недостатков своими силами или третьими лицами.

Потребитель вправе потребовать полного возмещения убытков, причиненных ему в связи с недостатками оказанной услуги. Таким образом данный документ регулирует отношения, возникающие между потребителями и исполнителями при выполнении работ по техническому обслуживанию и ремонту автотранспортных средств и их составных частей, а также устанавливает обязательное для всех субъектов гражданского права, вступающих в какие-либо правоотношения в связи с исполнением (заказом) такого рода услуг, единообразие в порядке приема заказов, оформлении договоров, перечне информации, обязательной для предоставления к сведению заказчика, порядке оказания услуг, а также их оплаты и, кроме того, порядке защиты прав потребителя (заказчика) в случае обнаружения недостатков выполненной работы.

Ответственность за недоброкачественный ремонт транспортных средств и выпуск их в эксплуатацию с техническими неисправностями в случае, когда указанные факторы повлекли причинение тяжкого или средней тяжести вреда здоровью человека, причинение крупного ущерба или смерть человека, предусмотрена Уголовным кодексом РФ (ст. 266). Это может быть штраф или лишение свободы.

Под недоброкачественным ремонтом понимается невыполнение технических требований, предъявляемых к отремонтированной машине.

Все споры по поводу качества работ и причиненного ущерба решаются в суде.

К отношениям любого предприятия или индивидуального предпринимателя, использующих автомобили в производственных целях, и ремонтного предприятия, применяются только нормы ГК РФ, так как в этом случае заказчики рассматриваются не как потребители, а как деловые партнеры ремонтного предприятия по заключенным договорам и их споры разрешаются в арбитражном суде. Партнеры могут включить в договор те же условия выполнения работ, которые предусмотрены в "Правилах", но могут договориться и о других. Использование автомобиля для личных или производственных нужд является определяющим фактором в выборе применяемых норм права.

Слабым местом в системе государственного регулирования автосервисных услуг является то, что они не лицензируются. Поэтому обеспечить контроль за деятельностью станций технического обслуживания и особенно индивидуальных предпринимателей практически невозможно. По указанной причине в настоящее время на рынке автосервисных услуг функционирует большое число "теневиков", т.е. не зарегистрированных субъектов.

Повышению уровня государственного регулирования всех видов автотранспортной деятельности, в том числе автосервисного обслуживания, способствовал бы, по нашему мнению, закон об автотранспортной деятельности в РФ, издание которого назрело уже давно.

6.4. МЕТОДЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ АВТОСЕРВИСНЫХ УСЛУГ

Общие направления, формы и методы государственной поддержки определены специальным Законом РФ "О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации", принятым 12 мая 1995 г. Законом предусмотрена двухуровневая система мер поддержки на уровне Федерации и на уровне региональных субъектов. Последние могут решать все вопросы поддержки, поскольку в настоящее время они имеют большую самостоятельность и за счет собственных средств и ресурсов могут применять дополнительные меры.

Основными направлениями государственной поддержки являются:

- формирование инфраструктуры поддержки и развития малого предпринимательства;
- создание льготных условий использования субъектами малого предпринимательства государственных финансовых, материально-технических и информационных ресурсов, а также научно-технических разработок и технологий;
- установление упрощенного порядка регистрации субъектов малого предпринимательства, лицензирование их деятельности, сертификации их продукции, представление государственной статистической и бухгалтерской отчетности;
- поддержка внешнеэкономической деятельности субъектов малого предпринимательства, включая содействие развитию их торговых, научно-технических, производственных, информационных связей с зарубежными государствами;
- организация подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров для малых предприятий.

На каждом уровне управления разрабатывается программа поддержки малого предпринимательства, главной целью которой является создание социально-экономических, организационных, финансовых, материальных и природных условий для его развития. Программы предусматривают разработку мероприятий, направленных на:

- создание равных стартовых условий каждому предпринимателю;
- упорядочение и упрощение процедур регистрации новых предприятий;
- предоставление гарантий, позволяющих эффективно инвестировать денежные средства в производственную сферу;
- предоставление льгот в выделении материальных, финансово-кредитных ресурсов, недвижимости, кредитовании внешнеэкономической деятельности;
- создание системы государственной политики поддержки малого предпринимательства, системы правовой защиты предпринимателей;
- удовлетворение потребностей населения посредством насыщения рынка товарами (услугами);
- создание благоприятных условий для оздоровления окружающей среды.

Конечной целью программы является повышение уровня жизни населения.

Участниками разработки программы являются исполнительные и представительные органы, правления или дирекции различных фондов, включая фонд поддержки малого предпринимательства, банковские, страховые организации, союзы, профсоюзы предпринимателей, крупнейшие фирмы. К составлению программы целесообразно привлекать специалистов высших учебных заведений и НИИ.

Информационное обеспечение разработки программы осуществляется государственными органами статистики, налоговой инспекцией, службами и органами, осуществляющими регистрацию предприятий, выдачу лицензий и пр.

Финансовое обеспечение осуществляется из следующих источников:

- 1) регионального бюджета;
- 2) средств региональных союзов и ассоциаций предприятий и предпринимателей;
- 3) средств регионального фонда поддержки малого предпринимательства;
- 4) средств предприятий и организаций государственного сектора, в том числе оборонных предприятий, осуществляющих конверсию;
- 5) кредитов банков.

Средства аккумулируются в региональном фонде поддержки малого предпринимательства.

Органы исполнительной власти всех уровней в соответствии с Законом разрабатывают и осуществляют комплекс мероприятий по содействию в обеспечении малых фирм современным оборудованием и технологиями, в создании технопарков, бизнес-инкубаторов, лизинговых фирм и других объектов инфраструктуры, создаваемых в целях поддержки малых предприятий [2].

Технопарк – это организация с правами юридического лица, имеющая тесные связи с одним или несколькими вузами или научно-исследовательскими институтами, осуществляющая на находящейся под ее юрисдикцией территории формирование современной среды с целью развития научно-технического предпринимательства путем со-здания материально-технической, экономической, информационной и социально-культурной базы для становления и подготовки к самостоятельной деятельности инновационных предприятий. Это региональный центр поддержки предпринимательства, который может создаваться в виде акционерной компании или государственной организации. Он ориентирован на выполнение самых разнообразных работ, включая консалтинговые, инжиниринговые, операции с ценными бумагами, создание дополнительных рабочих мест, привлечение иностранных инвесторов, подготовку кадров, оказание аудиторских и информационных услуг.

Главными целями создания и функционирования *бизнес-инкубаторов* являются комплексная поддержка предпринимательства в конкретном виде деятельности, создание региональной рыночной инфраструктуры: обеспечение материально-технической, информационной, финансовой и социальной базы для организации и развития новых рыночно ориентированных предприятий.

В задачи бизнес-инкубатора входят:

- поддержка создания и развития в регионе рыночно ориентированных малых и средних предприятий;
- стимулирование структурных сдвигов в экономике региона;
- создание конкурентной среды и содействие демополизации народного хозяйства;
- создание новых рабочих мест;

- обучение предпринимателей методам рыночной экономики, повышение их профессиональных, экономических, управленческих и правовых знаний; подготовка специалистов в области экономики управления;
- эффективное использование инновационного потенциала региона с целью ускоренного внедрения новой техники и технологий, стимулирование предпринимательской деятельности в инновационной сфере;
- поддержка промышленного сектора малого предпринимательства: содействие налаживанию связей малых предприятий региона с зарубежными партнерами;
- создание благоприятной социальной сферы для предпринимателей региона;
- оказание содействия местным органам власти и управление в реализации экономических и социальных программ.

Бизнес-инкубатор осуществляет следующие виды деятельности:

- проектирование, строительство, реконструкцию, ремонт, эксплуатацию объектов гражданского, административного, производственного и иного назначения;
- сдачу в аренду объектов, помещений, машин и оборудования различного назначения;
- консультационные, информационные, юридические и маркетинговые услуги;
- услуги в области связи;
- складские, транспортные, автосервисные, экспедиционные услуги;
- организацию семинаров, конференций, выставок;
- обучение в различных областях знаний;
- другие виды деятельности.

В состав инфраструктуры малого бизнеса входят разнообразные компании, в том числе: учебная, консалтинговая, информационная, аудиторская, лизинговая, юридическая.

На *учебную компанию* возлагается задача разработки и организации профессиональной подготовки и переподготовки управленческого персонала различных уровней: руководителей высшего звена предприятий всех форм собственности, руководителей и сотрудников функциональных служб (планирования, снабжения и сбыта, финансового и др.), линейного управленческого персонала (начальников цехов и участков).

Консалтинговая компания оказывает консультативную помощь предприятиям и индивидуальным предпринимателям по различным вопросам: реализация своих коммерческих идей, повышение прибыльности и эффективности работы; подготовка учредительных документов и регистрация предприятий; получении лицензии; налогообложение и др.

Информационная компания решает две основные задачи:

- информационное обеспечение предприятий, для чего в нее включаются блоки учетной информации о неиспользованном сырье, объемах производства и реализации продукции, финансовых результатах, запасах и движении материалов, готовой продукции, ценах, кадровом составе, конкурентах и т.д.;
- сбор и накопление информации для деятельности самого центра.

Аудиторская компания проверяет бухгалтерскую отчетность на предприятии с целью контроля правильности ведения учета и отчетности, официального подтверждения репутации предприятия. Кроме того, специалисты аудиторской компании консультируют по вопросам правильности ведения учета и отчетности.

Малые предприятия, по сравнению с крупными, имеют меньшие материальные и финансовые ресурсы. Поэтому они очень чувствительны к экономическим изменениям (росту цен, спаду и росту производства и т.д.), испытывают трудности с получением кредитов. В этих условиях важное значение для их деятельности имеет *лизинг*, который осуществляется при посредничестве лизинговых компаний. Таким образом, лизинговые компании выступают важнейшим элементом рыночной инфраструктуры, создающим условия для развития малого предпринимательства.

Лизинг – это вид деятельности, направленный на инвестирование свободных или привлеченных финансовых средств, когда по договору финансовой аренды арендодатель (лизингодатель) обязуется приобрести в собственность обусловленное договором имущество у определенного продавца и предоставить это имущество арендатору (лизингополучателю) за плату во временное пользование для предпринимательских целей. Он позволяет фирме-арендатору сохранить наличные деньги, необходимые для своего функционирования и развития. Сохранение наличных денег особенно необходимо в период невысокой экономической активности. При деловом оживлении свободный капитал необходим фирмам для расширения бизнеса. Кроме того, лизинг дает возможность уменьшить текущие производственные издержки и удешевить тем самым выпускаемую продукцию или выполняемые услуги.

Юридической компанией производится отбор и накопление информации, необходимой для правового обслуживания предприятий и связанной с ведением дел в судах и арбитраже. Кроме того, она может осуществлять подготовку документов по оформлению новых и реорганизации действующих предприятий и их регистрации.

Финансирование и развитие инфраструктуры малого бизнеса осуществляется через *фонд поддержки малого предпринимательства*.

Фонд – это организационная форма управления, обеспечивающая аккумуляцию финансовых средств:

- поступлений от федерального и местного бюджетов;
- отчислений и средств, получаемых в результате приватизации государственного имущества;
- поступлений от банковских структур;
- отчислений от предприятий и организаций;
- отчислений от средств, получаемых в результате регистрации предприятий;
- доходов от предпринимательской деятельности фонда;
- иностранных инвестиций.

Фонд может выступать залогодателем, поручителем, гарантом по обязательствам предприятий.

В целях повышения инвестиционной активности малых предприятий и создания благоприятных условий в обновлении техники и технологии, укреплении их производственно-технической базы они имеют право применять ускоренную амортизацию основных производственных фондов, при этом нормы амортизации могут быть увеличены в два раза. Кроме

того, они могут списывать дополнительно как амортизационные отчисления до 50 % первоначальной стоимости фондов со сроком службы более трех лет.

Для привлечения малых предприятий к решению важных народнохозяйственных проблем и создания условий для их стабильной работы предусмотрено, что не менее 15 % государственных заказов, финансируемых из федерального бюджета, на конкурентной основе должно быть размещено на малых предприятиях.

Большое значение имеют *налоговая и кредитная политика государства*, предусматривающая целый ряд льгот для предприятий и индивидуальных предпринимателей.

Налоговый кодекс РФ предоставляет малым предприятиям право выбора налогооблагаемой базы: доходы или доходы, уменьшенные на величину расходов. В том же нормативном документе расписан порядок определения доходов и расходов, которые рассчитываются нарастающим итогом с начала года.

Налоговая ставка для предприятий, выбравших доходы в качестве налогооблагаемой базы, составляют 6 %. Если же выбраны доходы, уменьшенные на величину расходов (прибыль), то налоговая ставка равна 15 %.

Все предприятия малого бизнеса в течение всего времени их функционирования имеют право на освобождение от налогов той части прибыли, которая направляется на следующие цели:

- финансирование, в том числе в порядке долевого участия, капитальных вложений производственного и непроизводственного назначения;
- погашение кредитов банка, использованных как капитальные вложения производственного и непроизводственного назначения;
- проведение научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ, а также в Российский фонд технологического развития. Российский фонд фундаментальных исследований, но не более 10 % налогооблагаемой прибыли;
- благотворительные цели по перечню, утвержденному правительством, но не более 3 %;
- в качестве добровольных взносов в Фонд поддержки предпринимательства и развития конкуренции.

Все эти налоговые льготы не должны уменьшить фактическую сумму налога, исчисленную без учета льгот, более чем на 50 %. Указанные виды льгот предоставляются также всем другим, не малым предприятиям.

Малым предприятиям предоставляется ряд специальных льгот:

- 1) освобождаются от уплаты авансовых взносов на прибыль;
- 2) суммы налогов на добавочную стоимость, уплаченные при приобретении основных средств и нематериальных активов, вычитаются в полном объеме при вводе в эксплуатацию основных средств и принятии на учет нематериальных активов;
- 3) освобождаются от уплаты налогов на добавленную стоимость физические лица, занимающиеся предпринимательской деятельностью без образования юридического лица;
- 4) не менее 15 % государственных заказов должно в обязательном порядке размещаться на малых предприятиях, т.е. генеральный заказчик, выигравший тендер на получение госзаказа, финансируемого из федерального бюджета, должен не менее 15 % от объема заказа разместить на малом предприятии в соответствии с договором;
- 5) Федеральный фонд поддержки малого предпринимательства, созданный на базе Фонда поддержки предпринимательства и развития конкуренции при ГАК России, может выдавать гарантии банку на возврат кредита, при этом Фонд может и сам выдавать кредиты;
- 6) малые предприятия представляют статистическую и бухгалтерскую отчетность в упрощенном порядке и не чаще одного раза в квартал.

В настоящее время действуют *косвенные льготы* для малого бизнеса, т.е. льготы по налогообложению предоставляются не малым предприятиям непосредственно, а учреждениям, организациям, которые в своей работе взаимодействуют, "работают" с малыми предприятиями. Известно, что малый бизнес – это бизнес повышенного риска. Банки, страховые компании неохотно идут на сотрудничество с малыми предприятиями, поэтому, чтобы заинтересовать эти учреждения в сотрудничестве с малым бизнесом, правительство установило, что налог на прибыль, уменьшенный в 1,5 раза, уплачивают:

- 1) банки, предоставляющие не менее 50 % общей суммы кредитов крестьянским хозяйствам, колхозам, совхозам и другим сельскохозяйственным предприятиям, перерабатывающим сельскохозяйственную продукцию, а также малым предприятиям (за исключением осуществляющих снабженческо-сбытовую, торговую или закупочную деятельность);
- 2) страховщики, которыми не менее 50 % страховых взносов за отчетный период получено от страхования имущественных интересов крестьянских хозяйств, колхозов, совхозов и других сельскохозяйственных предприятий и всех малых предприятий.

Индивидуальной предпринимательской деятельности без образования юридического лица предоставляется ряд льгот. Гражданин-предприниматель уплачивает подоходный налог 13 %, страховые взносы в пенсионный фонд и в Фонд медицинского страхования. Предприниматель не является плательщиком всех остальных налогов, возлагаемых на предприятие. Любое взыскание имущества (в том числе денежных средств) предпринимателя производится в судебном порядке.

В нашей стране в рамках института гражданского общества со-здаются специальные организации, которые стараются облегчить жизнь отечественных малых предпринимателей. Одной из таких общественных организаций является, например, общероссийская организация малого и среднего предпринимательства "ОПОРА России".

В регионах создано и функционирует большое число различных организаций для оказания помощи малым предпринимателям. В Воронежской области, например, в настоящее время сосредоточена практически вся инфраструктура поддержки, включая такие организации, как: региональный научно-координационный центр "Ренакорд", основной задачей которого является разработка и формирование научно-технических программ и инновационных проектов Воронежской области научно-технологический парк; бизнес-инкубатор "Воронеж-Орбита-Сервис"; региональное агентство", поддержки малого и среднего бизнеса и др. [21].

Указанные организации играют заметную роль в развитии малого сектора экономики Воронежской области, о чем

свидетельствует рост таких показателей, как количество малых предприятий, численность работников, занятых в указанном секторе и др. Так, количество малых предприятий в Воронежской области с 1998 по 2003 гг. увеличилось с 9370 до 14 585, т.е. в 1,5 раза, среднесписочное количество занятых работников – с 119 759 до 150 665, т.е. в 1,2 раза. Прибыль субъектов малого предпринимательства возросла за этот период более, чем в 2 раза – с 752,8 до 1572 млн. р.

Все вышерассмотренные способы поддержки субъектов малого предпринимательства, действующие в России, широко применяются и на автомобильном транспорте, в том числе в сфере автомобильных услуг.

Непосредственно на автомобильном транспорте в настоящее время также создаются и действуют союзы, ассоциации и другие формы объединений, членами которых являются предприятия различных форм собственности, индивидуальные предприниматели, выполняющие перевозки грузов и пассажиров, транспортно-экспедиционные и автосервисные услуги [1]. Основными направлениями их деятельности является, главным образом, оказание содействия членам в создании необходимых правовых и социальных гарантий для самостоятельной деятельности: осуществление поддержки деловой активности руководителей предприятий и индивидуальных предпринимателей, создание эффективной системы сотрудничества с администрацией региона (области или края), Министерством транспорта и связи России, другими федеральными и региональными органами управления и регулирования работы автомобильного транспорта, оказания содействия в повышении деловой квалификации и профессионализма хозяйственных руководителей и специалистов автомобильного транспорта, участие в разработке правового обеспечения автотранспортной деятельности.

В рамках перечисленных направлений деятельности объединение работников автомобильного транспорта решает следующие основные задачи:

- представляет и защищает интересы членов объединения;
- оказывает членам объединения правовую, консультативную и иную помощь;
- оказывает содействие членам объединения в установлении прямых связей, организации переговоров, создании совместных предприятий с зарубежными партнерами и в развитии других форм сотрудничества;
- оказывает членам объединения помощь в получении свидетельств, сертификатов, лицензионных, правовых, таможенных, страховых и других документов;
- разрабатывает и внедряет в деятельность транспортных предприятий и организаций экономические формы работы по предупреждению аварийности на автомобильном транспорте;
- принимает участие в разработке целевых программ по обеспечению безопасности дорожного движения, разрабатываемых на отраслевом и региональном уровне;
- содействует внедрению на предприятиях технических средств и приборов контроля за техническим и экологическим состоянием транспорта;
- принимает участие в разработке региональных соглашений по тарифам и на перевозки грузов и другие услуги;
- содействует созданию свободного от монополизма транспортного рынка;
- оказывает помощь авторемонтным и сервисным предприятиям в совершенствовании технологии и качества работ, производственной базы, тарифов и цен;
- участвует в разработке целевых программ развития автотранспорта региона, согласовывает с соответствующими органами и вносит их на рассмотрение администрации области и областной Думы.

Объединение осуществляет свою работу в соответствии с уставом, который утверждается на собрании. Финансово-хозяйственная деятельность осуществляется за счет собственных и заемных средств, при этом собственные средства образуются за счет вступительных и членских взносов участников объединения.

Опыт показывает, что создание объединений предпринимателей в сфере транспортных и сервисных услуг экономически целесообразно.

Их деятельность в конечном итоге способствует созданию благоприятных правовых и экономических условий для успешной деятельности субъектов малого бизнеса, увеличению их числа на региональном рынке автотранспортных услуг и созданию тем самым конкурентной среды.

В то же время в нашей стране, как отмечают многие исследователи-экономисты и политики, уровень государственной поддержки малого предпринимательства пока недостаточно высокий, что сдерживает его развитие во всех отраслях, в том числе транспортную отрасль. Особенно страдает индивидуальное предпринимательство, которое функционирует вне поля финансовой деятельности государства и правительства. Государственный контроль за деятельностью индивидуальных предпринимателей ведется формально, поэтому именно в данном секторе малого бизнеса большая часть предпринимателей функционирует нелегально, т.е. без государственной регистрации. Особенно много "нелегалов" в сфере автотранспорта, где они выполняют значительную долю услуг как на перевозках грузов и пассажиров, так и в сфере автосервиса.

В России число только учтенных налоговыми органами индивидуальных предпринимателей в 2004 г. составило 4670,1 тыс. человек и, начиная с 1999 г., выросла на 29,9 [25].

Само по себе индивидуальное предпринимательство оздоровиться и выйти на необходимый рыночный уровень не сможет, да у него и нет подобных для этого средств. Необходима государственная поддержка с ее инвестиционно-финансовым арсеналом. В развитии сферы транспортных и автосервисных услуг в нашей стране особую нужду испытывают небольшие населенные пункты в регионах. Решение указанной проблемы возможно лишь в рамках решения обще-социальных проблем, связанных с возрождением аграрного сектора экономики и развития малых форм хозяйствования в этом секторе. Однако, для развития малого предпринимательства в небольших городах и на селе в настоящее время нет тех условий, о которых говорилось выше. Более того, здесь в большей степени, чем в крупных городах, ощущается зависимость предпринимателей от местных властей и местного рынка, что так же негативно сказывается на развитии властей и местного рынка, малого предпринимательства. Местные власти в большинстве случаев не заинтересованы в развитии малого бизнеса как составной части нерегиональной экономики, поскольку большая часть поступающих от субъектов малого бизнеса налоговых отчислений направляются в Центр.

Одной из особенностей малого предпринимательства, как известно, является то, что при производстве товаров и услуг оно с наибольшей полнотой учитывает интересы местного населения, экономики того города или района, где проживает и осуществляет свою деятельность предприниматель. Кроме того, субъекты малого предпринимательства самым максимальным образом используют местное сырье и материалы, выпуская тем самым более дешевую продукцию.

С целью создания оптимальных условий для развития малого предпринимательства в небольших городах и сельской местности, а также в производственной сфере, включая автотранспорт, целесообразно, на наш взгляд, модернизировать систему его государственной поддержки. Прежде всего, она должна быть дифференцированной по территориям. Максимальной она должна быть в экономически депрессивных районах и минимальной – в высокоразвитых. Кроме того, она должна быть дифференцирована по отраслям и видам предпринимательской деятельности. В первую очередь она должна быть направлена на поддержку малых предпринимателей, которые осуществляют свою деятельность в необходимых для регионов направлениях, в том числе на автомобильном транспорте. Поэтому при разработке программы поддержки в каждом регионе следует провести маркетинговое исследование, установить востребованные товары и услуги в регионе и только после этого распределять финансовые и другие ресурсы на оказание помощи субъектам малого бизнеса.

Необходимо внести изменения в распределение налогов, получаемых от малого бизнеса регионов. Они должны полностью оставаться в распоряжении регионов и местных властей. Это даст возможность усилить мотивацию органов государственной власти в регионах в развитии малого предпринимательства.

Следует особое внимание в регионах уделять решению проблемы выхода из теневой экономики большей части малых предприятий и индивидуальных предпринимателей. Официальная статистика в настоящее время охватывает лишь 20 % малых предприятий. Это означает, что около 80 % малых предприятий находятся в "теневой экономике". В результате страдает не только статистика, которая не соответствует реальному состоянию дел и представляет общественности заниженные данные о деятельности малого сектора экономики. В большей степени страдает общество, страдают бюджеты всех уровней из-за сокрытия налогов, нарушений требований социальной защиты населения, требований охраны окружающей среды и т.д. В этой сфере нужны самые решительные меры по усилению государственного сектора на всех уровнях за соблюдением законов о государственной регистрации субъектов малого предпринимательства, о сертификации с ужесточением наказания виновных. Выходу из "тени" будет способствовать также уменьшение налогового бремени на субъекты малого предпринимательства.

И, наконец, требует пересмотра Федеральный закон "О государственной поддержке малого предпринимательства РФ", который был принят в 1995 г. Нужен новый закон, который должен учитывать новые экономические условия и возможности, появившиеся в нашей стране за последние годы.

В каждом регионе должна быть создана правовая база, основанная на федеральных законах и в полной мере учитывающая местные особенности. Развитие малого бизнеса в каждом регионе должно осуществляться не стихийно, а в соответствии с перспективной программой, составленной с максимальным учетом всех местных особенностей.

Перечисленные меры позволят увеличить число субъектов малого предпринимательства и занятых в нем, прежде всего, в производственной сфере и на автомобильном транспорте регионов и оптимизировать тем самым структуру бизнеса в каждом отдельном регионе и в масштабах всей страны.

6.5. МИКРОФИНАНСИРОВАНИЕ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ И ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

Наибольшее значение в настоящее время имеет финансовая поддержка микропредприятий, на каждом из которых работает до 15 работников и месячный оборот которых не превышает 100 тыс. р., и индивидуальных предпринимателей. Доля таких предприятий в сфере автосервисных услуг составляет более 80 % от общего их числа.

Микро-предприятия и начинающие индивидуальные предприниматели, как правило, не могут получить банковский кредит из-за отсутствия кредитной истории или удовлетворительного залога. Начинающие предприниматели тем более такой возможности лишены. В настоящее время именно для них должен быть сформирован эффективный механизм доступа к финансовым услугам. И если для крупнобюджетных предприятий финансовая поддержка может быть оказана как со стороны банков, так и нетрадиционных кредиторов (например, лизинговых компаний), то для микро-предприятий наиболее доступным является микрофинансирование (микrokредитование).

Как указывалось выше, одним из источников финансирования мероприятий по поддержке субъектов малого предпринимательства является государственный фонд поддержки малого предпринимательства, который создается как на федеральном, так и региональном уровнях.

Фонд представляет собой некоммерческую организацию, курирующую комплексное финансовое обеспечение областной программы государственной поддержки предпринимательства, а также проектов и мероприятий, направленных на развитие сферы малого бизнеса в регионе на основании собственного устава и специального областного Закона.

В Воронежской области микрофинансовая программа реализуется Фондом с августа 2000 г. и на сегодняшний день уже оформлена не только методически, но и на нормативном уровне [2]: по инициативе Фонда постановлением областной администрации № 812 от 30 августа 2000 г. на территории Воронежской области были заложены основы для создания региональной системы микрофинансовой поддержки малого предпринимательства. В соответствии с указанным постановлением микрофинансовая программа, реализуемая Фондом, имеет следующие ограничения:

- микрозаймы предоставляются на основе специально разработанной методики финансирования, учитывающей особенности работы микропредприятий различных отраслей на территории Воронежской области; предельный размер микрозаймов – 90 тыс. р.; предельный срок – шесть месяцев;
- процентная ставка – дифференцирована по отраслям и по виду финансирования (индивидуальное или для группы солидарной ответственности).

В соответствии с положениями указанного постановления Фондом была разработана и апробирована собственная методика отбора предпринимателей-клиентов для предоставления микрофинансирования.

Методика предполагает, что в рамках микрофинансовой программы Фонда осуществляется предоставление краткосрочных займов на развитие бизнеса, в том числе, пополнение оборотных средств и в отдельных случаях на приобретение основных фондов субъектами малого предпринимательства.

Микрозаймы предоставляются на платной основе на принципах материальной обеспеченности, целевой направленности, срочности и возвратности. Заемщиками могли выступать как юридические лица, так и индивидуальные предприниматели.

Основными целями микрофинансовой программы Фонда, применяемой в Воронежской области, являются:

1. Оказание финансовой поддержки в виде краткосрочных займов субъектам малого предпринимательства, большинство из которых не имеет доступа к традиционным банковским ресурсам из-за отсутствия кредитной истории и достаточного залога.

2. Оказание помощи микропредприятиям и индивидуальным предпринимателям в приобретении опыта использования заемных средств и наращивании кредитной истории, что делает потенциальными клиентами коммерческих банков.

На сегодняшний день микрозаймы предоставляются субъектам малого предпринимательства, не имеющим доступа к альтернативным источникам финансирования. Целевое назначение займов – развитие предпринимательской деятельности заемщика. Изменение целевого назначения займа не допускается. Формами обеспечения заемщиками обязательств по возврату займа и процентов по нему могут быть залог, банковские гарантии и поручительства, оформленные в порядке и в соответствии с требованиями, установленными действующим законодательством.

Условия выдачи займов приведены в табл. 6.1.

6.1. Характеристика категорий заемщиков, выделяемых Фондом

Клиентские группы	I группа – клиенты, ориентированные на развитие	II группа – клиенты, ориентированные на потребление	III группа – клиенты, ориентированные на накопление
Тактические цели	Предпринимательская деятельность – источник средств к существованию (начинающие предприниматели). Прибыль направляется на развитие предпринимательской деятельности	Бизнес является источником повышения благосостояния. Прибыль используется в основном на приобретение предметов личного потребления	Дальнейшее развитие бизнеса. Прибыль вкладывается в приобретение основных и пополнение оборотных средств или накапливается для этой цели
Стратегические цели	Переход во II группу	Поддержание существующего бизнеса, частично переход в III группу	Переход на качественно иной уровень бизнеса, связанный с получением доступа к банковским кредитным ресурсам
Размер собственного оборотного капитала	Соответствует 500 долл. США	Соответствует 500 – 2000 долл. США	Свыше 2000 долл. США

Процентные ставки по микрозаймам изменяются в зависимости от сферы бизнеса заемщика и вида займа, как показано в табл. 6.2.

При расчете платежей в погашение микрозайма Фондом применяется схема простого процента с ежедневным начислением на остаток задолженности по основной сумме займа. Как правило, погашение задолженности осуществляется еженедельно, раз в две недели или раз в месяц равными частями основной суммы займа и процентов по нему. Режим начислений и даты платежей указываются в графике платежей, составленном по согласованию с заемщиком. Выбор схемы погашения обуславливается особенностями финансово-хозяйственной деятельности каждого конкретного заемщика.

6.2. Процентные ставки по микрозаймам

Сфера бизнеса	Вид займа	Применяемые номинальные ставки, % годовых	Эффективные ставки, % годовых
Торговля	Индивидуальный	До 70	Около 39
	Групповой	64...34	Около 36...20
Услуги	Индивидуальный	60	Около 33
	Групповой	60...34	Около 33...20
Производство, сельское хозяйство	Индивидуальный	40...15	Около 22...8
	Групповой	40...15	Около 22...8

Особенности выдачи займов группам солидарной ответственности (солидарным группам). Под солидарной группой понимается группа, состоящая из индивидуальных предпринимателей без образования юридического лица в количестве не менее трех, каждый из членов которой выступает заемщиком Фонда и по договору поручительства обязывается перед кредитором—Фондом солидарно отвечать за исполнение заемного обязательства каждого из членов группы.

Процентная ставка для таких групп определяется в пределах 64...34 % годовых. Ставка зависит от количества заемщиков в солидарной группе. Максимальная процентная ставка равна 64 % и устанавливается для солидарной группы, состоящей из трех заемщиков, занятых в сфере розничной торговли. За каждого дополнительного заемщика – члена солидарной группы – устанавливается скидка по процентной ставке в размере 6 % для каждого члена группы. Минимальная процентная ставка устанавливается для группы, состоящей из восьми и более членов. Для заемщиков, занятых в сфере сельского хозяйства, производства, сфере услуг максимальная ставка по займу исчисляется, исходя из максимальной ставки по займу для индивидуальных заемщиков.

Как указано в табл. 6.3, предоставление займов членам солидарной группы с оформлением в качестве обеспечения обязательств только поручительства членов группы, без дополнительного залогового обеспечения, допускается на сумму займа до 50 тыс. р.

Предоставление займов членам солидарной группы на сумму свыше 50 тыс. р. осуществляется при условии предоставления дополнительного залогового обеспечения. Залог может быть предоставлен

6.3. Условия выдачи микрозаймов

Размер займа, тыс. р.	Срок займа	Сфера бизнеса	Обеспечение	Направление финансирования
До 30	До 4 мес.	Розничная и мелкооптовая торговля, услуги, производство	Залог, персональное поручительство юридических лиц, поручительство членов группы солидарной ответственности	Преимущественно пополнение оборотных средств
30...60	До 4 мес.	Розничная и мелкооптовая, оптовая торговля	Залог, поручительство юридических лиц; для членов солидарных групп на сумму свыше 50 000 р. – комбинированное обеспечение – поручительство членов группы + залог	Пополнение оборотных средств, приобретение основных фондов
	До 6 мес.	Услуги, производство		
60...90	До 6 мес.	Мелкооптовая, оптовая торговля, услуги, производство	Залог, поручительство юридических лиц; для членов солидарных групп – комбинированное обеспечение – поручительство членов группы + залог	Пополнение оборотных средств, приобретение основных фондов

как каждым членом группы, так и одним из них. Стоимость предмета (предметов) залога не должна быть меньше чем общая сумма займа всех членов группы с учетом начисленных за период займа процентов.

Определение размера займа, выдаваемого каждому члену группы, осуществляется менеджерами по займам Фонда в соответствии с методикой, используемой в фонде. Разница в сумме займа (между минимальной и максимальной суммой займа членов солидарной группы) не может превышать десяти процентов.

Сбор информации о деятельности членов группы осуществляется с помощью заполнения членами группы специальных анкет. Последующий анализ бизнеса проводится менеджером по займам, закрепленным за каждым из клиентов. Подписание договоров производится по возможности одновременно со всеми членами солидарной группы. Срок возврата займа и уплаты процентов устанавливается единым для всех членов солидарной группы. Заем выдается только на расчетный или лицевой счет каждого из заемщиков. Мониторинг членов солидарной группы в течение срока действия договора осуществляется менеджером по займам Фонда, проводившим анализ предпринимательской деятельности членов солидарной группы.

Форма обеспечения обязательств по возврату займа. В качестве обеспечения исполнения обязательств может быть принята любая форма, предусмотренная гражданским законодательством Российской Федерации. Однако наиболее привлекательными являются залог, поручительство и банковская гарантия.

Применяемые виды обеспечения зависят от вида займа.

Применение банковской гарантии является самым предпочтительным, однако получение ее под заем суммой до 90 000 р. представляется маловероятным.

При получении займов на сумму до 50 000 р. возможно применение такого вида обеспечения обязательства, как поручительство. Поручительство за клиента может предоставить как юридическое лицо, так и физическое (не менее двух). В данном случае платежеспособность поручителя – юридического лица должна быть проверена так же, как и самого заемщика. Поручители – физические лица должны представить сведения о своих доходах (постоянном источнике дохода и размере ежемесячного дохода) и (или) сведения о принадлежащем им на праве собственности имуществе, на которое в случае привлечения к ответственности поручителя может быть обращено взыскание. Ответственность клиента–заемщика и поручителей предусматривается солидарная, то есть сумма займа может быть взыскана как в полном объеме, так и в части, как с заемщика, так и с любого из поручителей.

Предоставление займов на сумму от 50 000 р. до 90 000 р. производится под залог имущества.

Виды имущества, принимаемого в залог, определяются Кредитным комитетом Фонда. Оценочная стоимость предмета залога может определяться как независимым оценщиком, так и по согласованию сторон.

Основным требованием к принимаемому в залог имуществу является требование ликвидности, то есть возможности в максимально короткий срок по цене, максимально приближенной к рыночной, реализовать закладываемое имущество в случае обращения на него взыскания.

Вторым важным требованием к предмету залога является возможность быстрого оформления залогового обязательства.

Третьим требованием является возможность максимально гарантировать сохранность предмета залога и не допустить отчуждение предмета залога залогодателем.

В качестве дополнительного обеспечения возврата крупного займа (более 30 тыс. р.) заемщик, а также его поручители передают Фонду эмитированные ими векселя. В случае невозврата займа в срок, установленный договором, вексель переходит в собственность Фонда и Фонд вправе распоряжаться данным векселем: предъявить его к погашению, передать по индоссаменту третьим лицам и другое. Вексель становится дополнительным фактором воздействия на заемщика и поручителей в целях своевременного и полного возврата суммы займа.

Еще одной мерой по обеспечению возвратности займа является жесткая схема погашения, облегчающая проверку реального положения вещей и позволяющая фиксировать угрозу невозврата на ранней стадии.

Помимо предоставления микрозаймов и сопутствующего консультирования предпринимателей по использованию заемных средств и организации учета денег в бизнесе, Фонд предоставляет следующие виды услуг:

- оценка движимого и недвижимого имущества;
- аудит;
- бизнес-планирование;
- проведение регистрации и ликвидации субъектов малого предпринимательства;
- оказание содействия в приобретении оборудования в лизинг.

6.6. ФРАНЧАЙЗИНГ КАК СПОСОБ ЛЬГОТНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ АВТОСЕРВИСНЫХ УСЛУГ

Одним из способов организации малого предпринимательства, который, на наш взгляд, может найти применение на автомобильном транспорте России, является франчайзинг. В рамках указанного способа предприятия, сотрудничая между собой, создают благоприятные условия для взаимной поддержки.

В общем случае под франчайзингом понимается система договорных отношений между двумя сторонами, при которой одна сторона предоставляет за вознаграждение возмездное право на использование своего товарного знака, имени (бренда) другой стороне на определенных условиях. В литературе это право часто называют франшизой или лицензией, предприятие, продавшее франшизу, – франчайзером, а предприятие или индивидуальный предприниматель, купившие франшизу, – франчайзи или лицензиатом [2].

Франчайзер, как правило, оставляет за собой право на регулирование и контроль за деятельностью франчайзи.

Доходы франчайзера складываются из оплаты франшизы, которая вносится в виде первоначального взноса, текущих платежей франчайзи, а также из доходов от продажи собственной продукции (услуг). При определении размеров платежей исходят из интересов обеих сторон. Их заниженный уровень невыгоден франчайзеру, завышенный – франчайзи.

Размер первоначальной платы (цена франшизы) зависит от набора условий, содержащихся в соглашении. Эта плата должна покрывать расходы по предоставлению услуг для налаживания бизнеса и подготовке персонала. Она может также

включить составляющую часть за выгоду, которую получает франчайзи при включении во франчайзную систему. В более сложном варианте франчайзер может взять на себя приобретение и оборудование помещений франчайзи и по завершении процесса обучения вручить ему "ключ". В этом случае франчайзер включает в стоимость франшизы надбавку на себестоимость услуг, содержащихся в пакете соглашения. Сюда не может войти стоимость оборудования, необходимого для начала дела.

На начальных этапах развития франчайзинговой системы хозяйствования фиксированные первоначальные выплаты представляют важный источник дохода франчайзера. Другие поступления появляются не сразу, а по мере становления предприятий-франчайзи. Срок окупаемости затрат на создание франчайз обычно составляет 3 – 5 лет. Средний уровень единовременных первоначальных выплат по франчайзингу составляет 5 % общей стоимости пакета услуг льготного предпринимательства, т.е. объема инвестиций, необходимых для старта предприятий-франчайзи. Остальные суммы выплачиваются в виде фиксированных платежей, причем, в зависимости от эффективности работы франчайзи, они могут быть увеличены.

Структура комплекса услуг, предоставляемых головной-фирмой, и формы их представления, фиксируемые в договоре о праве на льготное предпринимательство, могут быть различными.

Текущие платежи складываются из оплаты управленческих услуг (роялти). Общая сумма текущих платежей в среднем находится на уровне 6,5 % валового дохода предприятия-франчайзи без учета расходов на рекламу. В большинстве случаев текущие платежи устанавливаются в процентном отношении к валовому доходу франчайзи или в качестве фиксированной величины. Второй вариант не учитывает возможные инфляционные процессы и развитие предприятия-франчайзи, поэтому может создать нехватку ресурсов для расширения сети франчайзера.

В случае, когда головная фирма является поставщиком продукции в сеть предприятий-франчайзи, приобретших право работать в системе льготного предпринимательства, процентная плата очень часто взимается наряду с наценкой на стоимость товара.

В некоторых системах франчайзинга соглашение о льготном предпринимательстве включает обязательство оператора закупать товары у головной фирмы или ее определенного поставщика. Франчайзер получает доход за счет установления наценки на свои товары при их продаже франчайзи. Может быть и так, что кроме этой наценки франчайзер не взимает никакой другой оплаты. Таким образом, в ней заключаются и текущие платежи, и валовая прибыль от реализации товаров. Расходы на рекламу и продвижение товаров осуществляются за счет либо франчайзера, либо франчайзи, либо их обоих. Если обязательства по расходам на рекламу и продвижение берет на себя головная фирма, то может быть три варианта организации.

1. Франчайзер взимает с франчайзи сумму, рассчитанную в процентах к валовому доходу франчайзи (так же, как за управленческие услуги).

2. Включение рекламных расходов в сумму текущих платежей.

3. Франчайзер берет на себя расходы по рекламе и продвижению товаров в том объеме, в каком считает это необходимым, не собирая соответствующих средств и не выделяя фиксированных сумм на эти цели.

Отношения льготного предпринимательства включают широкий набор услуг, предлагаемых франчайзером оператору. Сюда включаются услуги, связанные с отбором, обучением и помощью оператору в открытии его предприятия; услуги, оказываемые на протяжении всей работы в рамках договора о льготном предпринимательстве.

В перечень регулярно предоставляемых услуг на финансируемом предприятии включается мониторинг и контроль, обучение персонала, административная поддержка, проведение исследований и разработок, изучение рынка, рекламу и продвижение товаров и услуг, обеспечение каналов общения.

Мониторинг и контроль необходим, поскольку они позволяют постоянно следить за работой франчайзи и своевременно выявлять тенденции, особенно неблагоприятные. Контроль осуществляется на основе информации, получаемой из отчетов и личных контактов.

Для оказания регулярной помощи предприятиям франчайзер должен иметь специалистов по каждой сфере деятельности: по менеджменту, бухгалтерскому учету, рекламе, маркетингу, связям с общественностью, контролю качества товаров, работе оборудования. Он должен иметь необходимые мощности и персонал для проведения исследований и разработок в области рынка товаров и услуг, развития си-стемы, рыночной стратегии, постоянно осваивать нововведения.

Франчайзинг как система льготного предпринимательства имеет широкое распространение в мире. В той или иной форме он существует более чем в 100 странах. Особенно широко он стал развиваться в 50-е годы. Самой "франчайзинговой" страной в мире являются США, где франчайзинг применяется при организации малого бизнеса в различных видах деятельности, в том числе на автомобильном транспорте в сфере продажи автомобилей и горюче-смазочных материалов и т.д. Такое широкое применение франчайзинг получил благодаря преимуществам, которые имеет каждая из сторон совместного предпринимательства.

Преимущества франчайзинга

1. Франчайзер имеет компактную организацию, в которой работает лишь несколько профессиональных менеджеров, специализирующихся в разных областях бизнеса. Он не занимается хозяйственными проблемами на уровне каждого отдельного предприятия, поэтому расходы на управление всей сетью дочерних предприятий сравнительно невысокие.

2. Франчайзер может иметь значительную прибыль, не подвергая свой капитал высокой степени риска. В этой связи финансовые институты охотно выдают ссуды под развитие франчайзинга.

3. Франчайзер использует ресурсы других предприятий, что способствует его быстрому развитию как в стране, так и на международном уровне.

4. Франчайзеру легче осваивать новые территории с помощью предприятий-франчайзи, которые хорошо знают местные условия и местные интересы.

5. Фирма, занимающаяся оптовыми продажами" у которой недогруженные склады и не полностью используются каналы сбыта, могут создать сеть предприятий-франчайзи по розничной торговле, обеспечивая таким образом дополнительные торговые точки для продажи своих товаров и более экономно используя свою материальную базу.

6. Крупная фирма со множеством торговых точек может получить дополнительный капитал и уменьшить

средствах, продав несколько или все эти предприятия и одновременно заключив с ним договор льготного предпринимательства на будущие операции.

Франчайзи тоже имеет преимущества в бизнесе, к которым можно отнести:

1. Отсутствие у предпринимателя знаний и опыта преодолевается благодаря программе обучения, проводимой франчайзером.

2. Предприниматель, владея собственным предприятием, имеет стимул получать постоянную поддержку головной фирмы.

3. В большинстве случаев франчайзи выигрывает, используя имидж и репутацию франчайзера.

4. Предпринимателю требуется меньше первоначального капитала благодаря помощи франчайзера. В частности, он пользуется услугами франчайзера, которые могут включать: приобретение оборудования, обучение персонала предприятия, выбор места расположения предприятия, проведение рекламы.

5. Франчайзи получает доступ к возможностям франчайзера и всей его сети в области закупок, снабжения, ведения переговоров.

6. Франчайзи может воспользоваться услугами персонала фирмы-франчайзера в случае возникновения каких-либо проблем.

7. Франчайзи может пользоваться результатами научных разработок франчайзера и программами его развития, направленными на то, чтобы усовершенствовать свой бизнес, а также обширной информацией, которая была бы недоступна предприятию, если бы оно не было частью системы франчайзинга.

8. Признание банками преимуществ в финансировании предприятий, работающих в системе льготного предпринимательства, делает кредит и его условия более доступными.

Несмотря на очевидные достоинства, франчайзинг пока не получил применения в России. В нашем законодательстве франчайзинг до сих пор отсутствует, что затрудняет его использование на практике. Поэтому повышение эффективности развития франчайзинга в России требует принятие федерального закона РФ "О франчайзинге в РФ", а также внести изменения в Гражданский кодекс РФ, который должен содержать положения, регулирующие использование франчайзинга в России, в Налоговый кодекс РФ и связанные с ним законы и подзаконные акты.

Принятие закона о франчайзинге и внесения соответствующих изменений в другие законы РФ позволяет создать благоприятные условия для его развития не только внутри страны. Он позволит создавать франчайзинговые системы с участием иностранного капитала, так как при заключении международных договоров франчайзинга стороны должны руководствоваться законодательством принимающей стороны. В настоящее время зарубежные предприятия-франчайзеры не могут предоставить свои права использования технологий под торговой марки и товарным знаком РФ. Общественно-российской нормативно-правовой базы, регулирующей франчайзинговые отношения, сдерживает становление малого предпринимательства и развитие его по технологиям зарубежных фирм, а также приток возможных инвестиций в экономику нашей страны.

На автомобильном транспорте имеются самые благоприятные возможности для применения франчайзинговой системы организации малого бизнеса как в сфере перевозок грузов и пассажиров, так и в сфере технического обслуживания и ремонта автотранспортных средств. Предприятия данной отрасли могут обеспечить высокую степень первоначального обслуживания клиента, что служит гарантией их успеха как участников системы льготного предпринимательства. Об этом свидетельствует опыт применения франчайзинга за рубежом. Так, в Великобритании ассоциация франчайзинга предлагает 46 типов предприятий, выполняющих разнообразные услуги, в том числе услуги по обслуживанию и ремонту автомобилей, обучению вождению автомобилей и т.д. [2].

Франчайзинг на автотранспорте может послужить основой для создания комплексных систем, выполняющих все виды работ. В качестве головного (франчайзера) может выступать как комплексное автотранспортное предприятие, выполняющее все виды услуг (транспортные и автосервисные), так и крупные станции технического обслуживания, выполняющие техническую подготовку подвижного состава (профилактические и ремонтные работы). В первом случае автотранспортное предприятие создает вокруг себя сеть небольших транспортных и сервисных предприятий. Во втором – СТО создает вокруг себя сеть малых автосервисных предприятий. Дочерние СТО (франчайзи), на наш взгляд, должны быть узкоспециализированными и выполнять отдельные виды работ по техническому обслуживанию и ремонту автотранспортных средств. Отношения между головным предприятием и сетью дочерних строятся на основе договора льготного предпринимательства с четким разделением обязанностей.

Создание франчайзинговых систем на автомобильном транспорте может осуществляться в двух вариантах. Первый вариант предусматривает заключение договора между действующим предприятием, зарекомендовавшим себя на рынке транспортных или автосервисных услуг, и вновь создаваемыми малыми предприятиями. Второй вариант предусматривает одновременное создание головного и дочерних предприятий, которые согласно бизнес-плану проектируются в рамках франчайзинговой системы. Более предпочтительным, на наш взгляд, представляется первый вариант, так как действующее предприятие, как правило, уже известное на рынке услуг, оно имеет хорошие финансовые возможности и может использовать их для оказания помощи начинающим предпринимателям. В результате, сокращаются сроки создания франчайзинговой системы.

При любом варианте создание франчайзинговой системы на автомобильном транспорте следует начинать с головного предприятия. Оно должно разработать концепцию системы, обязательно провести несколько пробных операций и только после этого создавать систему франчайзинга. Необходимы маркетинговые исследования, которые позволят установить схему размещения предприятий, набор функций, выполняемых каждым из них. На основе опыта пробных операций франчайзер должен подготовить рекомендации (положение) для дочерних предприятий. Положение должно быть достаточно полным и всесторонне излагать все отношений между головным и дочерними предприятиями.

Вопросы для самопроверки

1. Перечислите методы государственного регулирования предпринимательской деятельности и раскройте их сущность.

2. Приведите характеристику нормативно-правового обеспечения автосервисных услуг.
3. В чем заключается сущность сертификации автосервисных услуг и запасных частей?
4. Перечислите основные элементы инфраструктуры поддержки малого предпринимательства и каковы перспективы их развития?
5. Почему малые предприятия нуждаются в государственной поддержке?
6. В чем особенности микрофинансирования малых предприятий и индивидуальных предпринимателей?
7. Перечислите недостатки в организации малого бизнеса в России.
8. Что такое франчайзинговая система организации малого предпринимательства и каковы перспективы ее применения в сфере автосервисных услуг?
9. Почему франчайзинг называется льготным предпринимательством?

7. СЕРТИФИКАЦИЯ АВТОСЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

7.1. ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ СЕРТИФИКАЦИИ

В период развития рыночных отношений формируется новая система управления, включающая рыночные механизмы управления. Основным принципом развития рыночной экономики является постоянное расширение прав и ответственности субъектов хозяйствования (предприятий, предпринимателей) при минимальном государственном вмешательстве в хозяйственную деятельность. Одним из важнейших регуляторов хозяйственной деятельности, с одной стороны, является конкурентоспособность продукции (услуги); с другой стороны, регулирующее воздействие государственных органов, направленное на обеспечение безопасности продукции (процесса, услуги) для здоровья и жизни граждан, их имущества и окружающей природной среды.

Для нашей страны деятельность по сертификации стала крайне необходимой именно по этим причинам.

Госстандарт России осуществляет следующие основные функции:

- формирует и реализует государственную политику в области сертификации, устанавливает общие правила и рекомендации по проведению сертификации на территории Российской Федерации;
- проводит государственную регистрацию системы сертификации и знаков соответствия и ведет их государственный реестр;
- публикует официальную информацию о правилах сертификации о действующих системах сертификации и знаках соответствия.

Госстандарт России и другие государственные органы управления в пределах своей компетенции на основе общих правил и рекомендаций создают системы сертификации однородной продукции и в соответствии с этим выполняют следующие основные задачи:

- устанавливают правила и процедуры проведения сертификации в этих системах;
- осуществляют выбор схем сертификации;
- определяют органы систем сертификации при их необходимости;
- устанавливают правила аккредитации;
- аккредитуют органы по сертификации и испытательные лаборатории;
- ведут государственный реестр участников и объектов;
- устанавливают правила признания зарубежных сертификатов, знаков соответствия и результатов испытаний;
- осуществляют государственный контроль и надзор, устанавливают порядок инспекционного контроля за соблюдением правил сертификации и за сертифицированной продукцией:
- рассматривают апелляции по вопросам сертификации;
- представляют на государственную регистрацию в Госстандарт России системы сертификации и знаки соответствия.

Органы систем сертификации:

- организуют работы по формированию системы сертификации одной продукции и осуществляют руководство ею, координируют деятельность органов по сертификации и испытательных лабораторий, входящих в систему;
- разрабатывают предложения по номенклатуре продукции, сертифицируемой в системе;
- рассматривают апелляции по поводу действий органов по сертификации и испытательных лабораторий, входящих в систему;
- ведут учет органов по сертификации и испытательных лабораторий, входящих в систему, выданных (аннулированных) сертификатов, обеспечивают информацией о них, а также о правилах системы.

Органы по сертификации продукции (услуг):

- сертифицируют продукцию (услуги) по правилам сертификации, выдают сертификаты;
- осуществляют инспекционный контроль за сертифицированной продукцией (услугой);
- приостанавливают либо отменяют действие выданных им сертификатов;
- формируют и актуализируют фонд нормативных документов, необходимых для сертификации;
- предоставляют заявителю по его требованию необходимую информацию в пределах своей компетенции.
- Изготовители (продавцы, исполнители) продукции (услуги) при проведении сертификации:
- направляют заявку на проведение сертификации; в соответствии с правилами системы представляют продукцию (услуги), нормативную, техническую и другую документацию, необходимую для проведения сертификации;
- обеспечивают соответствие реализуемой продукции (услуги) требованиям нормативных документов, на соответствие которым она была сертифицирована;
- маркируют сертифицированную продукцию (услуги) знаком соответствия в порядке, установленном правилами сертификации;
- указывают в сопроводительной технической документации сведения о сертификации и нормативных документах, которым она должна соответствовать, обеспечивают доведение этой информации до потребителя;
- применяют сертификат и знак соответствия, руководствуясь законодательными актами Российской Федерации и правилами системы;
- обеспечивают беспрепятственное выполнение своих полномочий должностными лицами органов по сертификации продукции (услуг) и должностными лицами, осуществляющими контроль за сертифицированной продукцией (услугой);
- приостанавливают или прекращают реализацию продукции (выполнение работ, услуг), подлежащей обязательной сертификации, если она не отвечает требованиям нормативных документов, на соответствие которым она сертифицирована, по истечении срока действия сертификата, в случае приостановки его действия или отмены решением органа по сертификации;
- извещают орган по сертификации об изменениях, внесенных в техническую документацию и в технологический

процесс производства сертифицированной продукции (услуг), если эти изменения влияют на характеристики, проверяемые при сертификации.

Система добровольной сертификации. Ответственность за нарушение положений Федерального закона "О безопасности дорожного движения". Для сертификации услуг на автомобильном транспорте важным является Федеральный закон "О безопасности дорожного движения" (принят Государственной Думой РФ 15.11.1995, утвержден Президентом РФ 10.12.95).

Задачами настоящего Федерального закона являются: охрана жизни, здоровья и имущества граждан; защита их прав и законных интересов; защита интересов общества и государства путем предупреждения дорожно-транспортных происшествий, снижения тяжести их последствий.

Основными принципами обеспечения безопасности дорожного движения являются:

- приоритет жизни и здоровья граждан, участвующих в дорожном движении, над экономическими результатами хозяйственной деятельности;
- приоритет ответственности государства за обеспечение безопасности дорожного движения над ответственностью граждан, участвующих в дорожном движении;
- соблюдение интересов граждан, общества и государства при обеспечении безопасности дорожного движения.

В Законе регламентируются следующие моменты:

1. Основные направления обеспечения безопасности дорожного движения (в частности, "осуществление обязательной сертификации объектов, товаров и услуг транспорта и дорожного хозяйства; лицензирование деятельности, связанной с безопасностью дорожного движения").

2. Полномочия федеральных и региональных органов управления, органов местного самоуправления в области безопасности дорожного движения.

3. Лицензирование деятельности, связанной с безопасностью дорожного движения.

4. Программы обеспечения безопасности дорожного движения.

5. Основные требования по обеспечению безопасности дорожного движения, а именно:

- при проектировании, строительстве и реконструкции дорог;
- при ремонте и содержании дорог;
- при обустройстве дорог объектами сервиса;
- при ограничении или прекращении движения на дорогах;
- при изготовлении и реализации транспортных средств, их составных частей, предметов дополнительного оборудования, запасных частей и принадлежностей;
- при эксплуатации транспортных средств;
- при государственном техническом осмотре транспортных средств;
- к юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям при осуществлении деятельности, связанной с эксплуатацией транспортных средств;
- при техническом обслуживании и ремонте транспортных средств (п. 3 ст. 18 "Юридические лица и индивидуальные предприниматели, выполняющие работы и предоставляющие услуги по техническому обслуживанию и ремонту транспортных средств, обязаны иметь сертификат соответствия на выполнение этих работ и услуг и обеспечивать их проведение в соответствии с установленными нормами и правилами").

6. Основания и порядок запрещения эксплуатации транспортных средств.

7. Мероприятия по организации дорожного движения.

8. Медицинское обеспечение безопасности дорожного движения.

9. Права и обязанности участников дорожного движения.

10. Условия получения права на управление транспортными средствами.

11. Получение права на управление транспортными средствами, требования к подготовке водителей транспортного средства, обучение граждан правилам безопасности движения.

12. Государственный надзор и контроль в области безопасности дорожного движения.

Система сертификации на автомобильном транспорте находится в постоянном развитии. В настоящее время она представляет собой комплекс систем сертификации однородной продукции и услуг по различным направлениям деятельности.

Разработка и внедрение систем сертификации осуществляются по единообразным процедурам, учитывая наличие аналогичной международной системы, общности назначения технических характеристик или способа функционирования объекта, общности методов испытаний и области распространения нормативных документов.

Система по сертификации механических транспортных средств введена в действие с 01.05.1992, в новой редакции – с 31.03.1993. Система учитывает обязательства и требования, вытекающие из соглашения в Женеве (1987) и Венской конвенции о дорожном движении (1968).

Процесс сертификации механических транспортных средств может быть разбит на отдельные этапы, каждый из которых связан с проведением определенных видов деятельности по сертификации, в качестве которых могут быть:

- агрегаты, узлы, детали (т.е. составные части), которые предназначены для установки на новый автомобиль;
- отдельные свойства транспортного средства (например, эффективность тормозов);
- механическое транспортное средство в целом (по совокупности свойств, привносимых в него агрегатами, узлами, деталями).

Завершение каждого из указанных этапов может быть оформлено различными документами, удостоверяющими соответствие объекта установленным требованиям:

- для агрегата, узла, детали или по одному свойству сертификат соответствия;
- для механического транспортного средства в целом одобрение типа транспортного средства.

Тип транспортного средства – категория транспортных средств, характеризующаяся совокупностью одинаковых конструктивных признаков, зафиксированных в технических описаниях.

Одобрение типа транспортного средства – документ, подтверждающий в соответствии с установленной процедурой, что обеспечивается необходимая уверенность в том, что должным образом идентифицированное транспортное средство соответствует перечню технических требований, предъявляемых к типу транспортных средств.

Гаражное оборудование относится к продукции, опасной для обслуживающего персонала и окружающей среды.

Система сертификации нефтепродуктов предусматривает сертификацию широкой номенклатуры нефтепродуктов для всех отраслей народного хозяйства.

Система распространяется на:

– все виды моторных топлив (кроме ракетных, твердых и топлив для бытовых нужд, включая печное и осветительные, керосины);

– все виды моторных масел (авиационные, автотракторные, судовые, для бронетанковой техники);

– турбинные, компрессорные, трансмиссионные, гидравлические и холодильные смазочные масла;

– пластичные смазки;

– твердые смазочные материалы и специальные жидкости (тормозная, охлаждающая и др.);

– все присадки и препараты ко всем перечисленным выше продуктам.

Организация работ по направлениям деятельности осуществляется в соответствии с порядками:

– сертификации нефтепродуктов, спецжидкостей, присадок и препаратов;

– проведения приемочных испытаний;

– проведения квалификационных испытаний;

– допуска к производству и применению топлива смазочных материалов и спецжидкостей.

Система сертификации нефтепродуктов предусматривает как обязательную, так и добровольную сертификацию, проводимую по инициативе изготовителя, продавца или потребителя продукции. Номенклатура нефтепродуктов, подлежащих обязательной сертификации, устанавливается Госстандартом России.

7.2. СЕРТИФИКАЦИЯ АВТОСЕРВИСНЫХ УСЛУГ

Сертификация автосервисных услуг предусматривает выполнение следующих основных этапов:

1. Экспертиза заявки, представленной соискателем сертификата соответствия.

2. Принятие решения по результатам экспертизы.

3. Выбор схемы сертификации.

4. Проведение сертификационных испытаний (проверок) в соответствии с выбранной схемой сертификации.

5. Анализ полученных результатов и принятие решения о возможности выдачи сертификата соответствия.

6. Выдача сертификата соответствия и внесение сертифицированной услуги в Реестр Системы.

7. Осуществление инспекционного контроля за стабильностью соответствия характеристик сертифицированных услуг требованиям нормативной документации.

Для проведения обязательной или добровольной сертификации услуг Заявитель подает в ОСУ заявку на проведение работ по сертификации.

На основании положительного решения по заявке на проведение сертификации ОСУ и Заявитель заключают договор, в котором устанавливаются объемы, этапы, сроки и стоимость проведения работ. В случае отрицательных результатов экспертизы необходимо выполнение следующих мероприятий:

– если замечания устранимы, то Заявитель проводит работы по их устранению. В календарный план договора на проведение работ сертификации вносятся соответствующие изменения;

– если замечания неустраняемы, ОСУ в соответствии с договором прекращает работы по сертификации и выдает "Решение о невыдаче сертификата". Повторная процедура сертификации проводится для данного Заявителя на общих основаниях.

Проведение испытаний (проверок) для **сертификации**, предназначено для удостоверения соответствия выполненных (предоставленных) услуг требованиям нормативной документации и проводятся по утвержденным схемам.

Схема 1 применяется, как правило, для небольших предприятий (1 – 5 человек, занятых в сфере основного производства), в которых ответственность за качество и безопасность оказания услуг (выполнения работ) в полном объеме возлагается на непосредственных исполнителей услуг (работ) и определяется их мастерством.

"Оценка выполнения работ, оказания услуг" осуществляется посредством оценки мастерства исполнения работ и услуг.

Оценка мастерства исполнителя работ и услуг предусматривает проверку:

– соответствия квалификации, опыта работы и иных профессиональных характеристик конкретных работников исполнителей; требованиям, установленным в нормативных и технических документах, оформленных в установленном порядке документов, подтверждающих опыт работы и профессиональные характеристики конкретных работников исполнителя (трудовая книжка, диплом, производственная характеристика, свидетельство о присвоении разряда, удостоверение о прохождении специального обучения и т.п.);

– знаний работниками технологической и нормативной документации, метрологического обеспечения производства;

– навыков оказания услуги (выполнения работы), в том числе использования при этом технологического оборудования и оснастки.

При этом фиксируются установленные в результате проверок квалификационные, идентификационные и другие характеристики конкретных работников исполнителя (паспортные данные, сведения о квалификации, ответственность и т.п.), которые выступают в качестве условий действия сертификата соответствия. Помимо этого в состав условий могут входить: способы ремонта (технологии) или отдельные элементы технологического процесса; виды применяемого оборудования и средств измерения; марки (модели).

Схема 2 применяется, как правило, при сертификации небольших и средних предприятий (от 5 до 30 человек, занятых в сфере основного производства), имеющих двух-, трехуровневую структуру управления и распределения ответственности за

качество и безопасность оказания услуг (выполнения работ). Отдельные составляющие процесса могут иметь различных ответственных исполнителей. Процесс оказания услуг (выполнения работ) основан, как правило, на использовании технологических инструкций, маршрутных и операционных карт и т.п.

"Оценка выполнения работ, оказания услуг" осуществляется посредством оценки процесса выполнения работ, оказания услуг. В свою очередь оценка процесса выполнения работ, оказания услуг производится путем оценки возможностей исполнителя осуществлять конкретный процесс оказания услуги (выполнения работ) в соответствии с установленными требованиями.

Оценка процесса выполнения работ, оказания услуг предусматривает проверку:

- обеспеченности процесса нормативными и техническими документами;
- обеспеченности процесса необходимыми техническими средствами, оборудованием, оснасткой, средствами измерений (включая их поверку);
- соответствия квалификации, опыта работы и иных профессиональных характеристик персонала требованиям, установленным в нормативных и технических документах.

При этом в актах фиксируются основные параметры оцениваемого процесса выполнения работ, оказания услуг, которые являются условиями действия сертификата соответствия. В качестве параметров могут выступать: способы ремонта (технологии) или отдельные элементы технологического процесса; виды применяемого оборудования и средств измерений; марки (модели) автотранспортных средств; требования к квалификации, опыту работы, иным профессиональным характеристикам персонала и др.

Схема 3 применяется в большинстве случаев для крупных предприятий (с числом работников, занятых в сфере основного производства, более 30 человек), имеющих, как правило, многоуровневую структуру управления и распределения ответственности, использующих документально оформленные процессы оказания услуг (выполнения работ), а также располагающих организационно-техническими и кадровыми ресурсами для проектирования > корректирования) процесса оказания услуг.

Оценка выполнения работ, оказания услуг" осуществляется посредством анализа состояния производства.

Анализ состояния производства осуществляется путем оценки возможностей исполнителя стабильно проводить весь комплекс работ, связанных с оказанием услуги (выполнением работы) с учетом возможностей корректирования (проектирования) процесса оказания услуги (выполнения работы) или его отдельных элементов.

При этом оценивается:

- обеспеченность исполнителя должными процедурами, кадрами, способными осуществлять корректирование (проектирование) процесса оказания услуги (выполнения работы) или его отдельных элементов;
- процесс оказания услуг (выполнения работ) в соответствии с процедурами оценки процесса, осуществляемыми по схеме 2.

При сертификации по данной схеме за счет подтвержденных возможностей исполнителя корректировать (проектировать) параметры оказания услуг (выполнения работ). Ограничения на деятельность исполнителя в рамках сертификационных услуг, как правило, менее жесткие, чем при сертификации по схемам 1 и 2.

Перечень нормативной и технико-технологической документации, на соответствие которой будут проводиться испытания, и выбранная схема сертификации приводятся в Решении по заявке на проведение сертификации.

Для проведения сертификационных испытаний (проверок) ОСУ должно располагать рядом документированных процедур, а именно:

- порядком проведения испытаний результатов оказания услуги;
- порядком оценки производственного процесса исполнения услуги;
- порядком аттестации мастерства исполнителя услуги;
- порядком проведения инспекционного контроля.

Сертификационные испытания (проверки) проводятся в соответствии с указанными порядками и методиками проведения работ по конкретным схемам сертификации. Методики проведения сертификационных испытаний, проводимых по любой схеме сертификации, должны обеспечивать:

- однозначность излагаемых правил и требований;
- обоснованность методов и требований;
- воспроизводимость полученных результатов;
- полноту изложения правил проведения работ и методов проверок. Эти методики должны содержать:
 - ✓ область применения методики;
 - ✓ правила принятия решения о выдаче сертификата;
 - ✓ состав проверок при проведении инспекционного контроля и правила принятия решений по его результатам.

При проведении сертификационных испытаний (проверок) по техническому обслуживанию и ремонту (ТО и Р) автотранспортных средств комиссия использует технологическое и контрольно-измерительное оборудование заявителя. По результатам сертификационных испытаний (проверок) эксперты составляют официальные протоколы, которые хранятся в ОСУ не менее срока действия сертификата соответствия.

ОСУ проводит экспертизу всех материалов (протоколов, актов и других документов), предусмотренных схемами сертификации и соответствующими им порядками и методиками проведения сертификационных испытаний, в сроки, установленные договором, и принимает решение о выдаче сертификата соответствия.

При положительных результатах сертификации ОСУ оформляет сертификат соответствия с приложением, осуществляет регистрацию его в реестре Системы и выдает сертификат Заявителю.

При отрицательных результатах сертификационных проверок (испытаний), несоблюдении иных требований, предъявляемых к сертифицируемой услуге, или отказе заявителя от оплаты работ по сертификации ОСУ выдает Заявителю решение о невыдаче сертификата.

Срок действия сертификата соответствия ОСУ устанавливается с учетом срока действия нормативной и технико-технологической документации на сертифицированные услуги, но не более чем на три года. Заявитель (исполнитель услуги),

получивший сертификат в Системе сертификации услуг по ТОиР автотранспортных средств, имеет право маркировать свою документацию (сопроводительные документы, гарантийный талон, квитанции, ярлыки, абонементы, проспекты и т.п.) и вывески знаком соответствия. Процедура получения Заявителем сертификата соответствия в дополнительной области аналогична процедуре, приведенной выше.

Инспекционный контроль (ИК) за соблюдением требований к сертифицированным услугам может быть плановым и внеплановым. Плановый ПК осуществляется в период действия сертификата соответствия на услуги с целью подтверждения стабильности соответствия сертифицированной услуги требованиям соответствующей нормативной документации. Инспекционный контроль) проводится ОСУ, выдавшим сертификат. В ПК могут участвовать специалисты ЦОС, территориальных органов Госстандарта России, представители санитарно-эпидемиологических органов транспортной инспекции и общества потребителей.

При инспекционном контроле может быть использована информация обществ потребителей, органов санэпиднадзора, ГИБДД МВД Минэкологии РФ и др. Периодичность и объем проведения ИК определяются ОСУ и зависят от состояния стабильности процесса пре доставления сертифицированной услуги. В соответствии с документом "Система сертификации ГОСТ Р. Система сертификации услуг по техническому обслуживанию и ремонту автотранспортных средств" период проведения плановых инспекционных проверок проводимых ОСУ, должен быть не менее одного раза в год.

Основанием для проведения внепланового ИК за деятельностью обладателя сертификата соответствия служат:

- информация о несоблюдении Заявителем требований нормативных документов на предоставляемые услуги;
- претензии потребителей к качеству предоставляемых услуг.

Работы по ИК оплачиваются заявителем в соответствии с договором между ОСУ и Заявителем.

ОСУ приостанавливает или аннулирует действие сертификата соответствия:

- по результатам ИК в случае выявления нестабильности соответствия сертифицированной услуги требованиям соответствующей нормативной документации;
- при изменении нормативной и технико-технологической документации на услуги и методы испытаний, их результаты и невозможности устранения несоответствий;
- при нарушении условий договора.

При возникновении ситуации, способной повлечь аннулирование или приостановление действия сертификата, ОСУ уведомляет обладателя сертификата о выявленных противоречиях. В случае их неустранения ОСУ направляет уведомление о расторжении договора и изъятии сертификата соответствия. Срок между уведомлением и расторжением договора – не менее одного месяца. При наступлении даты расторжения договора обладателю сертификата направляется "Решение о прекращении действия сертификата соответствия" с одновременным уведомлением об этом регионального органа Госстандарта, Российской транспортной инспекции, ГИБДД и других органов государственного управления. В реестре сертификатов делается отметка об аннулировании сертификата соответствия. При очередном ежеквартальном отчете в органы Госстандарта РФ вносится соответствующая информация об этом.

ОСУ принимает решение о приостановлении действия сертификата соответствия в случае, если обладатель сертификата может в установленный срок устранить обнаруженные недостатки. В противном случае сертификат соответствия аннулируется. Аннулирование сертификата соответствия действует с момента исключения его из Реестра Системы. Повторная сертификация осуществляется в соответствии с настоящим Порядком. Заявитель, не согласный с действиями ОСУ на любом этапе процесса сертификации услуг, имеет право подать апелляцию в ЦОС в соответствии с порядком, установленным в документе "Система сертификации ГОСТ Р. Основные положения".

7.3. МЕТОДИКА СЕРТИФИКАЦИИ АВТОСЕРВИСНЫХ УСЛУГ

Методика сертификации услуг по техническому обслуживанию и ремонту автомобилей является регламентацией объектов и процедур проверки (аттестации) процесса предоставления услуг, системы качества и правил принятия решения.

Проверка процесса предоставления услуг по ТОиР автотранспортных средств и систем качества проводится с целью установления возможности и готовности производителя услуг предоставлять сертифицируемые услуги в соответствии с требованиями распространяющихся на них нормативных документов. При сертификации проверяются характеристики услуг (работ) и используются методы проверок, позволяющие:

- провести идентификацию услуги (работы), в том числе проверить ее принадлежность к классификационной группировке в соответствии с нормативными и техническими документами;
- полно и достоверно подтвердить соответствие услуги (работы) требованиям, направленным на обеспечение ее безопасности для жизни, здоровья и имущества потребителя, окружающей среды, установленным в нормативных документах, регламентирующих эту услугу (работу).

В результате проверки процесса предоставления услуг и систем качества устанавливается:

- наличие структурных подразделений, контролирующих и обеспечивающих стабильный уровень качества услуг;
- наличие нормативной и технико-технологической документации, устанавливающей требования к сертифицируемой услуге, наличие документально оформленной системы качества;
- наличие поверок и аттестации контрольного, измерительного и испытательного оборудования;
- состояние технологических операций, определяющих уровень сертифицируемых услуг;
- наличие процедур, обеспечивающих выявление причин несоответствия сертифицируемых услуг нормативным документам, и корректирующие воздействия, предупреждающие повторение несоответствий.

Проверка осуществляется комиссией, в которую могут быть включены аттестованные эксперты-аудиторы, кандидаты в эксперты, специалисты, компетентные в области технологии ТОиР автотранспортных средств, контроля качества и проверки сертифицируемой услуги, из числа сотрудников Органа по сертификации услуг. При необходимости в комиссию включают специалистов в определенных конкретных областях знаний. Для обеспечения объективности аттестации в состав

комиссии не могут включаться представители аттестуемого предприятия, а также сотрудники организаций, заинтересованных в аттестации процесса оказания услуг. В качестве консультантов по отдельным вопросам к участию в аттестации могут привлекаться специалисты, не аттестованные как эксперты-аудиторы.

Члены комиссии, осуществляющие проверку, имеют право:

- в установленном порядке беспрепятственно находиться на предприятии-заявителе для выполнения возложенных на них обязанностей;
- получать от предприятия исходные материалы для проведения экспертизы;
- требовать от руководства предприятия обеспечения условий, необходимых для проведения проверки процесса предоставления услуг, документально оформленной системы качества;
- выборочно проверять наличие сертификатов безопасности на применяемые при ТОиР детали, узлы и агрегаты автотранспортных средств;
- проводить сбор и анализ информации о качестве производимого технического обслуживания и ремонта автотранспортных средств;
- проверять деятельность службы стандартизации и метрологии предприятия;
- предлагать и давать указания по устранению обнаруженных недостатков.

Проверка процесса выполняется на основании положительного решения ОСУ по заявке на сертификацию и договора на проведение сертификационных работ. На основании оценки результатов анализа материалов комиссия формирует программу проверки, рабочую методику проверки процесса предоставления услуг.

Программа проверки должна содержать:

- цель и область проверки;
- список членов комиссии;
- дату и место проведения проверки;
- перечень ссылочных документов, на соответствие которым проверяется сертифицируемая услуга;
- наименование проверяемых элементов производственной системы;
- закрепление членов комиссии (экспертов-аудиторов, консультантов) по отдельным проверяемым структурным подразделениям предприятия;
- примерные сроки проведения каждого из основных мероприятий проверки;
- список организаций, которым предоставляются отчеты о проверке.

Проверка процесса предоставления услуги включает следующие процедуры:

- предварительное совещание;
- собственно проверка;
- заключительное совещание;
- отчет о проверке.

Предварительное совещание предусматривает представление членов комиссии руководству проверяемого предприятия, установление официальных взаимоотношений между членами комиссии и работниками проверяемого предприятия, ознакомление руководителей и работников предприятия, непосредственно занятых в процедуре сертификации, с основными ее моментами.

Собственно проверка состоит из следующих этапов:

- обследование;
- анализ фактического материала;
- подготовка предварительных выводов проверки для заключительного совещания.

Эксперты-аудиторы должны обеспечить четкое и конкретное документирование этих наблюдений и их подтверждение объективными данными. Анализ информации о качестве услуг, полученной в результате обследования предприятия, должен сравниваться с информацией на ту же тему, полученной из других источников, таких как материалы проверок территориальным органом Госстандарта РФ, региональными обществами потребителей и др.

Заключительное совещание проводится с целью представления руководству проверяемого предприятия результатов проверки процесса предоставления услуг, состояния производства. По результатам проверки составляется акт, который подписывается членами комиссии и представляется для ознакомления руководству предприятия.

По результатам проверки, если есть замечания, составляется "Перечень выявленных несоответствий и корректирующих мероприятий", который подписывается председателем комиссии ОСУ. При положительном решении выдается сертификат соответствия.

Основными целями проверки процесса предоставления услуг по ТОиР автотранспортных средств являются сбор и анализ фактического материала, необходимого для объективной оценки процесса предоставления сертифицируемых услуг. Собственно проверка состоит из сбора фактического материала по следующим пунктам:

1. Проверка наличия на предприятии-заявителе подразделения, ответственного за сертификацию услуг на всех этапах, ее предоставления и осуществляющего контроль за структурными подразделениями, обеспечивающими стабильный уровень характеристик сертифицируемых услуг, определяемых при испытаниях.

2. Проверка состояния и наличия документации на сертифицируемые виды услуг:

- нормативной (ГОСТ, ТУ);
- технико-технологической;
- методик, инструкций (руководств) по ремонту и эксплуатации автомобилей предприятий-изготовителей, регламентирующих методы контроля.

Все производственные участки и соответствующие службы должны быть обеспечены необходимой актуализированной документацией в соответствии с "Типовым перечнем основных нормативно-технических, организационных и технологических документов для предприятий по проведению ТОиР легковых автомобилей населения".

В ходе проверки состояния технологической документации устанавливаются:

- соответствие технологической документации на ТОиР автотранспортных средств нормам и требованиям;
- соответствие технологической документации требованиям ИСТД;
- наличие отметки о проведенном нормоконтроле.

3. Правила соблюдения технологической дисциплины. При проверке устанавливаются:

- наличие на рабочих местах технологических карт, инструкций, регулировочных данных на проводимые виды работ по ТОиР автомобилей;
- обеспеченность производственных участков оборудованием оснасткой в соответствии с Перечнем контрольно-испытательного, диагностического оборудования и средств измерений;
- наличие и соблюдение графиков планово-предупредительного ремонта технологического оборудования, оснастки;
- практическое выполнение непосредственным исполнителем услуг по ТОиР автотранспортных средств операций, регламентированных в технологических документах.

4. Проверка метрологического обеспечения производства (процесса оказания услуг).

Данная проверка осуществляется до начала проверки (испытаний) результатов оказания сертифицируемых услуг по ТОиР автотранспортных средств. При проверке устанавливаются:

- наличие ответственного по метрологии, обеспечивающего контроль за состоянием и применением средств измерений и контрольно-диагностического оборудования;
- наличие и ведение графиков государственной и ведомственной поверок средств измерения и контрольно-диагностического оборудования (СИиКДО), контроль за их выполнением;
- обеспеченность технологических процессов СИиКДО в соответствии с технологической документацией на ТОиР автотранспортных средств;

- соответствие применяемых СИиКДО по классу точности и пределам измерений;

- наличие действующих клейм, свидетельств, отметок в паспортах или аттестатах, удостоверяющих своевременность поверки или аттестации СИиКДО, отраженных в документе "Состояние средств измерений, испытательного и диагностического оборудования, выборочно взятых для контроля на предприятии-заявителе".

5. Проверка запасных частей и материалов используемых на предприятии-заявителе, при ТОиР автотранспортных средств. В ходе данной проверки устанавливается наличие паспортов, сертификатов или ярлыков на запасные части и материалы, выданных предприятиями-изготовителями подтверждающих их соответствие существующим требованиям.

6. Проверка качества основных организационных элементов процесса предоставления услуг. В ходе данной проверки устанавливается:

- соблюдение предприятием-заявителем правил и порядка предоставления заказчикам необходимой и достоверной информации о предприятии и оказываемых им услугах (в соответствии с законодательными актами и нормативными документами);
- соблюдение предприятием-заявителем установленного режима работы;
- соблюдение исполнителем сертифицируемых услуг сроков исполнения услуг, оговоренных в договорах (наряд-заказах) между исполнителем и заказчиком (потребителем) услуги;
- соблюдение установленных в нормативных документах правил приемки транспортных средств в ТОиР и выдачи обслуженных и отремонтированных транспортных средств заказчику;
- наличие претензий заказчиков к качеству исполненных услуг по сохранности и комплектности автомобилей, принятых на ТОиР.

7. Проверка соответствия автомобилей, прошедших ТО или ремонт, требованиям нормативной и технико-технологической документации на сертифицируемые услуги. Данная проверка осуществляется путем проведения оценки соответствия результатов оказания конкретного вида услуг требованиям нормативных документов на предприятии-заявителе с использованием технологического и контрольно-измерительного оборудования заявителя. Для проведения испытания отбирают автомобили, прошедшие IX) или Р и принятые службой, ответственной за обеспечение качества услуг. Результаты проверки оформляются протоколом испытаний.

Отчет о проверке – акт проверки процесса предоставления услуг по ТОиР автомобилей, акт отбора образцов и протоколы испытаний хранятся в ОСУ не менее срока действия сертификата соответствия.

Оплата проведения работ по этому этапу осуществляется предварительно и учитывается при составлении договора. Программа проверки в общем виде соответствует программе, изложенной выше и касающейся оценки процесса оказания услуг. Кроме этого в программе указывается:

- наименование проверяемых элементов производственной системы;
- закрепление экспертов-аудиторов, консультантов по отдельным элементам производства и по проверке отдельных структурных единиц предприятия-заявителя;
- примерные сроки проведения каждого из основных мероприятий проверки. Проверка состоит из сбора фактического материала путем:
 - изучения документов;
 - обследования условий и процессов предоставления услуг и мероприятий по обеспечению их качества в проверяемых элементах производства.

Все наблюдения, сделанные в ходе проверки, должны быть документированы.

Изучению и оценке подлежат следующие документы состояния производства:

- направления в области качества;
- руководство по качеству;
- программа качества;
- методики контроля за качеством оказываемых услуг;
- протоколы качества.

На основании результатов анализа фактического материала по проверке устанавливается соответствие (несоответствие)

производства проверяемого предприятия требованиям соответствующего Государственного или Международного (МС/ИСО 9001 – МС/ИСО 9004) стандарта и способности производственной системы обеспечивать стабильность процесса оказания услуг по ТОиР автомобилей.

Несоответствия должны быть определены в терминах конкретных требований стандарта или других относящихся к данному вопросу документов, в соответствии, с которыми проводилась проверка. Все наблюдения, свидетельствующие о несоответствиях, должны быть признаны проверяемым предприятием.

Вопросы для самопроверки

1. Назовите главные цели сертификации.
2. Основные задачи органов сертификации.
3. Что такое сертификат соответствия?
4. Главные этапы сертификации автосервисных услуг.

8. НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ СУБЪЕКТОВ АВТОСЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

8.1. ЕДИНЫЙ НАЛОГ НА ВМЕНЕННЫЙ ДОХОД

Налогообложение является одним из основных методов государственного регулирования экономики. Изменяя налоговую систему (вводя новые налоги и упраздняя старые; изменяя размеры налоговых ставок, порядок налогообложения и т.д.) государство имеет возможность создавать определенные экономические условия для развития страны, отдельных отраслей и видов деятельности предприятий.

Изменяя условия налогообложения, государство создает условия для селективного развития экономики, способствует решению актуальных для общества проблем. С помощью налогов, льгот и санкций государство может стимулировать инвестиционную активность, направленную на техническое перевооружение предприятий и отраслей, внедрение достижений науки и передового опыта в производство. Налоги выполняют не только регулируемую, но и распределительную функции. Распределительная (точнее перераспределительная) функция заключается в том, что часть доходов предприятий и граждан, поступающая в государственный бюджет в виде налогов, направляется на развитие производственной и социальной инфраструктур, а также капиталоемких отраслей с длительными сроками окупаемости затрат. И, наконец, за счет налогов содержится государственный аппарат, финансируется оборонный комплекс и непромышленная сфера (фундаментальная наука, образование, культура и т.д.). В этом заключается фискальная функция налогов.

Значительное влияние налоговые системы оказывают на развитие предпринимательской деятельности в стране. Они могут способствовать этому развитию или тормозить его.

Налоговые отчисления, проводимые субъектами предпринимательства, выступают одним из важнейших показателей, по которому судят об экономическом значении данного вида деятельности. Чем выше отчисления, тем больше значение предпринимательства, выше его эффективность.

Следует отметить, что в России налоговая система, адекватная требованиям рыночной экономики, пока не создана. Из-за несовершенства налогового законодательства эти системы пересматриваются очень часто (нередко по несколько раз в течение года), что затрудняет решение вопросов планирования и прогнозирования предпринимательской деятельности, увеличивает степень риска и заставляет предпринимателей "жить сегодняшним днем" укрывать налоги и нарушать тем самым налоговую дисциплину. В результате задерживается процесс развития предпринимательства в стране. Неудовлетворительно используются также стимулирующие функции налогов, что также тормозит развитие бизнеса.

Мы уже указывали о том, что основными субъектами предпринимательской деятельности в сфере автосервисных услуг как за рубежом, так и в нашей стране являются малые предприятия, насчитывающие не более 100 человек работающих и индивидуальные предприниматели.

Все субъекты автосервисной деятельности, относящиеся к категории малых согласно закону № 104-ФЗ от 24 июля 2002 г. "О внесении изменений и дополнений в часть вторую налогового кодекса Российской Федерации и некоторые другие акты законодательства РФ, а также о признании утратившими силу отдельных актов законодательства Российской Федерации о налогах и сборах", при налогообложении должны руководствоваться как федеральными, так и региональными законами и нормативными актами. В общем случае они могут уплачивать налоги по традиционной схеме налогообложения. В то же время они имеют право выбирать и применять другие способы налогообложения, руководствуясь региональными законами [12].

Субъекты малого бизнеса, осуществляющие свою деятельность в автосервисе, могут быть налогоплательщиками единого налога на вмененный доход.

Единый налог на вмененный доход вводится на территории каждого субъекта РФ региональными законами. Как организация, так и индивидуальные предприниматели должны платить налог на вмененный доход в том случае, если осуществляют свою деятельность на той территории, где этот налог введен.

Единый налог на вмененный доход заменяет такие налоги, как налог на прибыль организаций (для индивидуальных предпринимателей – налог на доход физических лиц), налог на добавленную стоимость, налог с продаж, налог на имущество предприятий, единый социальный налог. Остальные налоги подлежат уплате на общих основаниях. Кроме того, плательщики единого налога на вмененный доход должны перечислять и взносы на обязательное пенсионное страхование. Объектом налогообложения при переходе на оплату единого налога является вмененный доход на очередной календарный месяц, который определяется умножением базовой доходности единицы физического показателя и на повышающие (понижающие коэффициенты).

Под вмененным доходом понимается потенциально возможный валовый доход за вычетом потенциально необходимых затрат, рассчитываемый с учетом совокупности факторов, непосредственно влияющих на получение такого дохода. Для определения потенциального валового дохода и затрат используются данные статистических исследований, полученные в ходе налоговых проверок, оценки независимых экспертов.

Базовая доходность – это условная доходность в стоимостном выражении на ту или иную единицу физического показателя (единицу площади, численности работающих и т.д.), характеризующего определенный вид деятельности в сопоставимых условиях.

Базовая доходность корректируется с помощью коэффициентов (повышающих или понижающих), которые показывают степень влияния того или иного фактора (место деятельности, вид деятельности и др.) на эффективность предпринимательской деятельности.

Порядок расчета налога на вмененный доход одинаковый как для организаций, так и предпринимателей, причем налоговая база и ставка налога являются едиными на всей территории России. Налоговая ставка, в частности, составляет 15 %.

Величина вмененного дохода рассчитывается по итогам каждого месяца по формуле

$$ВД = БД \times П \times K_1 \times K_2 \times K_3, \quad (8.1)$$

где ВД – вмененный доход; БД – базовая доходность на единицу физического показателя; П – количество единиц физического показателя;
 K_1 – коэффициент, учитывающий кадастровую оценку земли по месту осуществления предпринимательской деятельности;
 K_2 – коэффициент, учитывающий сезонность, время работы и прочие особенности предпринимательской деятельности; K_3 – коэффициент-дефлятор, отражающий изменение цен на товары или услуги в России (значения данного коэффициента подлежат обязательному опубликованию).

Значение коэффициента K_1 рассчитывается по формуле

$$K_1 = \frac{1000 + K_{\text{оф}}}{1000 + K_{\text{ом}}}, \quad (8.2)$$

где $K_{\text{оф}}$ – кадастровая стоимость земли по листу осуществления предпринимательской деятельности; $K_{\text{ом}}$ – максимальная кадастровая стоимость земли для данного вида предпринимательской деятельности; 1000 – стоимостная оценка прочих факторов, оказывающих влияние на величину базовой доходности, приведенная к единице площади.

Значение корректирующего коэффициента K_2 определяется субъектами РФ на каждый календарный год и может быть установлено в пределах 0,1...1.

Для исчисления суммы единого налога от автосервисной деятельности используются физические показатели и базовая доходность, представленная в табл. 8.1.

8.1. Физические показатели и базовая доходность

Вид предпринимательской деятельности	Физические показатели	Базовая доходность в месяц, р.
Оказание автосервисных услуг	Количество работников, включая индивидуального предпринимателя	8000

Вмененный доход рассчитывается каждый месяц, а уплата налога с этого дохода производится по окончании квартала в размере 15 % от суммы вмененного дохода за три месяца. Срок уплаты единого налога на вмененный доход – не позднее 25 числа месяца, следующего за прошедшим кварталом. Если налогоплательщик ведет свою деятельность сразу в нескольких местах – на территории разных субъектов РФ, то налог следует уплачивать в бюджет каждого из этих регионов (при условии, что на территории региона указанный налог действует).

Документом, подтверждающим уплату налогоплательщиком единого налога на вмененный доход, является свидетельство, которое выдается на каждый вид деятельности, если предприятие или предприниматель ведут два и более видов деятельности, подпадающих под налогообложение единым налогом. Для обеспечения отдельного учета по различным видам деятельности общепроизводственные расходы распределяются пропорционально выручке от каждого вида деятельности в общей сумме выручки.

При выдаче свидетельства заполняется также второй экземпляр, который хранится в налоговом органе. Использование при осуществлении предпринимательской деятельности любых копий свидетельства (в том числе и нотариально удостоверенных) не допускается.

В свидетельстве указывается фамилия, имя, отчество индивидуального предпринимателя, вид (виды) осуществляемой им деятельности, место его нахождения, идентификационный номер, номера расчетных и иных счетов, открытых в учреждениях банков, размер вмененного ему дохода по каждому виду деятельности, сумма единого налога, натуральные показатели, характеризующие осуществляемую им предпринимательскую деятельность, показатели базовой доходности и значения повышающих (понижающих) коэффициентов, используемых при исчислении суммы единого налога.

Свидетельство выдается на период, за который индивидуальный предприниматель произвел оплату единого налога.

На свидетельство распространяются правила обращения с документами строгой отчетности, установленные действующим законодательством РФ.

Взимание отдельной платы при первичной подаче свидетельства не допускается. При утрате свидетельства оно возобновлению не подлежит и на оставшийся налоговый период индивидуальному предпринимателю выдается новое свидетельство с отметкой "взамен ранее утерянного". Плата за новое свидетельство составляет не более 20 % стоимости свидетельства на оставшийся налоговый период.

При повторной утрате свидетельства оно приобретает за 100 % стоимости на оставшийся налоговый период.

8.2. УПРОЩЕННАЯ СИСТЕМА НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ

Организации и индивидуальные предприниматели при упрощенной системе налогообложения, уплачивают единый налог, который рассчитывается как процент с выручки, либо с прибыли. Преимущество этого налога заключается в том, что он заменяет уплату основных налогов (налогов на прибыль, налога на добавленную стоимость, налога с продаж, налога на имущество организаций) и единого социального налога в том числе.

Использовать упрощенную систему могут как организации, так и индивидуальные предприниматели, осуществляющие свою деятельность в сфере автосервисных услуг. Для индивидуальных предпринимателей действует ограничение по численности наемных работников, которое не должно превышать 100 человек. У организаций, кроме ограничения по численности работников (не более 100 человек), доля уставного капитала, принадлежащий юридическим лицам (до 25 %). В последнем ограничении исключение сделано для организаций, уставной капитал которых состоит из вкладов общественных организаций инвалидов, при условии, что в таких организациях работает не менее

50 % инвалидов, а их доля в фонде оплаты труда – не менее 25 %. Последнее ограничение заключается в том, что у организации не должно быть филиалов и представительств.

Чтобы перейти на упрощенную ставку налогообложения, в налоговую инспекцию подается соответствующее заявление. Индивидуальный предприниматель подает такое заявление в налоговый орган по месту своего жительства, а организация – по месту своей регистрации. Только что созданные организации или вновь зарегистрированные предприниматели могут подать заявление о переходе на упрощенную систему вместе с заявлением о постановке на налоговый учет в течение 10 дней с момента регистрации.

Предприятия, перешедшие на упрощенную систему, освобождаются от уплаты налога на прибыль, на добавленную стоимость, налога с продаж, налога на имущество, единого социального налога. Индивидуальный предприниматель, перешедший на упрощенную систему, не должен платить налог на доходы физических лиц, НДС, ЕСН и налог с продаж. В то же время единый налог, подлежащий уплате в бюджет, может быть уменьшен на сумму пенсионных взносов, которые уплачиваются отдельно.

Налогоплательщики, перешедшие на упрощенную систему, ведут учет доходы и расходы в книге учета

соответственных операций. На основании этой книги рассчитывается сумма единого налога, подлежащий уплате.

Существует два способа расчета единого налога:

- с дохода (или валовой выручки);
- с дохода, уменьшенного на расходы (чистого дохода).

С валовой выручки налог рассчитывается по ставке 6 %, с чистого дохода – 15 %. При этом налогоплательщик самостоятельно выбирает способ расчета.

Отчетным периодом по оплате единого налога является квартал, а налоговым – год. Это означает, что налог нужно рассчитывать и уплачивать ежеквартально с доходов, полученных нарастающим итогом с начала года. В бюджет по итогам каждого квартала нужно уплачивать разницу между рассчитанным налогом и теми суммами, которые уже перечислены.

При расчете налога с чистого дохода из полученных доходов вычитаются материальные затраты на оплату труда, расходы по обязательному страхованию работников и имущества, на ремонт основных средств, на оплату услуг связи, амортизацию и др. Все расходы должны быть подтверждены документами и быть экономически обоснованными.

Сумма налога с чистого дохода не может быть меньше 1 % от полученных доходов (минимальный налог). Минимальный налог выплачивается в том случае, если сумма начисленного в общем порядке налога окажется меньше суммы минимального налога. Минимальный налог выплачивается и в том случае, если величина произведенных расходов превышает полученные доходы. На сумму убытка, который получен во время действия упрощенной системы, можно уменьшить облагаемую базу по единому пункту. Сделать это следует при расчете налога в целом за год, в котором получен убыток. Но первоначально налоговая база может быть уменьшена лишь на 30 %. Оставшаяся часть убытка равномерно учитывается при расчете единого налога в последующие 10 лет.

Сумма налога определяется по итогам налогового периода – календарного года. Но в течение года организации и индивидуальные предприниматели обязаны по итогам каждого отчетного периода (первого квартала, полугодия, 9 месяцев, год) перечислять авансовые платежи по налогу. Уплата должна производиться не позже 25-го числа месяца, следующего за кварталом. В этот же срок сдается декларация по авансовым платежам.

Окончательный расчет налога производится в декларации за год, которая представляется в налоговую инспекцию не позже 31 марта следующего года. Разница между суммой налога за год и квартальными авансовыми платежами перечисляют в бюджет не позже 31 марта следующего года.

Одним из главных достоинств упрощенной системы налогообложения является то, что вместо совокупности нескольких налогов выплачивается только один. Это существенно облегчает работу бухгалтеру и снижает налоговую нагрузку на предприятия, что для малого предпринимательства имеет важное значение. В то же время, если по каким-то причинам упрощенная система не устраивает налогоплательщика, он может отказаться от нее и перейти на обычную систему налогообложения.

В некоторых случаях возврат на обычную систему налогообложения должен быть обязательным. Такими случаями для предприятия могут быть:

- выручка за отчетный или налоговый период (квартал, полгода, 9 месяцев, год), рассчитанная нарастающим итогом, превысит 15 млн. р.
- стоимость амортизируемого имущества за отчетный или налоговый период превысит 100 млн. р.

Для индивидуального предпринимателя действует только одно ограничение – размер выручки.

Переход на общий режим налогообложения нужно с начала того квартала, в котором произошло превышение. О том, что произошло превышение лимита выручки или стоимости амортизируемого имущества, налогоплательщик должен уведомить налоговую инспекцию в течение 15 дней по окончании того квартала, в котором произошло превышение.

8.3. ЕДИНЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ НАЛОГ

В случае если организации и индивидуальные предприниматели, осуществляющие свою деятельность в сфере автосервисных услуг, применяют традиционную систему налогообложения, то они являются плательщиками единого социального налога.

Единый социальный налог (ЕСН) зачисляется в государственные внебюджетные фонды: Пенсионный фонд, фонд социального страхования и фонды обязательного медицинского страхования.

- средства, израсходованные на форменную одежду и обмундирование;
- выплата в пользу тех иностранных граждан, которые не вправе получать государственное пенсионное, социальное и медицинское обеспечение в Российской Федерации.

Следует иметь в виду, что в 2002 г. в Налоговый кодекс внесены уточнения, на что не нужно начислять ЕСН. В частности, не облагаются налогом выплата в пользу лиц, не связанных с работодателем ни трудовыми, ни гражданско-

правовыми, ни авторскими договорами (например, призы участникам розыгрышей и лотерей, выплаты в рамках благотворительной деятельности, стипендия студентам). Кроме того, ЕСН не исчисляется с выплат по лицензионным договорам, а также с любых выплат, которые не уменьшают облагаемую базу по налогу на прибыль (например, стоимость бесплатных обедов работников своего предприятия).

Индивидуальные предприниматели не начисляют ЕСН на суммы, уплаченные другим предпринимателям. Как и организации, они не обязаны платить ЕСН со следующих выплат:

- единовременная материальная помощь, оказанная работнику в связи со стихийным бедствием;
- платежи по обязательному страхованию работников;
- средства, израсходованные на форменную одежду и обмундирование;
- выплаты в пользу тех иностранных граждан, которые не вправе получать государственное пенсионное, социальное и медицинское обеспечение в Российской Федерации;
- вознаграждения, не предусмотренные трудовым договором;
- материальная помощь;
- оплата проезда до места работы и обратно;
- подбавка к пенсии.

Сумма ЕСН рассчитывается отдельно по каждому работнику. Для этого облагаемую базу работника (сумму выплат) умножают на ставку, имеющие регрессивную шкалу: чем больше облагаемая база, тем меньше ставка.

Единый социальный налог состоит из четырех частей. Первая часть зачисляется в федеральный бюджет, вторая – в фонд социального страхования РФ, третья и четвертая – соответственно в федеральный и территориальный фонд обязательного медицинского страхования. Предприниматель имеет право уменьшить на сумму страховых взносов, которые он перечислил за своих работников в Пенсионный фонд, часть налога направленная в федеральный бюджет.

Индивидуальные предприниматели могут уменьшить свои расходы на величину технических расходов, которые уменьшают налогооблагаемую ставку организации. Не облагается ЕСН выплата работникам в виде пособия (по временной нетрудоспособности, ухода за больным ребенком и др.), компенсации (связанные с увольнением работников, питанием и др.), страховые платежи по договорам добровольного личного страхования работников и др.

От уплаты ЕСН освобождают организации, уставной капитал которых полностью состоит из вкладов общественных организаций инвалидов, при условии, что: во-первых, среднесписочная численность инвалиды, которые работают в такой организации, будет не меньше 50 %; во-вторых, доля зарплаты инвалидов в фонде оплаты труда должна быть минимум 25 %. Это может применяться только в том случае, если выплата каждому работнику за год не превышает 100 тыс. р.

Использовать пониженные ставки налога можно лишь при условии, что одному работнику в среднем за месяц надо выплачивать не менее 2500 р. Использовать право на регрессивную шкалу можно только после того, как конкретному работнику выплачено уже более 100 тыс. р. В организациях с численностью более 30 человек при расчете средней суммы выплат на одного работника не учитывать суммы, выданные 10 % наиболее высокооплачиваемых работников. Если же трудятся менее 30 человек, то в расчет не включаются выплаты в пользу 30 % работников с наибольшими доходами.

При снижении средней суммы выплат на одного работника ниже установленного предела организация теряет право на регрессивную шкалу, поэтому налог пересчитывается исходя из максимальных ставок, приведенных в табл. 8.2.

Работодатели (организации и индивидуальные предприниматели) обязаны вносить авансовые платежи по единому социальному налогу ежемесячно. Размер авансового платежа, который рассчитывается путем уменьшения налоговой базы, начисления нарастающим итогом с начала года, на соответствующие налоговые ставки. Из полученной величины вычитается сумма авансовых платежей перечисленных за предыдущие отчетные периоды. Сумма налога должна перечисляться и уплачиваться отдельно в федеральный бюджет и отдельно в каждый фонд в соответствии с установленной процентной ставкой.

По итогам каждого квартала работодателям нужно рассчитать разницу между суммой налога, начисленной исходя из налоговой базы, которая рассчитана нарастающим итогом с начала года, и суммой фактически уплаченных авансовых платежей. Эту форму плателщик должны перечислить в срок представления расчета по авансовым платежам.

По окончании календарного года работодатели также должны подсчитать разницу между суммой налога, подлежащей уплате и суммами которые уже были перечислены в течение этого года. Выявленные недостатки должны быть погашены в кратчайший срок. Если же организация переплатила, то сумму переплаты можно зачесть в счет предоплаты платежей либо вернуть.

Авансовые платежи по ЕСН уплачиваются ежемесячно не позже 15 числа следующего месяца. Разница, выявленная по итогам календарного года, уплачивается до 15 апреля следующего года. Расчет по авансовым платежам составляется в трех экземплярах. Первый экземпляр остается в налоговой инспекции, второй – у налогоплательщика, третий – передается в территориальный орган Пенсионного фонда России. Налоговые декларации по ЕСН представляются по итогам года не позднее 30 марта следующего года. В фонд социального страхования России перечисляется разница между суммой ЕСН, которая начисляется в данный фонд, и суммой произведенных расходов по государственному социальному страхованию (по временной нетрудоспособности, по беременности и родам, уходу за ребенком и т.д.).

Помимо ЕСН работодатели должны уплачивать еще и страховые взносы по обязательному пенсионному страхованию. При этом сумму авансового платежа в федеральный бюджет, можно уменьшить на авансовый платеж по страховым выплатам в Пенсионный фонд России. Страховые взносы платежей с тех же выплат, что и ЕСН.

Страховой взнос состоит из двух частей. Первый используется для финансирования страховой части трудовой пенсии, второй – накопительной. Для тарифов по обязательному пенсионному страхованию установлена регрессивная шкала.

Расчет ЕСН с предпринимательских доходов производится в налоговой инспекции. За основу расчета принимается сумма авансовых платежей, которые индивидуальный предприниматель должен перечислять в течение года, при этом налогооблагаемая база уменьшается по соответствующей ставке. Налог направляется в федеральный бюджет, а также в федеральный и территориальный фонды обязательного медицинского страхования. В фонд социального страхования РФ

предприниматели социальный налог не уплачивают. Ставки, по которым исчисляется ЕСН с личных доходов индивидуального предпринимателя, приведены в табл. 8.3.

Единый социальный налог, который индивидуальный предприниматель должен уплатить за год, перечисляется в три этапа:

- за январь-июнь – не позднее 15 июля текущего года;
- за июль-сентябрь – не позднее 15 октября;
- октябрь-декабрь – не позднее 15 января следующего года.

При этом июньский платеж составляет половину, а октябрьский и январский платежи по 0,25 от годовой суммы единого социального налога.

По окончании года предприниматель должен рассчитать налог исходя из фактически полученного дохода. Разницу между суммой этого налога и авансовыми платежами он должен перечислить не позднее 15 июля следующего года или зачесть в счет будущих авансовых платежей с предпринимательского дохода.

8.3. Ставки единого социального налога для предпринимателей, не являющихся работодателями

Налоговая база на каждого отдельного работника нарастающим итогом с начала года, р.	ПФРФ	Фонды обязательного медицинского страхования РФ		Итого
		Федеральный	Территориальный	
До 100 000	19,2 %	0,2 %	3,4 %	22,8 %
От 100 001 до 300 000	19 200 р. + + 10,8 % с суммы, превышающей 100 000 р.	200 р. + 0,1 % с суммы, превышающей 100 000 р.	3400 р. + 1,9 % с суммы, превышающей 100 000 р.	22800 р. + + 12,8 % с суммы, превышающей 100 000 р.
От 300 001 до 600 000	40 800 р. + + 5,5 % с суммы, превышающей 300 000 р.	400 р.	7200 р. + 0,9 % с суммы, превышающей 300 000 р.	48 400 р. + + 6,4 % с суммы, превышающей 300 000 р.
Свыше 600 000	57 300 р. + + 2,0 % с суммы, превышающей 600 000 р.	400 р.	9900 р.	67 600 р. + + 2,0 % с суммы, превышающей 600 000 р.

Если индивидуальный предприниматель начинает осуществлять предпринимательскую деятельность после начала очередного налогового периода, он обязан в пятидневный срок по истечении месяца со дня начала осуществления деятельности представить в налоговый орган по месту постановки на учет декларацию с указанием сумм предполагаемого дохода за текущий налоговый период. Расчет сумм авансовых платежей на текущий налоговый период производится налоговым органом, исходя из суммы предполагаемого дохода с учетом расходов, связанных с его извлечением, и соответствующих ставок ЕСН.

Например, предполагаемый доход индивидуального предпринимателя за год составит 500 000 р. (указан в налоговой декларации за предыдущий год).

Налог, подлежащий уплате в каждый фонд составит, р.:

В ПФР – $40\,800 + ((500\,000 - 300\,000) \times 5,5\%) = 51\,800$.

В Федеральный фонд ОМС – 400 р.

В территориальный фонд ОМС, р.

$7200 + ((500\,000 - 300\,000) \times 0,9\%) = 9000$.

Авансовые платежи по периодам в каждый фонд ($\frac{1}{2}$, $\frac{1}{4}$ и $\frac{1}{4}$ годовой суммы авансовых платежей) составят, р.:

ПФР – $51\,800 = 25\,900 + 12\,950 + 12\,950$.

Федеральный фонд ОМС – $400 \text{ р.} = 200 + 100 + 100$.

Территориальный фонд ОМС – $9000 \text{ р.} = 4500 + 2250 + 2250$.

Всего налогоплательщиком должны быть уплачены не позднее 15.07, 15.10 и 15.01 следующего года следующие суммы авансовых платежей: за январь–июнь: $25\,900 + 200 + 4500 = 30\,600$.

(ПФР + ФФОМС + ТФОМС)

за июль–сентябрь: $12\,950 + 100 + 2250 = 15\,300 \text{ р.}$

(ПФР + ФФОМС + ТФОМС)

за октябрь–декабрь: $12\,950 + 100 + 2250 = 15\,300 \text{ р.}$

(ПФР + ФФОМС + ТФОМС)

Сумма авансовых платежей за год составит:

$30\,600 + 15\,300 + 15\,300 = 61\,200 \text{ р.}$

8.4. ТРАНСПОРТНЫЙ НАЛОГ

Выше указывалось, что станции технического обслуживания могут выполнять операции, не связанные с техническим обслуживанием и ремонтом автотранспортных средств (например, прокат легковых автомобилей). Кроме того, они могут осуществлять выездное техническое обслуживание и ремонт. И, наконец, последние годы почти все бывшие специализированные автотранспортные предприятия, располагающие хорошей ремонтной базой, используют ее в коммерческих целях, выполняя техническое обслуживание и ремонт автомобилей, принадлежащих сторонним автовладельцам (предприятиям различных отраслей, организациям и индивидуальным предпринимателям).

Во всех указанных случаях, предприятия (СТО и АТП) должны располагать собственными автотранспортными средствами (грузовыми и легковыми (грузовыми и легковыми)), поэтому они являются плательщиками транспортного налога.

Транспортный налог введен в практику с 1 января 2003 г. В соответствии с Федеральным законом № 110-ст. 3 "О внесении изменений и дополнений в часть вторую налогового кодекса РФ и некоторые другие акты законодательства Российской Федерации". Он заменил ранее действующие налоги: налог с владельцев транспортных средств и налог на имущество с физических лиц. Транспортный налог является региональным налогом, т.е. устанавливается и вводится решением законодательных (представительных) органов власти субъектов РФ. В частности, указанные органы могут устанавливать:

- ставку транспортного налога в пределах ставок, установленных главой 28 НК РФ;
- свой порядок и сроки уплаты налога;
- собственную форму отчетности по транспортному налогу;
- региональные налоговые льготы и основания для их использования налогоплательщиком.

Плательщиками транспортного налога являются организации и физические лица, являющиеся собственниками транспортных средств. Кроме того, плательщиками налога выступают организации или физические лица, имеющие право владения и распоряжения зарегистрированными транспортными средствами по доверенности.

В целях проведения налогового контроля все предприятия и индивидуальные предприниматели, владельцы автотранспортных средств, должны стать на налоговый учет в налоговую инспекцию по поводу исчисления и уплаты транспортного налога. Процедура постановки на учет зависит от категории налогоплательщика и одинакова для организаций и индивидуальных предпринимателей.

При постановке на учет по месту нахождения транспортных средств организация подает в налоговый орган заявление установленного образца.

Заявление заполняется в одном экземпляре и представляется в налоговый орган одновременно со свидетельством о постановке на учет в налоговом органе и копия документов, подтверждающих право собственности на транспортное средство.

В свою очередь, налоговые органы выдают организации уведомление о постановке на учет в налоговом органе.

Налогоплательщикам-организациям следует иметь в виду, что при приобретении в собственность транспортных средств необходимо становиться на налоговый учет по месту их нахождения только в том случае, когда место регистрации организации и место нахождения ее транспортных средств различны. Если же место фактического нахождения и регистрации приобретенного транспортного средства совпадает с местом нахождения организации, повторно вставать на налоговый учет не нужно.

Заявление о постановке на налоговый учет физического лица, осуществляющего деятельность без образования юридического лица, подается в налоговый орган по месту нахождения или по месту жительства в течение 10 дней после регистрации транспортного средства. При этом налоговые органы получают сведения из соответствующих органов о факте регистрации и ставят физическое лицо на учет с использованием ИНН, присвоенного в связи с постановкой на учет в качестве индивидуального предпринимателя.

Базовые ставки транспортного налога на автомобили устанавливаются на единицу мощности двигателя. Они

дифференцированы по типам автомобилей (легковые, грузовые, автобусы, мотоциклы и мотороллеры), табл. 8.4.

Базовые ставки могут быть увеличены или уменьшены законами субъектов РФ, но не более чем в пять раз.

Транспортный налог уплачивается один раз в год. При этом сумма налога исчисляется в отношении каждого автомобиля как произведение соответствующей налоговой базы (мощность двигателя) и налоговой ставки.

8.4. Базовые ставки транспортного налога

Наименование объекта налогообложения	Налоговая ставка, р.
Ставки, устанавливаемые с каждой лошадиной силы	
Автомобили легковые с мощностью двигателя:	
1. До 100 л. с. (до 73,55 кВт) включительно	5
2. Свыше 100 до 150 л. с. (свыше 73,55 до 110,33 кВт) включительно	7
3. Свыше 150 до 200 л. с. (свыше 110,33 до 147,1 кВт) включительно	10
4. Свыше 200 до 250 л. с. (свыше 147,1 до 183,9 кВт) включительно	15
5. Свыше 250 л. с. (свыше 183,9 кВт)	30
Мотоциклы и мотороллеры с мощностью двигателя:	
6. До 20 л. с. (до 14,7 кВт) включительно	2
7. Свыше 20 до 35 л. с. (свыше 14,7 до 25,74 кВт) включительно	4
8. Свыше 35 л. с. (свыше 25,74 кВт)	10
Автобусы с мощностью двигателя:	
9. До 200 л. с. (до 147,1 кВт) включительно	10
10. Свыше 200 л. с. (свыше 147,1 кВт)	20

Продолжение табл. 8.4

Наименование объекта налогообложения	Налоговая ставка, р.
Грузовые автомобили с мощностью двигателя:	
11. До 100 л. с. (до 73,55 кВт) включительно	5
12. Свыше 100 до 150 л. с. (свыше 73,55 до 110,33 кВт) включительно	8
13. Свыше 150 до 200 л. с. (свыше 110,33 до 147,1 кВт) включительно	10
14. Свыше 200 до 250 л. с. (свыше 147,1 до 183,9 кВт) включительно	13
15. Свыше 250 л. с. (свыше 183,9 кВт)	17
Другие транспортные средства:	
16. Другие самоходные транспортные средства, машины и механизмы на пневматическом и гусеничном ходу (с каждой лошадиной силы)	5
Снегоходы, мотосани с мощностью двигателя:	
17. До 50 л. с. (до 36,77 кВт) включительно	5
18. Свыше 50 л. с. (свыше 36,77 кВт)	10

Суммы налога, которые уплачивают организации и физические лица, имеющие в собственности легковые автомобили иностранного производства, приведены в табл. 8.5.

В случае регистрации автомобиля и (или) снятия его с учета годовая сумма транспортного налога корректируется с учетом коэффициента определяемого как отношение числа полных месяцев, в течение которых данный автомобиль был зарегистрирован на налогоплательщика, к числу календарных месяцев в налоговом периоде (календарный год). При этом месяц регистрации и месяц снятия автомобиля с учета принимается за полный месяц.

При установлении регионального налога законодательным (представительным) органам субъектов Российской Федерации предоставлено право предусматривать собственные налоговые льготы и основания для их использования налогоплательщиком.

Налогоплательщики-организации обязаны самостоятельно исчислять сумму транспортного налога в порядке, приведенном выше.

Обязанность по исчислению суммы транспортного налога, подлежащей уплате налогоплательщиками – физическими лицами, в том числе индивидуальными предпринимателями возложена на налоговые органы.

8.5. Годовая сумма транспортного налога

Наименование легкового автомобиля	Годовая сумма транспортного налога, р.		
	базовая	минимальная	максимальная
Автомобили с мощностью двигателя до 100 л. с. включительно (при базовой ставке налога 5 р. за лошадиную силу)			
1. ВАЗ-2108 – 64 л. с.	320	64	1600
2. Skoda Fabia 1.4 – 68 л. с.	340	68	1700
3. ВАЗ-21099 – 75 л.с.	375	75	1875
4. Nissan Almera 1.5 – 90 л. с.	450	90	2250
5. Ford Focus 1.6 – 100 л. с.	500	100	2500
Автомобили с мощностью двигателя от 100 до 150 л. с. включительно (при базовой ставке налога 7 р. за лошадиную силу)			
6. Mitsubishi Carisma 1.6 – 103 л. с.	721	144	3605
7. Toyota Corolla 1.6 – 110 л. с.	770	154	3850
8. Audi A4 2.0 – 131 л. с.	917	183	4585
9. Opel Omega 2.2 – 144 л. с.	1008	202	5040
10. Skoda Oktavia 1.8T – 150 л. с.	1050	210	5250

Автомобили с мощностью двигателя от 150 до 200 л. с. включительно
(при базовой ставке налога 10 р. за лошадиную силу)

11. Nissan Patrol 3.0 – 158 л. с.	1580	316	7900
12. Mazda Xedos 9 2.5 – 163 л. с.	1630	326	8150
13. Mercedes E240 2.6 – 177 л. с.	1770	354	8850
14. Saab 9-5 2.3 – 185 л. с.	1850	370	9250
15. Lexus RX-300 3.0 – 197 л. с.	1970	394	9850

Автомобили с мощностью двигателя от 200 до 250 л. с. включительно (при базовой ставке налога 15 р. за лошадиную силу)

16. Mitsubishi Pajero 3.5 – 202 л. с.	3030	606	15 150
17. Citroen C5 3.0 – 210 л. с.	3150	630	15 750
18. Mercedes S320L 3.2 – 224 л. с.	3360	672	16 800
19. Toyota Land Cruiser 4.7 – 235 л. с.	3525	705	17 625
20. Volvo S60 – 250 л. с.	3750	750	18 750

Автомобили с мощностью двигателя свыше 250 л. с.
(при базовой ставке налога 30 р. за лошадиную силу)

21. Ford Expedition 5.4 – 264 л. с.	7920	1584	39 600
22. Audi A8 4.2 – 310 л. с.	9300	1860	46 500
23. Mercedes ML AMG 5.5 – 347 л. с.	10410	2082	52 050
24. Mercedes S600L 6.0 – 367 л. с.	11010	2202	55 050
25. BMW Z8 Alpina 4.8 – 381 л. с.	11430	2286	57 150

Налогоплательщики-организации, самостоятельно исчисляющие сумму налога, причитающегося к уплате в бюджет, отражают полученные данные в налоговой декларации. На основании этой декларации и производится уплата налога в бюджет в сроки, установленные региональным законодательством.

Налогоплательщики – физические лица самостоятельно сумму налога, подлежащую уплате в бюджет, не исчисляют и, соответственно, никакие декларации в налоговый орган не представляют. Указанные лица уплачивают транспортный налог на основании уведомления, выдаваемого налоговым органом, в котором должны быть указаны размер налога, подлежащего уплате, расчет налоговой базы, а также срок уплаты налога, не позднее 30 дней до наступления срока платежа.

8.5. УЧЕТ И НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

Каждый индивидуальный предприниматель, выполняющий автосервисные услуги, обязан вести систематический учет получаемых доходов, расходов, связанных с их получением, а также всех совершаемых хозяйственных операций. Это позволяет, во-первых, иметь данные о налогооблагаемой базе, необходимой для определения налоговых отчислений, во-вторых, осуществлять текущий самоконтроль за финансовым состоянием бизнеса и вовремя принимать соответствующие мероприятия по устранению причин убыточной работы.

Учитывая важность и необходимость точного учета налогооблагаемой базы налоговая инспекция требует от каждого индивидуального предпринимателя при его постановке на налоговый учет специальной, предназначенной для указанных целей сброшюрованной книги учета доходов, расходов и хозяйственных операций.

В книге учета доходов и расходов указываются [17]:

- фамилия, имя, отчество, ИНН индивидуального предпринимателя;
- виды осуществляемой деятельности;
- место осуществления деятельности (адрес постоянного места жительства);
- лицензия на вид деятельности, когда, на какой срок и кем выдана;
- номера расчетных и иных счетов, открытых в учреждениях банков;
- наличие контрольно-кассовых машин, их номера;
- дополнительная информация о налогоплательщике.

Налоговый орган на первой странице книги учета доходов и расходов фиксирует регистрационный номер свидетельства о Государственной регистрации индивидуального предпринимателя, номер патента (если используется упрощенная форма налогообложения, учета и отчетности) и дату их выдачи, номер свидетельства об уплате единого налога на вмененный доход и другую информацию, необходимую для контроля.

На последней странице пронумерованной и прошнурованной индивидуальным предпринимателем книги учета доходов и расходов указывается число содержащихся в ней страниц, которое заверяется подписью должностного лица налогового органа и скрепляется печатью.

По истечении срока действия патента или свидетельства об уплате единого налога на вмененный доход по заявлению предпринимателя налоговый орган выдает патент на очередной (годовой) срок либо свидетельство на период, за который индивидуальный предприниматель произвел уплату единого налога с регистрацией новой книги учета доходов и расходов.

При осуществлении нескольких видов деятельности на основе свидетельства об уплате единого налога на вмененный доход, по патенту или по традиционной системе налогообложения учет доходов и расходов ведется отдельно по каждому виду деятельности. В этом случае индивидуальным предпринимателем ведется несколько книг учета доходов и расходов.

Следует иметь в виду, что книга учета доходов и расходов может вестись как на бумажных носителях, так и в электронном виде. При ведении книги учета доходов и расходов в электронном виде индивидуальные предприниматели обязаны по окончании налогового периода вывести ее на бумажные носители. При этом книга учета доходов и расходов также должна быть прошнурована, страницы в ней пронумерованы и т.д.

Индивидуальный предприниматель несет ответственность за полноту и своевременность отражения в книге учета доходов и расходов информации о своей хозяйственной деятельности. В доходной части книги отражается сумма выручки (валовой доход) от реализации товаров или услуг без учета расходов; в расходной части – только расходы.

Таким образом, чистый доход будет определяться как разница между выручкой от реализации товаров (работ, услуг) и документально подтвержденными расходами, связанными с получением этого дохода.

Выполнение хозяйственных операций, связанных с осуществлением предпринимательской деятельности, должны подтверждаться первичными документами, составленными по унифицированным формам (утвержденным государственным комитетом РФ по статистике). Если применяются документы, не соответствующие унифицированной форме, то они должны содержать следующие обязательные реквизиты, позволяющие проверить достоверность сведений, указанных в этих документах:

- 1) наименование документа;
- 2) дату составления документа;
- 3) наименование организации, от имени которых составлен документ, ее ИНН (для юридических лиц):
 - фамилия, имя, отчество, наименование и данные документа, удостоверяющего личность, адрес места жительства, ИНН, если он имеется (для физических лиц);
 - фамилия, имя, отчество, номер и дата выдачи документа о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя, ИНН (для индивидуального предпринимателя);
- 4) содержание хозяйственной операции с измерителями в натуральном и денежном выражении;
- 5) наименование должностей лиц, ответственных за совершение хозяйственных операции и правильность ее оформления (для юридических лиц);
- 6) личные подписи указанных лиц и их расшифровки, включая случаи создания документов с применением вычислительной техники.

При оформлении любой хозяйственной операции по приобретению товара, к накладной на отпуск товара или другому документу, в котором фиксируется отпуск товаров (товарный чек, счет-фактура, договор, торгово-закупочный акт), должен прилагаться документ, подтверждающий факт оплаты товара или услуги (кассовый чек, квитанция к приходному кассовому ордеру, платежное поручение) с отметкой банка об исполнении или документ строгой отчетности, свидетельствующий о фактически произведенных расходах.

Первичные учетные документы (за исключением кассового чека) должны быть подписаны индивидуальным предпринимателем. Они должны быть составлены в момент совершения хозяйственных операций, а если это не представляется возможным, – непосредственно по окончании операции.

Внесение исправлений в кассовые и банковские документы не допускается. В остальные первичные документы исправления могут вноситься лишь по согласованию с лицами, составившими и подписавшими документы, что должно быть подтверждено подписями тех же лиц с указанием даты внесения исправлений.

Общий порядок ведения книги учета доходов, расходов и хозяйственных операций индивидуальным предпринимателем установлен приказом Министерства финансов Российской Федерации по налогам и сборам от 21 марта 2001 г. Его можно взять за основу при учете предпринимательской деятельности в сфере транспортных услуг. Однако здесь имеются некоторые особенности, связанные с организацией выполнения услуг, формированием доходов и затрат. На эти особенности указывалось в главе 2 настоящего пособия. Их необходимо учитывать при проведении учета. В этой связи следует заметить, что вышеупомянутый порядок учета, утвержденный 21 марта 2001 г., предусматривает разработку иной формы книги учета с учетом конкретной специфики тех или иных видов деятельности, оставив в ней показатели, необходимые для исчисления налоговой базы, и (или), включив в нее иные показатели, связанные со спецификой, осуществляемой предпринимателем деятельности.

Форма книги Учета доходов и расходов индивидуального предпринимателя, осуществляющего свою деятельность в сфере автосервисных услуг, имеет следующий вид (табл. 8.6).

8.6. Книга учета доходов и расходов индивидуального предпринимателя, осуществляющего свою деятельность в сфере автосервисных услуг

Дата	Наименование услуг (работ)	Цена	Кол-во	Стоимость	Цена материалов	Стоимость материалов	Чистый доход

К материальным затратам на автомобильном транспорте относят затраты на горючее, смазочные материалы, запасные части, а также малоценные и быстроизнашивающиеся инструменты и хозяйственный инвентарь, со сроком службы менее года независимо от стоимости на дату приобретения или не более 100-кратного установленного законом размера минимальной месячной оплаты труда за единицу независимо от срока их службы.

Стоимость материальных ресурсов определяется исходя из цен их приобретения, норм расхода и включается в затраты того отчетного периода, в котором услуги были выполнены (реализованы).

Расходы материальных ресурсов, приобретенных в прок, учитываются в последующих периодах деятельности по мере выполнения услуг.

Кроме материальных затрат индивидуальный предприниматель должен учитывать амортизационные отчисления, затраты на оплату труда и прочие затраты.

Амортизационные отчисления – часть стоимости основных средств, включаемая в затраты в отчетном периоде. К основным средствам относятся здания, сооружения, передаточные устройства, транспортные средства, силовое и гаражное оборудование, вычислительная техника, инструменты и хозяйственный инвентарь, со сроком службы более года и стоимостью более 100-кратного увеличения минимального размера оплаты труда.

Начисление амортизации по основным средствам производится ежемесячно начиная с первого числа месяца, следующего за месяцем введения их в эксплуатацию, а по выбывшим основным средствам прекращается с первого числа месяца, следующего за выбытием.

Сумма амортизационных отчислений определяется по нормам, установленным в процентах от стоимости основных средств на один месяц эксплуатации.

Физические лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, могут применять ускоренную амортизацию основных производственных средств с отнесением затрат на транспортные услуги в размере, в два раза превышающим установленные нормы, а также списывать дополнительно как амортизационные отчисления до 50 % первоначальной стоимости основных средств со сроком службы более 3 лет.

Затраты на оплату труда определяются как сумма выплат гражданам вознаграждений по договорам гражданско-правового характера. Учет этих выплат ведется при помощи налоговой карточки, которую предприниматель обязан заполнить на каждое привлеченное к своей деятельности физическое лицо, отражая все показатели в полных рублях. В валовой совокупный годовой доход включаются все виды вознаграждений (в денежной и натуральной форме, в виде материальных выгод и льгот), в том числе те, по которым законом установлены налоговые льготы (материальная помощь, подарки и т.д.). Доходы, подлежащие обложению налогом, определяются суммированием всех вознаграждений, на которые не распространяются налоговые льготы, и суммы превышения размеров доходов, по которым предусмотрены налоговые скидки, над величиной этих скидок. По сути предприниматель должен относительно каждого привлеченного к своей деятельности физического лица произвести начисление и удержание подоходного налога, как это делают организации, имеющие в своем составе бухгалтерию. В обязанности предпринимателя входит также ежеквартальное представление налоговому органу по месту своего нахождения справок о выплаченных физическим лицам доходах по определенной форме и отчетов об итоговых суммах начисленных доходов, начисленных и удержанных налогов также по определенной форме.

В отчетах не должно быть никаких подчисток и помарок. В случае исправления ошибок делаются соответствующие оговорки, которые заверяются лицом, подписавшим отчет, с указанием даты исправления. Датой представления отчета считается день фактической передачи его по принадлежности, а в случае отправления почтой — дата отправления, указанная на штампе почтового предприятия.

Все показатели в отчете отражаются нарастающим итогом с начала отчетного календарного года в тысячах рублей. Срок представления отчета за квартал, полугодие и 9 месяцев – не позднее первого числа второго месяца, следующего за отчетным периодом, а за год – не позднее 1 апреля года, следующего за отчетным.

В общее количество налогоплательщиков – физических лиц включаются все лица, получившие в отчетном году доход, независимо от его размера. В общую сумму валового совокупного годового дохода включаются все доходы, полученные налогоплательщиком – физическим лицом у данного источника получения дохода. В общую сумму облагаемого совокупного годового дохода включаются доходы, с которых исчислен подоходный налог. При этом сумма облагаемых совокупных годовых доходов определяется как разность между валовым совокупным годовым доходом и установленными законодательством вычетами. В общую сумму налога включаются суммы начисленного налога, причитающегося к удержанию с облагаемого дохода, полученного в отчетном периоде:

- удержанного в отчетном периоде налога с доходов налогоплательщика – физического лица;
- заченного налога в связи с перерасчетом, произведенным в отчетном периоде;
- перечисленного за отчетный период налога в бюджет (строка 5.4).

В отчете отражается:

- сумма переходящего сальдо по состоянию на первое число января, апреля, июля, октября отчетного периода;
- сумма налога, начисленного физическим лицам, но не перечисленная в бюджет, т.е. задолженность бюджету, допущенная предпринимателем;
- отражаются количество налогоплательщиков и сумма задолженности по налогу за ними, имеющаяся в предыдущем периоде и погашенная в данном отчетном периоде.
- количество налогоплательщиков и сумма задолженности по налогу, оставшаяся к погашению на конец отчетного периода.

Основанием для составления отчета являются налоговые карточки.

Если при проведении встречных проверок достоверность выплата вознаграждений физическим лицам не подтвердится, то исключение их из налогооблагаемого дохода предпринимателя не производится.

Прочие затраты. К этой группе отнесены все остальные виды расходов, связанных с получением доходов. Сюда входят налоги, сборы, платежи, обязательные отчисления в государственные внебюджетные фонды, другие документально подтвержденные расходы, которые в соответствии с законодательством включаются в себестоимость продукции (работ, услуг):

- земельный налог и арендная плата за землю, если земельный участок необходим для осуществления предпринимательской деятельности и не предоставлен другим юридическим или физическим лицам;
- сбор за право торговли, установленный администрацией субъекта Российской Федерации по месту нахождения торговой точки;
- сбор за парковку автотранспорта;
- расходы на рекламу, включая налог на рекламу по ставке, превышающей 5 % от стоимости услуг;
- прочие налоги и сборы;
- обязательные отчисления в государственные внебюджетные фонды, предусмотренные законодательством Российской Федерации;
- расходы на уплату страховых взносов, а также расходы на:
 - изготовление печати, штампов;
 - приобретение канцелярских товаров, необходимых для деятельности и использованных в отчетном периоде;
 - открытие текущего счета, проведение операций по текущему счету, оплату чековой книжки;

- оплату процентов за пользование кредитов банков (за исключением ссуд для приобретения основных средств, нематериальных и других внеоборотных активов) в пределах учетной ставки Банка России, увеличенной на три пункта; расходы по уплате процентов, превышающих этот предел, а также по отсроченным и просроченным ссудам в затраты предпринимателей не принимаются;

- проведение всех видов ремонта основных средств, необходимых для осуществления деятельности (включаются в расходы того отчетного периода, в котором возникли);

- оплату услуг связи, относящихся к деятельности предпринимателя;

- приобретение нормативных документов, юридической литературы, газет, журналов, необходимых для осуществления деятельности;

- возмещение арендной платы за использование помещений под офисы (склады), транспортных средств, основных фондов и так далее;

- оплату пожарной и сторожевой охраны;

- транспортировку продукции (товаров);

- приобретение шин (у предпринимателей, осуществляющих транспортную деятельность);

- приобретение горюче-смазочных материалов, используемых в процессе транспортной деятельности (включаются в расходы в отчетном периоде, в котором были осуществлены);

- оплату работ по сертификации продукции.

Расходы предпринимателя по перечисленным платежам подтверждаются квитанциями об оплате, банковскими и другими платежными документами.

В составе малоценных и быстроизнашивающихся предметов учитываются предметы со сроком службы не более одного года независимо от их стоимости, а также предметы, стоимость которых на дату приобретения не превышает 100-кратного установленного законом размера минимальной месячной оплаты труда, независимо от срока их службы.

В расходы на оплату труда включаются любые выплаты наемных работников в денежной и натуральной формах.

По окончании налогового периода по данным учета определяется чистый доход предпринимателя (прибыль) как разность между суммой выручки, полученной в отчетном налоговом периоде (валовой доход), и суммой документально подтвержденных расходов. Рассчитанная таким образом прибыль является налогооблагаемой базой.

При расчете налогооблагаемой базы не учитываются (исключаются) следующие расходы:

- на личные нужды предпринимателя и его семьи, как не связанные с извлечением дохода;

- убытки;

- по оплате процентов по просроченным и отсроченным ссудам;

- судебные издержки и арбитражные расходы по делам, связанным с деятельностью предпринимателя;

- расходы по претензиям, связанным с деятельностью предпринимателя;

- расходы по претензиям юридических и физических лиц, в том числе связанные с деятельностью предпринимателя;

- представительские расходы;

- расходы по уплате налогов, лицензионных и иных сборов, которые не относятся на затраты по производству и реализации продукции.

Индивидуальные предприниматели, осуществляющие свою деятельность в сфере автосервисных услуг, являются плательщиками единого налога на вмененный доход и единого социального налога.

Единый социальный налог (ЕСН) зачисляется в государственные внебюджетные фонды: Пенсионный фонд, фонд социального страхования и фонды обязательного медицинского страхования.

В случае использования наемных работников индивидуальный предприниматель считается плательщиком ЕСН как работодатель (по начисляемым в пользу наемных работников выплатам) и как индивидуальный предприниматель (по доходам от предпринимательской деятельности за вычетом расходов, связанных с их извлечением). Индивидуальные предприниматели-работодатели определяют налоговую базу по каждому отдельному работнику с начала налогового периода по истечении каждого месяца нарастающим итогом.

Сумма ЕСН для индивидуальных предпринимателей-работодателей рассчитываются в соответствии со ставками налогообложения, приведенными в табл. 8.7.

Сумма ЕСН исчисляется и уплачивается индивидуальными предпринимателями-работодателями отдельно в отношении каждого фонда и определяется как соответствующая процентная доля налоговой базы.

По итогам отчетного года индивидуальный предприниматель-работодатель обязан произвести исчисления авансовых платежей по ЕСН, исходя из налоговой базы, исчисленной с начала календарного года, включая последний отчетный период, и соответствующей ставки ЕСН. Сумма авансового платежа по ЕСН, подлежащая уплате за отчетный период, определяется с учетом ранее уплаченных сумм авансовых платежей.

Уплата авансовых платежей производится ежемесячно в срок, установленный для получения средств в банке на оплату труда за истекший месяц, или в день перечисления денежных средств на оплату труда со счетов индивидуального предпринимателя на счета работников, или по поручению работников на счета третьих лиц, но не позднее 15-го числа месяца, следующего за отчетным.

Данные о суммах исчисленных и уплаченных авансовых платежей предприниматели-работодатели отражают в расчетах, представляемых в налоговый орган не позднее 20-го числа месяца, следующего за отчетным. Разница между суммами авансовых платежей, уплаченными за налоговый период, и суммой ЕСН, подлежащие уплате в соответствии с налоговой декларацией, подлежит уплате не позднее 15 дней со дня, установленного дня подачи налоговой декларации, либо зачету в счет предстоящих платежей по ЕСН или возврату предпринимателю.

Индивидуальные предприниматели-работодатели обязаны вести учет сумм, начисленных выплат и иных вознаграждений, а также сумм ЕСН, относящихся к таким выплатам по каждому физическому лицу. Не позднее 30 марта года, следующего за истекшим налоговым периодом все индивидуальные предприниматели-работодатели обязаны представить в налоговый орган налоговую декларацию по ЕСН.

Предпринимателям, не являющимся работодателями, расчет сумм авансовых платежей на текущий налоговый период производится налоговым органом, исходя из налоговой базы за предыдущий налоговый период и соответствующих ставок ЕСН (табл. 8.8).

Если индивидуальный предприниматель начинает осуществлять предпринимательскую деятельность после начала очередного налогового периода, он обязан в пятидневный срок по истечении месяца со дня начала осуществления деятельности представить в налоговый орган по месту постановки на учет декларацию с указанием сумм предполагаемого дохода за текущий налоговый период. Расчет сумм авансовых платежей на текущий налоговый период производится налоговым органом, исходя из суммы предполагаемого дохода с учетом расходов, связанных с его извлечением, и соответствующих ставок ЕСН.

Для индивидуальных предпринимателей, применяющих упрощенную систему налогообложения, объектом налогообложения является доход, определяемый исходя из стоимости патента.

Налог для данной категории плательщиков исчисляется налоговым органом с доходов, определяемых расчетным путем, исходя из стоимости патента с применением ставки налога на физических лиц.

При занятии гражданами одновременно несколькими видами предпринимательской деятельности патент должен быть оплачен отдельно по каждому виду деятельности с соответствующими размерами стоимости каждого из патентов.

Для индивидуальных предпринимателей, занимающихся одновременно несколькими видами деятельности и оплативших стоимость двух и более патентов, расчет налога производится от дохода, определенного расчетным путем, исходя из суммарной стоимости выданных им патентов.

Если индивидуальный предприниматель одновременно осуществляет различные виды деятельности как с применением упрощенной системы налогообложения, учета и отчетности, так и по ранее установленной системе налогообложения, уплата налога производится им также по совокупному доходу от всех видов деятельности в установленном порядке.

В случае если индивидуальный предприниматель начал применять упрощенную систему налогообложения с начала года, расчет налога производится, исходя из годовой стоимости патента.

Вместе с тем, если индивидуальный предприниматель начал применять упрощенную систему налогообложения со второго, третьего, четвертого квартала и уплатил стоимость патента за три (два, один) квартала, расчет налога производится, исходя из указанной в патенте его стоимости за три (два, один) квартала.

Отказ от применения упрощенной системы налогообложения, учета и отчетности и обратный переход (возврат) к принятой ранее системе налогообложения, учета и отчетности могут осуществляться субъектами малого предпринимательства с начала очередного календарного года при условии подачи соответствующего заявления в налоговый орган в срок не позднее чем за 15 дней до завершения календарного года.

В случае значительного (более чем на 50 %) увеличения дохода в налоговом периоде, налогоплательщик обязан (а в случае значительного уменьшения дохода – вправе) представить новую налоговую декларацию с указанием сумм предполагаемого дохода на текущий год. В этом случае налоговый орган производит перерасчет авансовых платежей на текущий год по не наступившим срокам уплаты не позднее пяти дней с момента подачи новой декларации.

Налогоплательщики, не являющиеся работодателями, представляют налоговую декларацию не позднее 30 апреля года, следующего за истекшим налоговым периодом.

Данные о суммах исчисленных и уплаченных авансовых платежей налогоплательщики представляют в налоговый орган не позднее 20 числа месяца, следующего за отчетным, по форме, утвержденной Министерством Российской Федерации по налогам и сборам.

Налогоплательщики, не являющиеся работодателями, представляют налоговую декларацию не позднее 30 апреля года, следующего за истекшим налоговым периодом.

Вопросы для самопроверки

1. Каково назначение налогов?
2. Дайте характеристику единого налога на вмененный доход и упрощенной системы налогообложения, применяемых на предприятиях автосервиса
3. Какие налоги заменяет единый социальный налог и каковы условия его применения?
4. Охарактеризуйте транспортный налог. Что является налогооблагаемой базой при применении транспортного налога?
5. В чем заключаются особенности учета и налогообложения индивидуальных предпринимателей, осуществляющих свою деятельность в сфере автосервисного обслуживания?

9. ЛИЗИНГОВЫЕ ОПЕРАЦИИ

9.1. СУЩНОСТЬ, ВИДЫ И ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ЛИЗИНГА НА АВТОСЕРВИСНОМ ПРЕДПРИЯТИИ

Существенным фактором, сдерживающим развитие сферы автосервисных услуг в стране, являются высокие цены на технологическое оборудование, применяемое на станциях технического обслуживания. Из-за недостатка финансовых ресурсов малые предприятия и индивидуальные предприниматели часто не могут приобрести это оборудование, хотя испытывают в нем большую потребность.

В этих условиях станции технического обслуживания могут воспользоваться арендой необходимого оборудования, которое в настоящее время широко применяется на практике. При этом договор аренды может быть составлен в двух вариантах:

- на условиях возврата оборудования, арендодателю без права выкупа (прил. 3);
- на условиях не возврата оборудования, арендодателю без права выкупа (прил. 4).

Одним из направлений решения указанной проблемы в современных условиях является применение лизинга, как формы инвестирования средств. Лизинг позволяет автосервисной фирме-арендатору сохранить финансовые средства, необходимые для своего функционирования и развития. Кроме того, он дает возможность уменьшить текущие производственные издержки и удешевить тем самым выполняемые услуги. В этой связи его можно рассматривать как способ финансовой поддержки субъектов предпринимательской деятельности. Это вид коммерческой деятельности, направленной на инвестирование собственных или привлечение финансовых средств, когда по договору лизинговая компания обязуется приобрести в собственность обусловленное договором имущество у определенного продавца и предоставить это имущество потребителю в аренду на определенный срок. Схема лизинговых операций представлена на рис. 9.1.

В зависимости от конкретных обстоятельств объектом лизинга может быть любое движимое и недвижимое имущество, относящиеся по действующей классификации к основным средствам. На практике в лизинг передается чаще всего различное технологическое оборудование с высокими темпами морального старения, дорогостоящие машины, станки, приборы, строительная техника, трактора, комбайны и т.д.

Субъектами лизинга являются три основных лица: лизингодатель, лизингополучатель, производитель (продавец) предмета лизинга.

Всем комплексом лизинговых услуг, как правило, занимаются специализированные компании, имеющие средства для инвестирования или коммерческие банки, имеющие соответствующую лицензию.

Опыт стран с рыночной экономикой подтверждает высокую эффективность применения лизинга для развития производства как у поставщика, так и у потребителя техники. Поставщику, в качестве которого выступает завод-изготовитель, он дает возможность загрузить технологическое оборудование, рационально использовать рабочую силу, не допустить резкого снижения объема выпускаемой продукции. У потребителя техники появляются возможности ее обновления, что позволяет ему в полной мере использовать достижения научно-технического прогресса. Приобретение техники по лизингу для него естественно обойдется дороже, чем прямая закупка, поскольку между

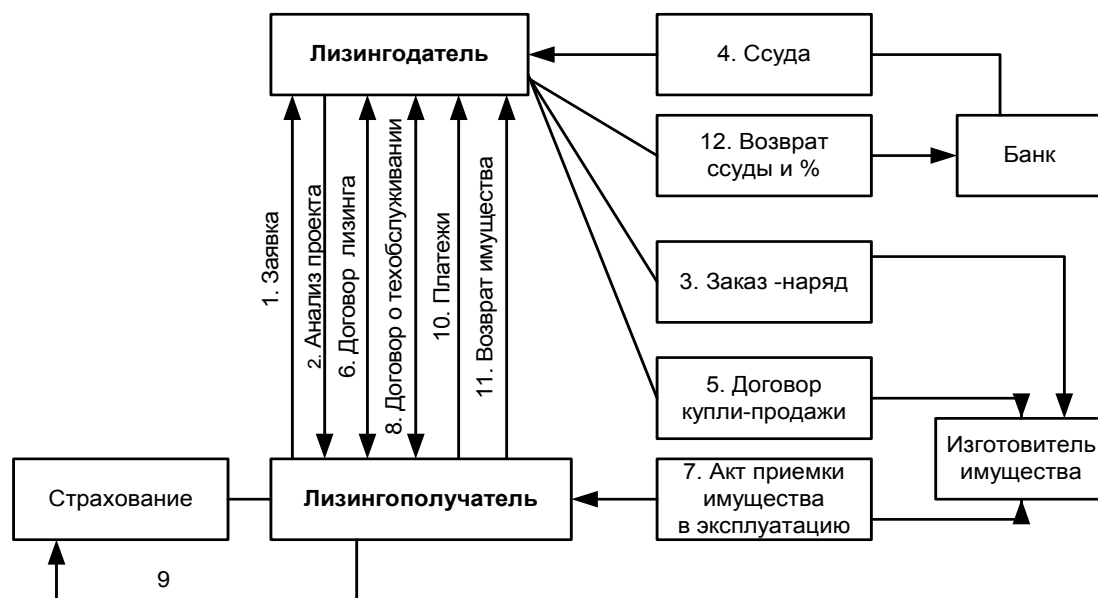


Рис. 9.1. Организация лизинговых операций

ним и поставщиком находится финансовый посредник – лизинговая компания, работающая на условиях коммерческого расчета. Дополнительные затраты должны компенсироваться эффектом, получаемым в процессе эксплуатации техники, а также за счет инвестирования временно невостребованных средств на другие нужды. Кроме того, потребитель получает возможность на одну и ту же сумму приобрести больше оборудования.

Конечно, потребитель может сам обратиться в банк и получить кредит на тех же условиях. Однако, банки в настоящее время предпочитают не давать прямые долгосрочные кредиты, или выдают под максимальные проценты, что отрицательно сказывается на эффективности производства потребителя.

Разумеется, для последнего выгодней, когда лизинговая компания покупает технику, не прибегая к кредитам банка. В этом случае лизинговая плата уменьшается на величину процента за кредит. Однако, в силу неразвитости лизинговых услуг, отсутствия достаточных собственных средств, недостаточной государственной поддержки лизинговые компании не могут обойтись без привлечения кредитных ресурсов при покупке техники, что сужает привлекательность лизинга у ее потребителей. Таким образом широкое применение лизинга, особенно финансового, возможно лишь в условиях поступательно развивающейся экономики.

Оценка преимуществ лизинга по сравнению с другими способами инвестирования средств может быть произведена с учетом индивидуальных особенностей каждого проекта в отдельности, с учетом вида лизинга, обязанностей между лизингодателем и лизинговой компанией по техническому обслуживанию и ремонту техники и других факторов. Ниже приводится пример расчета эффективности лизинга техники на основе сравнения с кредитным способом инвестирования средств.

Норма чистой прибыли от эксплуатации техники в предпринимательских целях принята равной 11 %, срок аренды – 7 лет, первоначальная стоимость объекта – 110 тыс. р.

Возврат демпинговых средств за аренду техники в абсолютной величине определяется на основании расчетной величины процента возврата:

$$D_{вз} = 0,5H_a (1 + R) T_{ар} K_n, \quad (9.1)$$

где H_a – норма амортизации с учетом доли R на поддержание переданной в аренду техники в работоспособном состоянии (в нашем случае

$R = 0,5H_a$); $T_{ар}$ – расчетный год периода аренды;

Цена лизингового контракта

$$C_n = 110 \text{ млн. р.} \cdot 1,8396 = 202,356 \text{ млн. р.}$$

Норма чистой прибыли = 0,11.

$110 \cdot 0,11 = 12,1$ млн. р. – чистый доход арендодателя за год.

$12,1 \cdot 7 = 84,7$ тыс. р. – чистый доход арендодателя за 7 лет.

$202,356 - 84,7 = 117,656$ тыс. р. – расходы арендодателя за 7 лет.

Чистый доход (ЧД)

$$\text{ЧД} = (C_n - C_{расх.}) : T_{ар} - (202,356 - 117,656) \cdot 7 = 12,1 \text{ тыс. р. в год}$$

Потребность в капитальных вложениях на приобретение в собственность данного автомобиля с учетом процента за кредит для арендатора:

$$C_{кред} = Y_n [(1 + D)^{T_{ар}} + H_a T_{ар}], \quad (9.2)$$

D – годовая процентная ставка за кредит в долях единицы (= 10 %, т.е. 0,1)

$C_{кред} = 110[(1 + 0,1)^7 + 0,073 \cdot 7] = 270,568$ тыс. р.

Сумма кредита превышает стоимость лизингового контракта:

$$\Delta = 270,568 - 202,356 = 68,212.$$

Таким образом, лизинг автомобиля арендатору экономически выгоден (см. табл. 9.1).

Для предприятий и предпринимателей, ведущих свою деятельность на коммерческой основе, приобретение техники по лизингу в общем случае экономически целесообразно в случае выполнения следующего условия

$$\frac{\Pi - Л_n}{\Phi} \geq n, \quad (9.3)$$

где Π – сумма годовой прибыли, получаемая за счет лизинга, р.; $Л_n$ – лизинговая плата за год, р.; Φ – балансовая стоимость имущества, приобретенного по лизингу, р.; n – норма дохода на капитал, достаточная для арендатора.

9.1. Расчет эффективности лизинга для потребителя техники

Год аренды	Сумма годовых взносов арендатора			Расход арендодателя		
	Баз налога на имущество	Налог на имущество (20 %)	Общая сумма	Затраты на восстановление и ремонт	Налог на имущество (20 %)	Общая сумма расхода
1	42,1575	8,4315	50,589	14,007	2,801	16,808
2	36,135	7,227	43,362	14,007	— // —	— // —
3	30,1125	6,0225	36,135	— // —	— // —	— // —
4	24,09	4,818	28,908	— // —	— // —	— // —
5	18,0675	3,6135	21,681	— // —	— // —	— // —
6	12,045	2,409	14,454	14,006	2,802	— // —
7	6,0225	1,2045	7,227	14,006	2,802	— // —
Итого	168,63	33,726	202,356	98,047	19,609	117,656

Эффективность применения лизинга новой техники увеличивается по мере "старения" имеющейся у потребителя, что доказано нами в работе [2].

Выполненные авторами расчеты позволяют сделать важный вывод о том, что при фиксированной лизинговой плате эффективность лизинга (аренды) техники для ее потребителя возрастает также при увеличении срока договора аренды и при активном использовании взятой в аренду техники потребителем.

Наибольшее распространение в России при этом получил финансовый лизинг, предусматривающий сдачу в аренду техники на длительный срок и полное возмещение ее стоимости за период использования. Образец договора финансового лизинга приведен в прил. 3.

Анализ показывает, что лизинговые компании создаются: как дочерние компании крупных банков, в том числе Сбербанк России; по отраслевому или производственному признаку, при участии государственных и муниципальных органов управления и т.д. Отраслевые лизинговые компании ориентируются на обслуживание предприятий определенной отрасли. Например, лизинговая компания "Лукойл-лизинг" создана для обслуживания предприятий нефтяной промышленности, в том числе автозаправочных станций, являющихся участниками рынка автосервисных услуг.

Поскольку лизинг в условиях рыночной экономики, как способ инвестирования средств, создает благоприятные условия для функционирования и развития общественного производства, он пользуется государственной поддержкой во всех развитых странах мира. Особенно широко при этом применяются налоговые льготы для всех участников лизинговых операций. Государство заинтересовано в широком применении лизинга еще и потому, что он способствует увеличению притока частных инвестиций в экономику, развитию малых форм хозяйствования и т.д.

9.2. МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЛИЗИНГ МАШИН И ОБОРУДОВАНИЯ

Автотранспортные предприятия и станции технического обслуживания России при проведении инвестиционной политики, связанной с обновлением транспортных машин и оборудования, в настоящее время могут приобрести их по международному лизингу за рубежом.

Международный лизинг характеризуется тем, что его участники (лизинговая компания, арендатор, поставщик) могут находиться в разных странах. В рамках международного лизинга выделяют прямой зарубежный лизинг, т.е. арендная сделка между юридическими лицами различных стран, и косвенный зарубежный лизинг, при котором арендатор и арендодатель являются юридическими лицами одной страны, но капитал последнего частично принадлежит иностранным фирмам.

Прямой зарубежный лизинг подразделяется на сделки, в которых:

- лизинговая компания покупает оборудование у национальной фирмы, а затем предоставляет его за границу арендатору (экспортный лизинг);
- арендодатель покупает оборудование у иностранной фирмы, а затем предоставляет его отечественному арендатору.

Основная часть мирового рынка лизинговых услуг сконцентрирована в "треугольнике" США–Западная Европа–Япония. В Западной Европе в роли арендодателей выступают, как правило, специализированные лизинговые компании. В 75...80 % случаев лизинговые компании контролируются банками или являются их дочерними обществами. В остальных, как правило, крупными обществами, либо крупными промышленными компаниями, являющимися известными на мировом рынке поставщиками. В США основная часть арендодателей состоит из крупнейших промышленных концернов и их специализированных компаний. В Японии развитие арендных операций характерно тем, что лизинговые компании не ограничиваются финансированием услуг, связанных с арендой. Японские арендодатели пошли по пути предоставления "пакета услуг", который может включать комбинацию купли-продажи, лизинга и займов. Такие услуги получили название комплексного лизинга.

Международный лизинг имеет несколько разновидностей, в частности:

- лизинговая компания заключает договор непосредственно с зарубежным арендатором;
- лизинговая компания заключает договор с зарубежным партнером через дочернюю компанию за рубежом;
- договор может заключаться через посредника, т.е. лизинговый контракт с арендатором заключается зарубежной лизинговой компанией через лизинговую компанию страны арендатора. Взаимоотношения лизинговых компаний могут быть как в виде комиссионных вознаграждений или участия в прибыли.

Взаимоотношения договаривающихся сторон в лизинговом контракте регулируются следующими документами:

1. Договор купли-продажи (между лизинговой компанией и изготовителем на приобретение оборудования, где изготовитель – продавец, а лизинговая компания – покупатель);
2. Договор лизинга (между лизинговой компанией и пользователем, в силу которого первая передает второму во временное пользование оборудование, купленное у изготовителя специально для этой цели).

В контрактах предусматриваются различные варианты дальнейшего использования предмета лизинга (полная или частичная оплата лизингового имущества).

1. Выбор предмета лизинга. Как правило, стороны договариваются, что арендатор поручает лизинговой компании приобрести предмет лизинга, который соответствует представлениям арендатора, однако при этом последний должен четко заявить, что предмет лизинга и поставщик выбраны или без участия лизинговой компании и с учетом его индивидуальных потребностей.

2. Детальное описание предмета лизинга. Предмет лизинга должен быть настолько точно описан, чтобы во время и по истечении срока контракта он мог бы быть определен, т.е. обязательны указания точного наименования товара, типовое обозначение, принадлежности и пр.

3. Местонахождение объекта лизинга – должно быть четко определено в лизинговом контракте; смена местонахождения требует письменного согласия со стороны лизинговой компании.

4. Точное указание срока аренды, во время которого контракт не может быть расторгнут, – это время составляет 40...90 % обычного срока использования автотранспортных средств, определенного требованиями его эксплуатации.

5. Просроченная поставка или непоставка. Ответственность лизинговой компании за невозможность осуществления поставки или несвоевременную поставку отсутствует. Это обстоятельство связано с тем, что обычно поставщика находит арендатор.

6. Опасность невыполнения стороной договора финансовых и имущественных обязательств контракта. В лизинговых контрактах, как правило, оговаривается ответственность арендатора за невыполнение финансовых и имущественных обязательств в отношении предмета лизинга. Конкретно это выражается следующим образом:

- доставка лизингового имущества осуществляется за счет арендатора и риск, связанный с этим, несет он же;
- арендатор отвечает за случайную гибель, утерю, порчу имущества, а также за арест, наложенный на данное имущество;
- арендатор отвечает за преждевременный износ арендованного имущества;
- арендатор обязан содержать в исправном состоянии арендуемое оборудование за свой счет, проводить необходимые ремонтные работы, тем самым арендатор освобождает лизинговую компанию от риска, обусловленного возложенной на него ответственностью.

7. Охрана прав собственности арендодателя. Арендатор не имеет права распоряжаться лизинговым имуществом. Кроме того, ему запрещается перемещать лизинговое имущество с установленного в контракте места.

8. Регулирование гарантийных претензий. Как правило, арендатор, беря в пользование предмет лизинга, устанавливает соответствует ли товар, договор на поставку которого он заключает с поставщиком, заявленному качеству.

9. Постгарантийная ответственность. Неполадки, которые появились по истечении гарантийного срока, устанавливаются арендатором.

10. Эксплуатация, техническое обслуживание и содержание в исправном состоянии. Ответственность лежит на арендаторе, т.е. расходы, связанные с эксплуатацией и содержанием в исправном состоянии арендуемого имущества, осуществляются за счет арендатора. В некоторых случаях арендодатель берет на себя ответственность по техническому обслуживанию и уходу за лизинговым оборудованием.

11. Страхование лизингового имущества. Обычно страхование осуществляется за счет средств арендатора, поскольку принятие арендодателем на себя обязательств по страхованию влечет за собой увеличение расходов и связанное с этим – возращание оплаты за лизинг.

12. Определение лизинговых платежей. Оплата лизинга чаще всего согласовывается сторонами сразу на весь срок действия контракта. Как правило, платежи рассчитываются линейно. На более крупные предметы лизинга нередко устанавливаются заниженные цены. Часто используются различные виды скидок к контракту или, наоборот, устанавливается повышенная цена на имущество, сдаваемое в аренду.

13. Просрочка платежей со стороны арендатора. Если предприятие просрочит платежи или исполнение других обязательств по контракту, то арендодатель имеет право до истечения срока контракта расторгнуть договор.

При определении целесообразности лизинговых операций основополагающим моментом является размер арендной платы.

Выплата арендной платы осуществляется в период действия лизингового соглашения, как правило, равными долями и состоит из стоимости и лизинговой ставки. В свою очередь, последняя включает в себя:

- 1) заемную ставку банка, т.е. банковский процент за кредит, предоставляемый арендодателю обычно или конкретно для этой сделки;
- 2) сумму накладных расходов арендодателя по этой сделке;
- 3) размер закладываемой прибыли.

Форма арендной платы, ее величина зависят от характера и стоимости сдаваемого внаем имущества, срока его использования, условий платежа, кредитоспособности арендатора, условий эксплуатации имущества, состояния рынка сдаваемого внаем товара, финансовых возможностей арендодателя, местоположения арендатора, периодичности платежей, а также действующего в данной стране законодательства.

Платежи осуществляются равными полугодовыми взносами, причем первый вносится по истечении шести месяцев. Следует иметь в виду, что в соответствии с условиями заключаемого лизингового соглашения цена оборудования может быть определена как в рублях, так и в любой валюте, а арендные платежи будут производиться в той валюте, которая оговорена в соглашении. При этом возникающие курсовые разницы в случае изменения валюты платежа относятся на счет плательщика или стороны, потребовавшей изменения валюты платежа, обусловленной в контракте.

Виды лизинговых платежей зависят от договоренности сторон:

- существует фиксированная общая сумма лизингового платежа, согласованная сторонами и выплачиваемая в установленном в лизинговом договоре порядке. При этом составляется график платежей с указанием, что первый лизинговый платеж производится в день приемки, а затем периодически (ежемесячно, поквартально, два раза в год или ежегодно) с отдельным востребованием или без него. В лизинговом контракте может содержаться условие о возможном изменении лизинговых платежей, например, при повышении покупной цены объекта сделки до его фактической приемки (включая стоимость транспортировки и монтажа) при повышении или введении новых государственных сборов и пошлин, взимаемых в связи с лизинговым контрактом;

– платеж с авансом (депозитом) предполагает, что арендатор предоставляет лизинговой фирме аванс или взнос в согласованном размере (например, 15 % покупной стоимости объекта лизинговой сделки при подписании контракта, а остальные 85 % уплачивает после подписания протокола приемки (ввода в эксплуатацию) или в течение оговоренного срока ежеквартально;

– минимальная лизинговая плата – это сумма платежей в течении срока аренды, которую должен внести арендатор (фиксированный платеж или платеж с авансом) плюс сумма, которую последний должен уплатить, если он намерен приобрести объект сделки после истечения срока лизингового договора;

– неопределенная арендная плата устанавливается не фиксированной суммой, а в зависимости от индексов цен, ставок ссудного процента.

Выбор видов и способов платежа зависит от уровня арендной учетной ставки, которая устанавливается в лизинговом соглашении. Эта ставка в начале срока аренды позволяет определить текущую стоимость объекта как сумму минимальной арендной платы с точки зрения арендодателя и негарантированной ликвидационной стоимости.

Лизинговая плата включает в себя амортизационные отчисления от стоимости арендованного имущества и арендный процент, обеспечивающий возмещение накладных расходов и прибыль арендодателя за исключением заранее оговоренной остаточной или восстановительной стоимости, по которой арендатор имеет право выкупить имущество.

Способы лизинговых платежей устанавливаются в договоре. Платежи могут быть долговременными или периодическими. Единовременный платеж производится, обычно, после подписания сторонами протокола приемки и предусматривает финансовые сделки только в период исполнения поставщиком договора купли-продажи или наряда на поставку.

Периодические платежи могут быть:

- равными по размерам на протяжении всего срока аренды;
- с увеличивающимися размерами взносов;
- с определенным первоначальным взносом;
- ускоренными, если арендатор погашает большую часть своей задолженности в первые годы эксплуатации оборудования, когда расходы по уходу за оборудованием меньше.

Арендодатель в любом случае должен получить оговоренные в договоре суммы в полном размере.

В случае просрочки лизингового платежа или его неуплаты арендодатель имеет право расторгнуть лизинговый договор и реализовать предоставленные гарантии.

Вопросы для самопроверки

1. Приведите определение лизинга как способа инвестирования.
2. Перечислите составляющие лизинговой платы.
3. Какие виды лизинга применяются в сфере автосервисных услуг?
4. В чем особенность международного лизинга машин и оборудования?

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бурланков, С.П. Организационно-экономический механизм управления конкурентоспособной продукции и услуг в постпроизводственном периоде (на примере мобильной техники) / С.П. Бурланков. – М. : Агропресс, 2003. – 168 с.
2. Бычков, В.П. Предпринимательская деятельность на автомобильном транспорте : учебно-практическое пособие / В.П. Бычков. – СПб. : Питер, 2004. – 448 с.
3. Бычков, В.П. Экономика автотранспортного предприятия : учебник для вузов / В.П. Бычков. – М. : "Инфра-М", 2006. – 382 с.
4. Волгин, В.В. Автосервис: Создание и сертификация : практическое пособие / В.В. Волгин. – М. : Изд-во торг. корпорации "Дашков и К^о", 2004.
5. Волгин, В.В. Автосервис: маркетинг и анализ / В.В. Волгин. – М. : Изд-во торг. корпорации "Дашков и К^о", 2004.
6. Егорова, Н.Е. Применение моделей и методов прогнозирования спроса на продукцию сферы услуг / Н.Е. Егорова, А.С. Мудуков. – М. : ЦЭМИ РАН, 2000. – 54 с.
7. Ерохина, Л.И. Основы организации обслуживания на предприятиях сферы сервиса : учеб. пособие / Л.И. Ерохина, Е.В. Башмачников. – Тольятти : Изд-во ПТИС МТУС, 2001. – 144 с.
8. Иванов, В.В. Система управления развитием малого бизнеса территории / В.В. Иванов, А.И. Михальченков // Менеджмент в России и за рубежом. – 2004. – № 2. – С. 128 – 136.
9. Канторович, Л.В. Проблемы эффективного использования и развития транспорта / Л.В. Канторович. – М. : Наука, 1989. – 301 с.
10. Макрович, А.З. Технично-экономическое обоснование строительства предприятий автомобильного транспорта / А.З. Макрович. – М. : Транспорт, 1974.
11. Критерии и показатели социально-экономической эффективности новой техники. – М. : Наука, 1982. – 248 с.
12. Лапуста, М.Г. Малое предпринимательство : учебное пособие / М.Г. Лапуста, Ю.Л. Старостин. – М. : Инфра-М, 1997. – 318 с.
13. Марков, О.Д. Организация автосервиса. Львов : Ориана Нова, 1998. – 330 с.
14. Маркова, В.Д. Маркетинг услуг / В.Д. Маркова. – М. : Финансы и статистика, 1996. – 128 с.

15. Напольский, Г.М. Технологическое проектирование автотранспортных предприятий и станций технического обслуживания / Г.М. Напольский. – М. : Транспорт, 1985. – 231 с.
16. Пеньшин, Н.В. Государственное регулирование автотранспортной деятельности в регионе / Н.В. Пеньшин, В.П. Бычков. – М. : Академический проект, 2006. – 230 с.
17. Полонский, Ю.Д. Предприниматель без образования юридического лица / Ю.Д. Полонский. – М. : Ось-89, 2001. – 496 с.
18. Радченко, И.И. Маркетинг и автосервис / И.И. Радченко, А.И. Хлявич. – М. : ВЗПИ, 1991. – 214 с.
19. Регулирование транспортной деятельности / под ред. Г.А. Кононовой. – СПб. , 1996. – 90 с.
20. Серегина, Т.К. Реклама в бизнесе / Т.К. Серегина, Л.М. Титкова. – М. : Информационно-внедренческий центр "Маркетинг", 1996. – С. 112.
21. Слепокуров, А. Малые предприятия: Сравнительная эффективность (на примере Воронежской области) / А. Слепокуров. – М. : Экономист. – 2002, № 7. – С. 55 – 65.
22. Технологическое проектирование автотранспортных предприятий и станций технического обслуживания / В.Е. Планида, В.А. Охинько, В.П. Бычков и др. – Воронеж : Изд-во Воронеж. гос. ун-та, 1989. – 296 с.
23. Тульчинский, Л. Закон опережения темпов развития транспорта / Л. Тульчинский. – М. : Автомобильный транспорт, 1997. – № 2. – С. 26 – 28.
24. Управление автосервисом : учебное пособие / под. ред. Л.Б. Миротина. – М. : Экзамен, 2004. – 320 с.
25. Экономика автомобильного транспорта : учебное пособие / А.Г. Бударин, Е.В. Бударина, М.Г. Григорян и др. ; под ред. Г.А. Кононовой. – М. : Издательский центр "Академия", 2005. – 320 с.
26. Фастовцев, Т.Ф. Организация технического обслуживания и ремонта легковых автомобилей / Т.Ф. Фастовцев. – М. : Транспорт, 1989. – 240 с.
27. Хлявич, А.И. Обслуживание автомобилей населения: организация и управление / А.И. Хлявич. – М. : Транспорт, 1989. – 219 с.
28. Гончаров, В.Н. Эффективность производственной инфраструктуры предприятия / В.Н. Гончаров, А.И. Вавин. – Луганск, 1994. – 164 с.
29. Квитко, Х.Д. Эффективность использования грузовых автомобилей / Х.Д. Квитко ; под ред. А.Н. Малышева. – М. : Транспорт, 1979. – 174 с.
30. Леонтьев, В. Экономическое эссе. – М. : Политиздат, 1990. – 415 с.
31. Лукавин, В.Н. Основы эксплуатации автомобильного транспорта и бухгалтерского учета автомобильного транспорта и бухгалтерского учета автотранспортных средств, – М., 1998. – 557 с.

ПРИЛОЖЕНИЯ

ДОГОВОР о техобслуживании и ремонте техники с предприятиями

г. _____ " ____ " _____ 200__ г.

Предприятие " _____ " именуемое в дальнейшем "Заказчик", в лице генерального директора _____, действующего на основании (устава, положения, доверенности), с одной стороны, и _____ именуемого в дальнейшем "Исполнитель", действующего на основании (устава, положения, доверенности), с другой стороны, полномочия которых на заключение договора прилагаются к экземплярам его для сторон, заключили настоящий договор о нижеследующем:

1. Общие положения

1.1. Исполнитель обязуется осуществлять ввод в эксплуатацию, техническое обслуживание и ремонт (в дальнейшем "выполнение работ") техники.

Заказчик обязуется принимать и надлежаще оплачивать выполненные работы.

1.2. Наименование техники и выполняемых работ определяется в "Перечне техники" (приложение 1). Сроки выполнения работ, предусмотренные в Перечне техники, устанавливаются в Графике выполнения работ (приложение 2). Приложения 1 и 2 к договору являются неотъемлемой частью договора. При согласовании приложений 1 и 2 стороны руководствуются требованиями эксплуатационной и ремонтной документации предприятия-изготовителя техники (в дальнейшем "Изготовитель").

1.3. Работы, не включенные в приложение 2, но связанные с устранением неисправностей техники, вызванных отказами или сбоями, приводятся Исполнителем на основании заявки (письма, телеграммы, факса, телефонограммы) Заказчика. В заявке указывается тип, завод-ской номер, дата изготовления техники, наименование Изготовителя, период времени, в течение которого эксплуатируется техника.

1.4. На условиях, согласованных с Заказчиком, Исполнитель выполняет для него монтажные и другие, не предусмотренные п. 1.1 работы в местах эксплуатации техники за дополнительную плату.

1.5. Заказчик ведет журнал по учету рабочего состояния техники и предоставляет его Исполнителю для внесения записей о выполненных работах.

Записи в журнале учитываются при составлении актов о невыполнении или некачественном выполнении работ.

1.6. При заключении Договора стороны могут согласовывать дополнительные условия, отражающие специфику выполнения работ и особенности взаимоотношения сторон.

1.7. Основания для заключения Договора (не обязательно).

2. Обязанности и права Исполнителя

2.1. Исполнитель обязан выполнять работу в сроки, определенные приложением 2, а также устранять неисправности техники по заявкам Заказчика.

2.2. Исполнитель выполняет работы в объеме, установленном эксплуатационной и ремонтной документацией Изготовителя. Кроме того, Исполнитель выполняет дополнительные работы в местах эксплуатации техники согласно п. 1.4 договора.

2.3. Исполнитель обеспечивает своевременный выезд специалистов к Заказчику для выполнения работ, включенных в приложение 2, сообщая Заказчику до выезда состав командируемых специалистов для бронирования мест в гостинице.

2.4. Для устранения выявленных в период эксплуатации техники неисправностей Исполнитель обязан прибыть к Заказчику в следующие сроки с момента получения его заявки (не считая времени, необходимого для проезда):

в течение 24 часов – по заявке однородного Заказчика,

в течение __ дней – по заявке иногороднего Заказчика. Исполнитель осуществляет восстановление работоспособности техники не позднее __ дней после прибытия к Заказчику. Если для выполнения работ требуется приобретение запасных частей, сроки ремонта удлиняются не более чем:

до __ дней с момента прибытия к однородному Заказчику и

до __ дней с момента прибытия к иногороднему Заказчику.

2.5. Исполнитель обязан по получении от Заказчика сообщения о невыполнении или некачественном выполнении работ, согласно п. 3.3 договора, устранить за свой счет отмеченные недостатки в кратчайший технически возможный срок, согласованный сторонами, но не более __ дней после получения сообщения.

2.6. В случае необеспечения Заказчиком к началу или в процессе выполнения работ соответствия мест ремонта техники требованиям эксплуатационной документации Изготовителя, правилам техники безопасности и пожарной безопасности, Исполнитель имеет право перенести сроки выполнения работ с внесением согласованных с Заказчиком изменений в Приложении __ и взыскать с Заказчика штраф и убытки, причиненные неисполнением либо ненадлежащим исполнением договорных обязательств.

2.7. Несоблюдение правил эксплуатации техники отражается в актах, составляемых Исполнителем с участием Заказчика.

2.8. Исполнитель инструктирует представителя Заказчика по вопросам соблюдения правил эксплуатации техники.

3. Обязанности и права Заказчика

3.1. Заказчик обязан:

а) обеспечить к началу проведения работ соответствие мест для ремонта техники требованиям эксплуатационной документации Изготовителя, правилам техники безопасности и пожарной безопасности;

б) распаковать и расконсервировать поступившую (новую) технику, проверить ее комплектность, установить технику с участием Исполнителя;

в) предоставить по заявкам Исполнителя на время выполнения работ рабочие места для специалистов Исполнителя;

г) обеспечить по заявке Исполнителя проживание его специалистов в гостинице на весь срок выполнения работ.

3.2. В случае выявления несоответствия качества или комплектности новой техники или ее комплектующих изделий, узлов деталей, поступивших к Заказчику от Изготовителя, требованиям нормативно-технической документации или договорам на поставку Заказчик при участии Исполнителя обязан составить акт в соответствии с Инструкцией о порядке приемки продукции производственно-технического назначения и товаров народного потребления по качеству П-7.

3.3. В случае невыполнения или некачественного выполнения Исполнителем работ Заказчик сообщает ему об этом в двухдневный срок после обнаружения недостатков для принятия необходимых мер.

4. Цены и порядок расчетов

4.1. Работы, выполненные Исполнителем по вводу в эксплуатацию, техническому обслуживанию и ремонту техники, оплачиваются Заказчиком по согласованным ценам, приведенным в (номер и дата протокола согласования или др. документа).

4.2. Работы по вводу техники в эксплуатацию, а также по устранению неисправностей (ремонту) техники оплачиваются Заказчиком на основании двусторонних актов сдачи-приемки выполненных работ, составляемых Исполнителем совместно с Заказчиком по окончании работ.

4.3. Оплата выполненных Исполнителем работ по техническому обслуживанию техники производится Заказчиком ежемесячно равными долями в размере _____ р.
(сумма прописью)

на основании двусторонних актов сдачи-приемки выполненных работ, составляемых Исполнителем совместно с Заказчиком ежемесячно. Стоимость технического обслуживания техники составляет за год _____ р.
(сумма прописью)

4.4. Расчеты за выполнение работ производятся путем перечисления соответствующих сумм на счет Исполнителя или оплаты наличными в течение 3 дней с момента подписания документов о выполнении работ.

4.5. Расчеты за выполненные Исполнителем работы по техническому обслуживанию и ремонту техники производятся непосредственно между Заказчиком и Исполнителем.

4.6. Расчеты за дополнительные работы, услуги Исполнителя согласно пункту 1.4 и разделу 5 договора производятся по ценам, согласованным в (номер и дата документа) на основании актов приема-сдачи, составляемых Исполнителем и Заказчиком.

4.7. Общая сумма договора составляет _____ р.
(сумма прописью)

5. Дополнительные условия

5.1. Заказчик прилагает к Договору перечень третьих лиц административно ему подчиненных, либо находящихся с ним в договорных отношениях (со ссылкой на соответствующие договоры), использующих вышеназванную технику.

В соответствии с ч. 1 ст. 38 Основ гражданского законодательства, на третьих лиц, перечисленных в списке, возлагается исполнение обязательств, предусмотренных в пп ____ настоящего договора.

5.2. Другие (особые) условия по усмотрению сторон.

Комментарий. В этом пункте целесообразно предусмотреть такие вопросы, как, например, распределение обязанностей сторон, по приобретению комплектующих и запасных частей, виды дополнительных работ, услуг или ссылку на решение этих вопросов в каких-либо дополнительно составляемых документах.

6. Ответственность сторон

6.1. За невыполнение или ненадлежащее выполнение своих обязательств стороны несут ответственность, предусмотренную действующим законодательством.

6.2. Дополнительные штрафные санкции:

а) за нарушение сроков выполнения работ, установленных приложением 2, а также за неустранение неисправности техники в сроки, установленные пп. ____ договора, Исполнитель уплачивает Заказчику штраф в размере _____ р. за каждый день просрочки, но не более _____ р., а за невыполнение или некачественное выполнение работ штраф в размере _____ р. за каждый случай;

б) за ненадлежащее выполнение обязательств, предусмотренных п. а) и в) п. 3.1 договора, повлекшие за собой нарушение Исполнителем графика работ. Заказчик уплачивает Исполнителю штраф в размере _____ р. за каждый случай;

в) _____

6.3. После уплаты штрафа (пени) сторона, нарушившая условия Договора, возмещает (не возмещает) другой стороне причиненные в результате этого убытки в части, не покрытой штрафом (пеней).

6.4. Уплата штрафа (пени) за нарушение условий Договора, а также возмещение причиненных убытков не освобождает стороны от выполнения обязательств по Договору.

6.5. Споры по договорам между сторонами разрешаются в установленном законодательством порядке.

7. Условия расторжения или продления Договора

7.1. В случае досрочного расторжения Договора производятся взаиморасчеты по фактическим затратам, произведенным на момент прекращения обязательств.

72. Договор считается продленным на следующий год, если ни одна из сторон не заявит о расторжении договора не менее чем за два месяца до истечения срока его действия.

7.3. Договор может быть расторгнут в одностороннем порядке Заказчиком — в случае завышения Исполнителем цены на выполненные работы.

8. Заключительные условия

8.1. По вопросам, связанным с выполнением обязательств по Договору, стороны выделяют ответственных представителей:

От Исполнителя: _____
(должность, фамилия, имя, отчество, контактный телефон)

От Заказчика: _____
(должность, фамилия, имя, отчество, служебный телефон)

8.2. Все изменения, дополнения настоящего Договора действительны лишь в том случае, если они оформлены в письменной форме и подписаны обеими сторонами.

8.3. Заголовки статей предназначены для удобства пользования текстом и не будут приниматься во внимание при толковании настоящего Договора.

8.4. Настоящий Договор выражает все соглашения и понимание между участвующими сторонами в отношении всех упомянутых здесь вопросов, при этом все предыдущие обсуждения, обещания между сторонами, если таковые имелись, кроме упомянутых в п. 1.7, теряют силу и заменяются настоящим текстом.

8.5. Настоящий Договор действует с " ____ " _____ 200__ г. до " ____ " _____ 200__ г.

9. Юридические адреса сторон

Приложение 1. Перечень техники.

Приложение 2. График работ.

Заказчик Исполнитель

ПРАВИЛА
оказания услуг (выполнения работ)
по техническому обслуживанию и ремонту
автомобилотранспортных средств

Утверждены Постановлением Правительства Российской Федерации от 11 апреля 2001 г. № 290.

I. Общие положения

1. Настоящие Правила, разработанные в соответствии с Законом Российской Федерации "О защите прав потребителей", регулируют отношения, возникающие между потребителем и исполнителем при оказании услуг (выполнении работ) по техническому обслуживанию и ремонту автомобилотранспортных средств и их составных частей (далее именуются – автомобилотранспортные средства).

2. Понятия, используемые в настоящих Правилах, означают следующее:

"потребитель" – гражданин, имеющий намерение заказать, либо заказывающий, либо использующий услуги (работы) по техническому обслуживанию и ремонту автомобилотранспортных средств исключительно для личных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности;

"исполнитель" – организация независимо от организационно-правовой формы, а также индивидуальный предприниматель, оказывающие потребителям услуги (выполняющие работы) по техническому обслуживанию и ремонту автомобилотранспортных средств по возмездному договору (далее именуется – договор).

**II. Информация об услугах (работах), порядок приема
заказов и оформления договоров**

3. Исполнитель обязан довести до сведения потребителя фирменное наименование (наименование) своей организации, место нахождения (юридический адрес) и режим ее работы. Указанная информация должна быть размещена на вывеске.

Исполнитель – индивидуальный предприниматель должен представить информацию о государственной регистрации с указанием наименования зарегистрировавшего его органа.

В случае временного приостановления деятельности организации для проведения санитарных, ремонтных и иных мероприятий исполнитель обязан информировать потребителей о дате приостановления работы и времени, в течение которого организация не будет осуществлять свою деятельность.

Если вид деятельности, осуществляемой исполнителем, подлежит лицензированию, потребителю должна быть предоставлена информация о номере лицензии, сроке ее действия и органе, выдавшем лицензию.

4. Исполнитель обязан до заключения договора предоставить потребителю необходимую достоверную информацию об оказываемых услугах (выполняемых работах), обеспечивающую возможность их правильного выбора.

Эта информация должна быть размещена в помещении, где производится прием заказов, в удобном для обозрения месте и в обязательном порядке содержать:

а) перечень оказываемых услуг (выполняемых работ) и форм их оказания;

б) наименования стандартов, обязательным требованиям которых должны соответствовать оказываемые услуги (выполняемые работы);

в) сведения об обязательном подтверждении соответствия оказываемых услуг (выполняемых работ) установленным требованиям, в случае если такие услуги (работы) подлежат обязательному подтверждению соответствия (номер и срок действия документа, подтверждающего соответствие, орган, его выдавший);

г) цены на оказываемые услуги (выполняемые работы), а также цены на используемые при этом запасные части и материалы и сведения о порядке и форме оплаты;

д) гарантийные сроки, если они установлены;

е) сведения о сроках выполнения заказов;

ж) указание на конкретное лицо, которое будет оказывать услугу (выполнять работу) и информацию о нем, если это имеет значение исходя из характера услуги (работы).

5. Информация об обязательном подтверждении соответствия оказываемых услуг (выполняемых работ) установленным требованиям, обеспечивающим их безопасность для жизни и здоровья потребителей, окружающей среды и предотвращение причинения вреда имуществу потребителей, предоставляется также в виде маркировки в установленном порядке знаком соответствия.

6. Исполнитель обязан также предоставить потребителю для ознакомления:

а) настоящие Правила;

б) адрес и телефон подразделения по защите прав потребителей органа местного самоуправления, если такое подразделение имеется;

в) образцы договоров, заказов-нарядов, приемосдаточных актов, квитанций, талонов и других документов, удостоверяющих прием заказа исполнителем, оформление договора и оплату услуг (работ) потребителем;

г) перечень категорий потребителей, имеющих право на получение льгот, а также перечень льгот, предоставляемых при оказании услуг (выполнении работ), в соответствии с федеральными законами и иными нормативными правовыми актами.

Исполнитель обязан сообщать потребителю по его просьбе другие относящиеся к договору и соответствующей услуге (выполняемой работе) сведения.

7. После оказания услуги (выполнения работы) до сведения потребителя должна быть доведена путем предоставления технической документации, нанесения маркировки или иным способом, принятым для отдельных видов услуг (работ), следующая информация:

а) о правилах и условиях эффективного и безопасного использования результатов оказания услуги (выполнения работы);

б) о сроке службы или сроке годности, а также о необходимых действиях потребителя по истечении указанных сроков и возможных последствиях невыполнения таких действий, если автотранспортные средства по истечении указанных сроков представляют опасность для жизни, здоровья и имущества потребителя или становятся непригодными для использования их по назначению.

8. Исполнитель обязан своевременно предоставлять потребителю информацию о своей организации и об оказываемых услугах (выполняемых работах) в наглядной и доступной форме также в случаях, когда обслуживание осуществляется вне постоянного места нахождения организации (во временных помещениях, выездными бригадами и т.п.).

9. Информация должна доводиться до потребителя на русском языке и дополнительно, по усмотрению исполнителя, – на государственных языках субъектов Российской Федерации и родных языках народов Российской Федерации.

10. Исполнитель обязан соблюдать установленный (объявленный) режим работы, который для государственных и муниципальных организаций устанавливается соответственно органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации и органами местного самоуправления.

Режим работы организаций иной организационно-правовой формы, а также индивидуальных предпринимателей устанавливается ими самостоятельно.

11. Исполнитель обязан иметь книгу отзывов и предложений, которая предоставляется потребителю по его требованию.

12. Исполнитель принимает к осуществлению (выполнению) только те услуги (работы), которые соответствуют характеру его деятельности.

Оказание услуг (выполнение работ) производится по предварительной заявке или без нее.

Заявка на оказание услуги (выполнение работы) может подаваться потребителем в письменной форме, а также устно (по телефону). На основании заявки исполнитель назначает потребителю дату и время его прибытия и предоставления автотранспортного средства для оказания услуги (выполнения работы). Исполнитель обязан обеспечить учет заявок.

Если потребитель в назначенное время не прибыл к месту проведения работ, то его обслуживание осуществляется в порядке общей очереди.

13. Исполнитель обязан заключить договор при наличии возможности оказать заявленную услугу (выполнить заявленную работу).

Исполнитель не вправе оказывать предпочтение одному потребителю перед другим в отношении заключения договора, кроме случаев, предусмотренных законом и иными нормативными правовыми актами.

14. Договор заключается при предъявлении потребителем документа, удостоверяющего личность, а также документов, удостоверяющих право собственности на автотранспортное средство (свидетельство о регистрации, паспорт автотранспортного средства, справка-счет). При сдаче в ремонт отдельных составных частей автотранспортного средства, не являющихся номерными, предъявления указанных документов не требуется.

Потребитель, не являющийся собственником автотранспортного средства, предъявляет документ, подтверждающий право на эксплуатацию автотранспортного средства.

Потребитель, пользующийся правом на льготное обслуживание, предъявляет документы, подтверждающие наличие у него такого права. Право на льготное обслуживание сохраняется за ним и в тех случаях, если он пользуется автотранспортным средством по доверенности.

При оформлении и выполнении договора документы, предъявляемые потребителем, не изымаются.

15. Договор заключается в письменной форме (заказ-наряд, квитанция или иной документ) и должен содержать следующие сведения:

а) фирменное наименование (наименование) и место нахождения (юридический адрес) организации-исполнителя (для индивидуального предпринимателя – фамилия, имя, отчество, сведения о государственной регистрации);

б) фамилия, имя, отчество, телефон и адрес потребителя;

в) дата приема заказа, сроки его исполнения. В случае если оказание услуг (выполнение работ) осуществляется по частям в течение срока действия договора, в договоре должны быть соответственно предусмотрены сроки (периоды) оказания таких услуг (выполнения таких работ). По соглашению сторон в договоре могут быть также предусмотрены промежуточные сроки завершения отдельных этапов оказания услуг (выполнения работ);

г) цена оказываемой услуги (выполняемой работы), а также порядок ее оплаты;

д) марка, модель автотранспортного средства, государственный номерной знак, номера основных агрегатов;

е) цена автотранспортного средства, определяемая по соглашению сторон;

ж) перечень оказываемых услуг (выполняемых работ), перечень запасных частей и материалов, предоставленных исполнителем, их стоимость и количество;

з) перечень запасных частей и материалов, предоставленных потребителем, с указанием информации об обязательном подтверждении их соответствия обязательным требованиям, если федеральными законами или в установленном в соответствии с ними порядке, в частности стандартами, такие требования установлены;

и) гарантийные сроки на результаты работы, если они установлены;

к) должность, фамилия, имя, отчество лица, принимающего заказ (оформляющего договор), его подпись, а также подпись потребителя;

л) другие необходимые данные, связанные со спецификой оказываемых услуг (выполняемых работ).

16. Исполнитель обязан оказать услугу (выполнить работу), определенную договором, с использованием собственных запасных частей и материалов, если иное не предусмотрено договором.

17. Договор, исполняемый в присутствии потребителя (подкачка шин, диагностические работы, некоторые работы технического обслуживания и ремонта, мойка и другие), может оформляться путем выдачи квитанции, жетона, талона, кассового чека и т.п.

18. В случае если потребитель оставляет исполнителю автотранспортное средство для оказания услуг (выполнения работ), исполнитель обязан одновременно с договором составить приемосдаточный акт, в котором указываются комплектность автотранспортного средства и видимые наружные повреждения и дефекты, сведения о предоставлении потребителем запасных частей и материалов с указанием их точного наименования, описания и цены.

Приемосдаточный акт подписывается ответственным лицом исполнителя и потребителем и заверяется печатью исполнителя.

Экземпляры договора и приемосдаточного акта выдаются потребителю.

19. В случае утраты договора потребитель должен известить об этом исполнителя. В этом случае автотранспортное средство выдается потребителю на основании его письменного заявления по предъявлении паспорта или иного документа, удостоверяющего личность.

20. Потребитель имеет право по своему выбору поручить исполнителю проведение отдельных видов работ по техническому обслуживанию и ремонту.

Исполнитель не вправе без согласия потребителя оказывать дополнительные услуги (выполнять работы) за плату, а также обуславливать оказание одних услуг (выполнение работ) обязательным исполнением других.

Потребитель вправе отказаться от оплаты оказанных без его согласия услуг (выполненных работ), а если они уже оплачены, – потребовать возврата уплаченных за них сумм.

21. Исполнитель обязан немедленно предупредить потребителя и до получения от него указаний приостановить оказание услуги (выполнение работы) в случае:

а) обнаружения непригодности или недоброкачества запасных частей и материалов, полученных от потребителя;

б) если соблюдение указаний потребителя и иные обстоятельства, зависящие от потребителя, могут снизить качество оказываемой услуги (выполняемой работы) или повлечь за собой невозможность ее завершения в срок.

22. Исполнитель, не предупредивший потребителя об указанных в пункте 21 настоящих Правил обстоятельствах либо продолживший оказание услуги (выполнение работы), не дожидаясь истечения указанного в договоре срока (а при его отсутствии – разумного срока для ответа на предупреждение) или не учитывая своевременное указание потребителя о прекращении оказания услуги (выполнения работы), не вправе при предъявлении к нему или им к потребителю соответствующих требований ссылаться на указанные обстоятельства.

Если потребитель, несмотря на своевременное и обоснованное предупреждение со стороны исполнителя, в разумный срок не заменит непригодные или недоброкачественные запасные части и материалы, не изменит указаний о способе оказания услуги (выполнения работы) либо не устранит иных обстоятельств, которые могут снизить качество оказываемой услуги (выполняемой работы), исполнитель вправе расторгнуть договор и потребовать полного возмещения убытков.

III. Порядок оплаты оказываемых услуг (выполняемых работ)

23. Потребитель обязан оплатить оказанную исполнителем услугу (выполненную работу) в порядке и в сроки, указанные в договоре.

Потребитель обязан оплатить исполнителю оказанную услугу (выполненную работу) после ее окончательного завершения исполнителем. С согласия потребителя работа может быть оплачена им при заключении договора полностью или путем выдачи аванса.

Запасные части и материалы, предоставленные исполнителем, оплачиваются потребителем при заключении договора полностью или в размере, указанном в договоре, с условием окончательного расчета при получении потребителем оказанной исполнителем услуги (выполненной работы), если иной порядок расчетов за запасные части и материалы исполнителя не предусмотрен соглашением сторон.

В соответствии с договором запасные части и материалы могут быть предоставлены исполнителем в кредит, в том числе с условием оплаты их потребителем в рассрочку.

24. Цена оказываемой услуги (выполняемой работы) в договоре определяется соглашением между исполнителем и потребителем. Если на какой-либо вид услуг (работ) цена устанавливается или регулируется государственными органами, то цена, определяемая договором между исполнителем и потребителем, не может быть выше нее.

25. На оказание услуги (выполнение работы), предусмотренной договором, может быть составлена смета. Составление такой сметы по требованию потребителя или исполнителя обязательно.

В случаях, когда услуга (работа) оказывается (выполняется) в соответствии со сметой, составленной исполнителем, смета становится частью договора с момента подтверждения ее потребителем.

26. Смета может быть приблизительной или твердой. При отсутствии в договоре других указаний смета считается твердой.

Исполнитель не вправе требовать увеличения твердой сметы, а потребитель – ее уменьшения, в том числе в случае, когда в момент заключения договора исключалась возможность предусмотреть полный объем подлежащих оказанию услуг (выполнению работ) или необходимых для этого расходов.

Исполнитель имеет право требовать увеличения твердой сметы при существенном возрастании стоимости запасных частей и материалов, предоставляемых исполнителем (а также оказываемых ему третьими лицами услуг), которое нельзя было предусмотреть при заключении договора. При отказе потребителя выполнить это требование исполнитель вправе расторгнуть договор в судебном порядке.

Если возникла необходимость оказания дополнительных услуг (выполнения дополнительных работ) и существенного превышения по этой причине приблизительной сметы, исполнитель обязан своевременно предупредить об этом потребителя. Если потребитель не дал согласия на превышение приблизительной сметы, он вправе отказаться от исполнения договора. В этом случае исполнитель может требовать от потребителя оплатить оказанную часть услуги (выполненную часть работы).

Исполнитель, своевременно не предупредивший потребителя о необходимости превышения приблизительной сметы, обязан исполнить договор, сохраняя право на оплату услуги (работы) в пределах приблизительной сметы.

IV. Порядок оказания услуг (выполнения работ)

27. Качество оказываемых услуг (выполняемых работ) должно соответствовать условиям договора, а при отсутствии в договоре требований к качеству или при их недостаточности – требованиям, обычно предъявляемым к качеству услуг (работ) такого рода.

Если федеральными законами или в установленном в соответствии с ними порядке, в частности стандартами, предусмотрены обязательные требования к оказываемым услугам (выполняемым работам), исполнитель должен оказать услугу (выполнить работу), соответствующую этим требованиям.

28. Исполнитель обязан оказать услугу (выполнить работу) в сроки, предусмотренные договором.

При оказании услуг (выполнении работ) с выездом к потребителю исполнитель обеспечивает явку своих работников, доставку запасных частей и материалов, технических средств и инструментов в согласованное с потребителем время, а потребитель обязан создать необходимые условия для оказания услуг (выполнения работ).

29. Просьба потребителя об оказании дополнительных услуг (выполнении дополнительных работ) оформляется договором.

30. При выявлении в процессе оказания услуг (выполнения работ) недостатков, угрожающих безопасности движения, исполнитель обязан действовать в порядке, предусмотренном пунктом 21 настоящих Правил.

При несогласии потребителя с проведением работ по устранению неисправностей, выявленных в процессе оказания услуг (выполнения работ) и угрожающих безопасности движения, или при невозможности в процессе ремонта автомобилотранспортного средства устранить указанные неисправности во всех экземплярах приемосдаточного акта либо в ином документе, подтверждающем приемку, производится запись о наличии таких неисправностей. Указанная запись удостоверяется ответственным лицом исполнителя и потребителем.

31. Потребитель вправе в любое время проверять ход и качество оказания услуг (выполнения работ), не вмешиваясь в деятельность исполнителя. Исполнитель обязан обеспечить возможность нахождения потребителя в производственных помещениях с учетом соблюдения технологического режима работы, правил техники безопасности, противопожарной безопасности и производственной санитарии.

32. Потребитель вправе расторгнуть договор в любое время, уплатив исполнителю часть цены пропорционально части оказанной услуги (выполненной работы) до получения извещения о расторжении указанного договора и возместив исполнителю расходы, произведенные им до этого момента в целях исполнения договора, если они не входят в указанную часть цены услуги (работы).

33. Автомобилотранспортное средство выдается потребителю или его представителю после полной оплаты оказанной услуги (выполненной работы) при предъявлении приемосдаточного акта и договора (квитанции и т.д.), паспорта или другого документа, удостоверяющего личность, а для представителя потребителя – также доверенности, оформленной в установленном порядке.

34. Выдача автомобилотранспортного средства потребителю производится после контроля исполнителем полноты и качества оказанной услуги (выполненной работы), комплектности и сохранности товарного вида автомобилотранспортного средства.

35. Потребитель обязан в порядке и в сроки, предусмотренные договором, проверить с участием исполнителя комплектность и техническое состояние автомобилотранспортного средства, а также объем и качество оказанной услуги (выполненной работы), исправность узлов и агрегатов, подвергшихся ремонту, и принять оказанную услугу (выполненную работу). При обнаружении отступлений от договора, ухудшающих результат оказанной услуги (выполненной работы), подмены составных частей, некомплектности автомобилотранспортного средства и других недостатков потребитель обязан немедленно заявить об этом исполнителю. Указанные недостатки должны быть описаны в приемосдаточном акте или ином документе, удостоверяющем приемку, который подписывается ответственным лицом исполнителя и потребителем. Потребитель, обнаруживший недостатки при приемке заказа, вправе сослаться на них, если в приемосдаточном акте или ином документе, удостоверяющем приемку, были оговорены эти недостатки либо возможность последующего предъявления требований по их устранению.

Если иное не предусмотрено договором, потребитель, принявший заказ без проверки, лишается права сослаться на дефекты, которые могли быть обнаружены при обычном способе приемки (явные недостатки).

Потребитель, обнаруживший после приемки заказа несоответствие его исполнения договору или иные недостатки, которые не могли быть установлены при обычном способе приемки (скрытые недостатки), в том числе такие, которые были умышленно скрыты исполнителем, обязан по их обнаружении известить об этом исполнителя в разумный срок.

После исполнения договора или отказа потребителя от его выполнения исполнитель обязан выдать потребителю справки-счета на вновь установленные на автомобилотранспортное средство номерные агрегаты, представить потребителю отчет о расходовании оплаченных им запасных частей и материалов и вернуть их остатки либо с согласия потребителя уменьшить цену услуги (работы) с учетом стоимости остающихся у исполнителя неиспользованных запасных частей и материалов, а также вернуть замененные (неисправные) узлы и детали.

36. В случае полной или частичной утраты (повреждения) принятого у потребителя автомобилотранспортного средства (запасных частей и материалов) исполнитель обязан известить об этом потребителя и в 3-дневный срок передать безвозмездно в собственность потребителю автомобилотранспортное средство (запасные части и

материалы) аналогичного качества либо возместить в 2-кратном размере цену утраченного (поврежденного) автомобилотранспортного средства (запасных частей и материалов), а также расходы, понесенные потребителем.

В случае оказания услуги (выполнения работы) с использованием предоставленных потребителем запасных частей и материалов исполнитель освобождается от ответственности за их полную или частичную утрату (повреждение), если потребитель предупрежден исполнителем об их особых свойствах, которые могут повлечь за собой их полную или частичную утрату (повреждение).

37. При возникновении между потребителем и исполнителем разногласий по поводу недостатков оказанной услуги (выполненной работы) или их причин исполнитель обязан по своей инициативе или по требованию потребителя направить автомобилотранспортное средство на экспертизу и оплатить ее проведение.

Если экспертизой будет установлено отсутствие нарушений исполнителем условий договора или причинной связи между действиями исполнителя и обнаруженными недостатками, расходы на экспертизу несет сторона, по инициативе (требованию) которой она проводилась, а в случае назначения экспертизы по соглашению сторон – исполнитель и потребитель поровну.

V. Ответственность исполнителя

38. За неисполнение либо ненадлежащее исполнение обязательств по договору исполнитель несет ответственность, предусмотренную федеральными законами и договором.

39. Если потребителю не предоставлена возможность получить при заключении договора информацию об услуге (работе), он вправе потребовать от исполнителя возмещения убытков, причиненных необоснованным уклонением от заключения договора, а если договор заключен, в разумный срок расторгнуть его и потребовать возврата уплаченной за услуги (работы) суммы и возмещения других убытков.

Исполнитель, не предоставивший потребителю полной и достоверной информации об услуге (работе), несет ответственность, предусмотренную пунктом 40 настоящих Правил, за недостатки услуги (работы), возникшие после ее принятия потребителем вследствие отсутствия у него такой информации.

40. В случае обнаружения недостатков оказанной услуги (выполненной работы) потребитель вправе по своему выбору потребовать от исполнителя:

- а) безвозмездного устранения недостатков;
- б) соответствующего уменьшения установленной за работу цены;
- в) безвозмездного повторного выполнения работы;
- г) возмещения понесенных им расходов по исправлению недостатков своими силами или третьими лицами.

Потребитель вправе расторгнуть договор и потребовать полного возмещения убытков, если в установленный договором срок недостатки оказанной услуги (выполненной работы) не устранены исполнителем. Потребитель также вправе расторгнуть договор, если им обнаружены существенные недостатки оказанной услуги (выполненной работы) или существенные отступления от условий договора.

Потребитель вправе потребовать также полного возмещения убытков, причиненных ему в связи с недостатками оказанной услуги (выполненной работы). Убытки возмещаются в сроки, установленные для удовлетворения соответствующих требований потребителя.

41. Требования, связанные с недостатками оказанной услуги (выполненной работы), могут быть предъявлены при принятии оказанной услуги (выполненной работы), в ходе оказания услуги (выполнения работы) либо, если невозможно обнаружить недостатки при принятии оказанной услуги (выполненной работы), в течение гарантийного срока, а при его отсутствии – в разумный срок, в пределах двух лет со дня принятия оказанной услуги (выполненной работы).

42. Исполнитель отвечает за недостатки оказанной услуги (выполненной работы), на которую не установлен гарантийный срок, если потребитель докажет, что они возникли до ее принятия им или по причинам, возникшим до этого момента.

Исполнитель отвечает за недостатки оказанной услуги (выполненной работы), на которую установлен гарантийный срок, если не докажет, что они возникли после принятия оказанной услуги (выполненной работы) потребителем вследствие нарушения им правил использования результата оказанной услуги (выполненной работы), действий третьих лиц или непреодолимой силы.

В случае, когда предусмотренный договором гарантийный срок составляет менее 2 лет и недостатки оказанной услуги (выполненной работы) обнаружены потребителем по истечении гарантийного срока, но в пределах двух лет, потребитель вправе предъявить требования, предусмотренные пунктом 40 настоящих Правил, если докажет, что такие недостатки возникли до принятия им результата оказанной услуги (выполненной работы) или по причинам, возникшим до этого момента.

43. Недостатки оказанной услуги (выполненной работы) должны быть устранены исполнителем в назначенный потребителем разумный срок, который указывается в договоре.

44. В случае выявления существенных недостатков оказанной услуги (выполненной работы) потребитель вправе предъявить исполнителю требование о безвозмездном устранении недостатков, если докажет, что недостатки возникли до принятия им результата оказанной услуги (выполненной работы) или по причинам, возникшим до этого момента. Это требование может быть предъявлено, если такие недостатки обнаружены по истечении 2 лет со дня принятия результата оказанной услуги (выполненной работы), но в пределах установленного на результат оказанной услуги (выполненной работы) срока службы или в течение 10 лет со дня принятия результата оказанной услуги (выполненной работы) потребителем, если срок службы не установлен. Если данное требование не удовлетворено в течение 20 дней с даты его предъявления потребителем или обнаруженный недостаток является неустраняемым, потребитель по своему выбору вправе потребовать:

- а) соответствующего уменьшения цены за оказанную услугу (выполненную работу);

б) возмещения понесенных им расходов по устранению недостатков оказанной услуги (выполненной работы) своими силами или третьими лицами;

в) расторжения договора и возмещения убытков.

45. Исполнитель, предоставивший запасные части и материалы для оказания услуг и выполнения работы, отвечает за их качество по правилам ответственности продавца за товары ненадлежащего качества в соответствии с гражданским законодательством Российской Федерации.

46. Если исполнитель нарушил сроки оказания услуги (выполнения работы), сроки начала и (или) окончания оказания услуги (выполнения работы) и (или) промежуточные сроки оказания услуги (выполнения работы) или во время оказания услуги (выполнения работы) стало очевидным, что она не будет выполнена в срок, потребитель по своему выбору вправе:

а) назначить исполнителю новый срок;

б) поручить оказание услуги (выполнение работы) третьим лицам за разумную цену или выполнить ее своими силами и потребовать от исполнителя возмещения понесенных расходов;

в) потребовать уменьшения цены за оказание услуги (выполнение работы);

г) расторгнуть договор.

47. Потребитель вправе потребовать также полного возмещения убытков, причиненных ему в связи с нарушением сроков оказания услуги (выполнения работы). Убытки возмещаются в сроки, установленные для удовлетворения соответствующих требований потребителя.

48. Назначенные потребителем новые сроки оказания услуги (выполнения работы) оформляются договором.

В случае несоблюдения исполнителем новых сроков потребитель вправе предъявить ему иные требования, установленные пунктом 46 настоящих Правил.

49. При расторжении договора исполнитель не вправе требовать возмещения своих затрат, произведенных в процессе оказания услуги (выполнения работы), а также платы за оказанную услугу (выполненную работу), за исключением случая, если потребитель принял оказанную услугу (выполненную работу).

50. В случае нарушения установленных сроков оказания услуги (выполнения работы) или назначенных потребителем новых сроков исполнитель уплачивает потребителю за каждый день (час, если сроки определены в часах) просрочки неустойку (пени) в размере 3 процентов цены оказания услуги (выполнения работы), а если цена оказания услуги (выполнения работы) договором не определена, – общей цены услуги (работы). Договором может быть установлен более высокий размер неустойки (пеней).

Неустойка (пени) за нарушение сроков начала оказания услуги (выполнения работы), ее этапа (если в договоре определены этапы оказания услуги (выполнения работы)) взыскивается за каждый день (час, если в договоре сроки определены в часах) просрочки вплоть до начала оказания услуги (выполнения работы)), ее этапа или предъявления потребителем требований, предусмотренных пунктом 46 настоящих Правил.

Неустойка (пени) за нарушение сроков окончания оказания услуги (выполнения работы), ее этапа (если в договоре определены этапы оказания услуги (выполнения работы)) взыскивается за каждый день (час, если в договоре сроки определены в часах) просрочки вплоть до окончания оказания услуги (выполнения работы)), ее этапа или предъявления потребителем требований, предусмотренных пунктом 46 настоящих Правил.

Сумма взысканной потребителем неустойки (пеней) не может превышать цену отдельного вида оказания услуги (выполнения работы) или общую цену заказа, если цена выполнения отдельного вида услуги (работы) не определена договором.

51. При неисполнении заказа в установленные сроки кроме уплаты неустойки потребителю должна быть возвращена в полном объеме надбавка за срочность, если таковая была предусмотрена договором.

52. Убытки, причиненные потребителю, подлежат возмещению в полном объеме сверх неустойки (пеней), установленной законом или договором, если иное не определено законом.

Удовлетворение требований потребителя о безвозмездном устранении недостатков или о повторном оказании услуги (выполнении работы) не освобождает исполнителя от ответственности в виде уплаты неустойки за нарушение срока окончания оказания услуги (выполнения работы).

53. Вред, причиненный жизни, здоровью и имуществу потребителя вследствие недостатков оказанной услуги (выполненной работы) по техническому обслуживанию и ремонту автотранспортных средств, подлежит возмещению в полном объеме в порядке, установленном федеральными законами.

54. Порядок и сроки удовлетворения исполнителем требований потребителя, а также ответственность за нарушение этих сроков регулируются Законом Российской Федерации "О защите прав потребителей".

55. Государственный контроль за соблюдением настоящих Правил осуществляют федеральный антимонопольный орган (его территориальные органы), а также другие федеральные органы исполнительной власти (их территориальные органы) в пределах своей компетенции.

ДОГОВОР АРЕНДЫ ОБОРУДОВАНИЯ (на условиях возврата его арендодателю без права выкупа)

(Данная форма договора может быть использована при аренде (имущественном найме) отдельных видов оборудования типа станков, компрессоров, подъемных и транспортных механизмов, насосов, гидравлических усилителей, складских механизмов, линий связи, коммутаторов и т. п.)

"__" _____ 20__ года гор.(пос)_____

_____, именуемое в дальнейшем
(наименование предприятия, организации)

"Арендодатель", в лице _____
(должность, фамилия, имя, отчество)

действующего на основании _____, с одной

стороны, и _____, именуемое в дальнейшем
(наименование предприятия, организации)

"Арендатор", в лице _____,
(должность, фамилия, имя, отчество)

действующего на основании _____, с другой
(устава, положения, доверенности)

стороны, полномочия которых на заключение договора прилагаются к экземплярам его для сторон, заключили настоящий договор о нижеследующем:

1. Предмет и общие условия договора

1.1. Предметом настоящего договора аренды (имущественного найма) является предоставление Арендодателем за обусловленную сторонами договора плату в временное владение и пользование Арендатора оборудования, которое будет использовано последним в своих производственных целях и целях получения коммерческих результатов в соответствии с конструктивными и эксплуатационными данными оборудования (имущества), передаваемого в аренду.

1.2. Объектом аренды по настоящему договору является (наименование сдаваемого /принимаемого в аренду оборудования (имущества), его тип, марка, модель, индивидуализирующие признаки, определенные эксплуатационные характеристики, стоимость и т.п., _____ по необходимости и согласованному решению сторон настоящего договора аренды (имущественного найма)). По условиям данного договора (только как пример) – 2 (два) станка токарных (разные модели и необходимые данные), 1 (один) фрезерный станок модель, тип, данные), 2 (две) дозировочно-прессовых установки (одной модели и типа, данные), далее по тексту договора — оборудование или имущество.

1.3. На момент заключения настоящего договора оборудование (имущество), сдаваемое в аренду, принадлежит Арендодателю на праве собственности, не заложено или арестовано, не является предметом исков третьих лиц. Указанное гарантируется Арендодателем. Несоблюдение (нарушение) изложенного является основанием для признания недействительности настоящего договора аренды.

1.4. Передаваемое в аренду оборудование (имущество) (п. 1.2 договора) должно находиться в исправном состоянии, отвечающем требованиям, предъявляемым к эксплуатируемому промышленному оборудованию, используемому для производственных, потребительских, коммерческих и иных целей в соответствии с конструктивным назначением арендуемого оборудования (имущества).

1.5. Стороны договора определили, что техническая и коммерческая эксплуатация арендованного оборудования (имущества) должна обеспечивать его нормальное и безопасное использование в соответствии с целями аренды по настоящему договору.

1.6. С согласия Арендодателя арендованное по данному договору оборудование может быть сдано Арендатором в субаренду (под наем). Арендатор при этом может передать свои права и обязанности по договору другому лицу (перенаем), предоставлять арендованное оборудование (имущество) в безвозмездное пользование, а также отдавать арендные права в залог и вносить их в качестве вклада в уставный капитал хозяйственных товариществ и обществ или паевого взноса в производственный кооператив. Кроме перенайма, во всех указанных выше случаях ответственным по настоящему договору перед Арендодателем остается Арендатор.

1.7. В пределах осуществления по условиям настоящего договора аренды коммерческой эксплуатации арендованного оборудования Арендатор вправе без согласия на то Арендодателя от своего имени заключать с третьими лицами коммерческие и иные договоры, если условия их не противоречат целям использования арендуемого оборудования (имущества) по настоящему договору и назначению этого оборудования в соответствии с его конструктивными особенностями и эксплуатационными данными.

1.8. Арендодатель вправе потребовать расторжения настоящего договора и возмещения убытков в случаях, когда им будут установлены факты использования оборудования не в соответствии с условиями договора аренды (имущественного найма) или назначением арендованного оборудования.

1.9. Арендодатель несет ответственность за недостатки сданного им в аренду по настоящему договору оборудования, полностью или частично препятствующие пользованию им, несмотря на то, что при сдаче оборудования в аренду (заключении договора) Арендодатель мог и не знать о наличии указанных недостатков.

При этом Арендатор может потребовать от Арендодателя возмещения своих нарушенных имущественных интересов (в формах, предусмотренных ст. 612 ГК РФ) или потребовать досрочного расторжения настоящего договора аренды (имущественного найма).

1.10. В случаях, когда недостатки арендованного оборудования были оговорены при заключении договора или были известны Арендатору либо должны были быть выявлены им при осмотре или проверке исправности оборудования при заключении договора или передаче его Арендатору в пользование по договору, Арендодатель не отвечает за подобные недостатки.

1.11. Арендодатель гарантировал Арендатору отсутствие прав третьих лиц на оборудование (имущество), являющееся объектом аренды по настоящему договору (см. п. 1.2).

1.12. В случаях существенного нарушения Арендатором установленного договором порядка внесения арендной платы (сроков платежей) Арендодатель может потребовать от Арендатора досрочного внесения арендной платы в установленный Арендодателем срок, но не более чем за два срока плановых платежей подряд.

1.13. Ответственность за вред (ущерб), причиненный арендованным оборудованием третьим лицам, несет Арендодатель, который вправе предъявить к Арендатору регрессное требование о возмещении средств, выплаченных третьим лицам в порядке возмещения причиненного вреда, если докажет, что вред (ущерб) возник по вине Арендатора.

1.14. Стороны настоящего договора аренды определили, что Арендатор, надлежащим образом исполнявший свои обязательства по настоящему договору, при прочих равных условиях пользуется преимущественным правом на заключение договора аренды на новый срок по истечении срока действия данного договора.

2. Дополнительно Арендодатель обязуется:

2.1. Передать по документу, определенному сторонами настоящего договора и подтверждающему факт передачи, оборудование, являющееся объектом аренды, в течение _____ дней со дня подписания настоящего договора (вступления настоящего договора в силу).

2.2. Передать Арендатору вместе со сдаваемым в аренду оборудованием (имуществом) его принадлежности и относящиеся к нему документы: технические паспорта, инструкции по эксплуатации (пользованию), сертификаты качества, пригодности, свидетельства электробезопасности и т.п.).

2.3. Передать (предоставить) Арендатору оборудование, предусмотренное настоящим договором, в состоянии, соответствующем условиям договора аренды, производственному назначению арендованного оборудования (имущества) и его пригодности для коммерческой эксплуатации.

2.4. В присутствии Арендатора по договору аренды проверить исправность сдаваемого в аренду оборудования, а также ознакомить Арендатора с правилами эксплуатации его либо выдать Арендатору письменные инструкции о правилах и порядке пользования этим оборудованием (имуществом).

2.5. Оказывать в период действия договора аренды Арендатору консультационную, информационную, техническую и иную помощь в целях наиболее эффективного и грамотного использования Арендатором оборудования, переданного ему во временное владение и пользование по настоящему договору аренды.

2.6. В течение всего срока действия договора аренды оборудования, осуществлять его капитальный ремонт и предоставление необходимых запасных частей и иных принадлежностей.

2.7. В случае полного выхода из строя в период срока действия договора всего арендованного оборудования или отдельных его единиц (позиций) по согласованию с Арендатором рассмотреть вопрос о возможной замене упомянутого оборудования.

2.8. Возмещать Арендатору стоимость улучшений арендованного оборудования, не отделимых без вреда для оборудования, в случаях, когда Арендатор осуществил такие улучшения своими силами и за свой счет при наличии на то письменного согласия Арендодателя как собственника переданного в аренду оборудования (имущества).

3. Дополнительно Арендатор обязуется:

3.1. Использовать полученное в аренду оборудование (имущество) в соответствии с условиями настоящего договора и исключительно по прямому производственному и потребительскому назначению названного оборудования.

3.2. Нести возникающие в связи с коммерческой эксплуатацией арендованного оборудования расходы, в том числе на оплату текущего ремонта и расходуемых в процессе эксплуатации материалов, поддерживать оборудование в исправном состоянии.

3.3. Возместить Арендодателю убытки, причиненные в случае гибели или повреждения арендованного оборудования, если Арендодатель докажет, что гибель или повреждение оборудования произошли в результате наступления обстоятельств, за которые Арендатор несет ответственность в соответствии с действующим законодательством или условиями настоящего договора аренды (имущественного найма).

3.4. В сроки, согласованные сторонами настоящего договора, вносить арендную плату за пользование полученным в аренду оборудованием (имуществом).

3.5. Продолжать оплату аренды по условиям договора при использовании арендованного оборудования и после истечения срока действия настоящего договора, решая вопрос о продлении (возобновлении) договора.

3.6. Возвратить арендованное оборудование в течение _____ дней после истечения срока действия настоящего договора или прекращения действия его по иным основаниям в состоянии, которое определяется по соглашению сторон настоящего договора аренды.

4. Условия улучшения арендованного оборудования

4.1. Улучшения арендованного по данному договору оборудования, осуществленные Арендатором за свой счет и которые могут быть отделимы без вреда для оборудования (имущества), являются собственностью Арендатора. По соглашению сторон договора Арендодатель вправе оплатить расходы Арендатора по улучшению оборудования в период аренды, после чего указанные улучшения перейдут в его собственность.

4.2. Арендодатель вправе не возмещать Арендатору расходы Арендатора по улучшению оборудования, находящегося в аренде у последнего, если эти улучшения являются не отделимыми без вреда для оборудования и осуществлены Арендатором без согласия на то Арендодателя.

4.3. Любые улучшения арендованного оборудования (как отделимые, так и неотделимые), осуществленные Арендатором в период действия срока договора аренды за счет амортизационных отчислений от указанного оборудования (имущества), являются собственностью Арендодателя по настоящему договору.

5. Арендная плата по договору и порядок расчетов

5.1. Стороны настоящего договора установили, что стоимость пользования оборудованием, переданным в пользование Арендатору, за полный срок аренды его (36 месяцев) составляет _____
(цифрами и прописью)

рублей, исходя из следующего: (далее – "расшифровка" по каждой позиции оборудования).

5.2. Указанная сумма арендной платы по договору аренды Арендатором выплачивается ежемесячно равными долями (1/36 стоимости аренды – см. выше) в твердой (фиксированной) сумме платежа ____ рублей (в месяц). Арендная плата может устанавливаться, как за все переданное в аренду имущество в целом, так и отдельно по каждой из его составных частей (позиций) в виде:

- 1) определенных в твердой сумме платежей, вносимых периодически или единовременно;
- 2) установленной доли полученных в результате использования оборудования (имущества), находящегося в аренде, продукции и доходов;
- 3) предоставления Арендатором определенных услуг;
- 4) передачи Арендатором Арендодателю обусловленной договором вещи в собственность или аренду;
- 5) возложения на Арендатора обусловленных договором затрат на улучшение арендованного имущества (оборудования).

В договоре стороны его вправе использовать сочетание указанных выше форм арендной платы либо определить иные формы и порядок оплаты аренды имущества (оборудования).

5.3. Оплата аренды осуществляется Арендатором путем перечисления платежным поручением причитающейся суммы на расчетный счет Арендодателя. Указанные платежи должны осуществляться Арендатором до 25-го числа каждого календарного месяца.

5.4. Размер (стоимость) арендной платы, при наличии в том необходимости и объективных реальностей, может в период срока действия договора изменяться по соглашению сторон в сроки, которые могут быть дополнительно определены сторонами договора аренды, но не чаще одного раза в год.

5.5. Арендатор вправе требовать от Арендодателя уменьшения платы за аренду в соответствующем размере (пропорции), если в силу обстоятельств, на которые он не может повлиять и за результат наступления которых не может быть ответственен, условия использования арендованного оборудования (имущества), предусмотренные настоящим договором аренды, или состояние находящегося в аренде оборудования существенно ухудшилось.

5.6. Продукция и доходы, полученные Арендатором в результате использования им оборудования, полученного в аренду в соответствии с условиями настоящего договора аренды, являются собственностью Арендатора.

5.7. Арендодатель обязан вернуть Арендатору соответствующую часть уже полученной им арендной платы при досрочном возврате Арендатором оборудования (имущества), переданного ему в аренду. При этом возвращаемая сумма должна исчисляться со дня, следующего за днем фактического возврата оборудования, находившегося в пользовании у Арендатора.

6. Ответственность сторон и форсмажор

6.1. Сторона договора, имущественные интересы или деловая репутация которой нарушены в результате неисполнения или ненадлежащего исполнения обязательств по договору другой стороной, вправе требовать полного возмещения причиненных ей этой стороной убытков, под которыми понимаются расходы, которые сторона, чье право нарушено, произвела или произведет для восстановления своих прав и интересов; утрата, порча или повреждение товара (реальный ущерб), а также неполученные доходы, которые эта сторона получила бы при обычных условиях делового оборота, если бы ее права и интересы не были нарушены (упущенная выгода).

6.2. Любая из сторон настоящего договора, не исполнившая обязательства по договору или исполнившая их ненадлежащим образом, несет ответственность за упомянутое при наличии вины (умысла или неосторожности).

6.3. Отсутствие вины за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств по договору доказывается стороной, нарушившей обязательства.

6.4. Сторона, не исполнившая или ненадлежащим образом исполнившая свои обязательства по договору при выполнении его условий, несет ответственность, если не докажет, что надлежащее исполнение обязательств оказалось невозможным вследствие непреодолимой силы (форсмажор), т.е. чрезвычайных и непредотвратимых обстоятельств при конкретных условиях конкретного периода времени. К обстоятельствам непреодолимой силы стороны настоящего договора отнесли такие: явления стихийного характера (землетрясение, наводнение, удар молнии извержение вулкана, сель, оползень, цунами и т.п.), температуру, силу ветра и уровень осадков в месте исполнения обязательств по договору, исключаяющих для человека нормальную жизнедеятельность; мораторий органов власти и управления; забастовки, организованные в установленном законом порядке, и другие обстоятельства, которые могут быть определены сторонами договора как непреодолимая сила для надлежащего исполнения обязательств.

6.5. Сторона, попавшая под влияние форсмажорных обстоятельств, обязана уведомить об этом другую сторону не позднее _____ календарных дней со дня наступления таких обстоятельств.

6.6. Неуведомление или несвоевременное уведомление о наступлении форсмажорных обстоятельств не дает права ссылаться при невозможности выполнить свои обязанности по договору на наступление форсмажорных обстоятельств.

6.7. Сторона, лишенная права ссылаться на наступление форсмажорных обстоятельств, несет ответственность в соответствии с действующим законодательством.

7. Порядок разрешения споров

7.1. Споры, которые могут возникнуть при исполнении условий настоящего договора, стороны будут стремиться разрешать дружеским путем в порядке досудебного разбирательства: путем переговоров, обмена письмами, уточнением условий договора, составлением необходимых протоколов, дополнений и изменений, обмена телеграммами, факсами и др. При этом каждая из сторон вправе претендовать на наличие у нее в письменном виде результатов разрешения возникших вопросов.

7.2. При недостижении взаимоприемлемого решения стороны вправе передать спорный вопрос на разрешение в судебном порядке в соответствии с действующими в Российской Федерации положениями о порядке разрешения споров между сторонами (юридическими лицами) – участниками коммерческих, финансовых и иных отношений делового оборота.

8. Защита интересов сторон

По всем вопросам, не нашедшим своего решения в тексте и условиях настоящего договора, но прямо или косвенно вытекающим из отношений сторон по нему, затрагивающих имущественные интересы и деловую репутацию сторон договора, имея в виду необходимость защиты их охраняемых законом прав и интересов, стороны настоящего договора будут руководствоваться нормами и положениями действующего законодательства Российской Федерации.

9. Изменение и/или дополнение договора

9.1. Настоящий договор может быть изменен и/или дополнен сторонами в период его действия на основе их взаимного согласия и наличия объективных причин, вызвавших такие действия сторон.

9.2. Если стороны договора не достигли согласия о приведении договора в соответствие с изменившимися обстоятельствами (изменение или дополнение условий договора), по требованию заинтересованной стороны договор может быть изменен и/или дополнен по решению суда только при наличии условий, предусмотренных действующим законодательством.

9.3. Последствия изменения и/или дополнения настоящего договора определяются взаимным соглашением сторон или судом по требованию любой из сторон договора.

9.4. Любые соглашения сторон по изменению и/или дополнению условий настоящего договора имеют силу в том случае, если они оформлены в письменном виде, подписаны сторонами договора и скреплены печатями сторон.

10. Продление срока действия (продлонгация) договора

10.1. При наличии в том необходимости и коммерческой целесообразности стороны настоящего договора аренды вправе рассматривать вопрос о продлении срока действия (продлонгации) договора на определенный обоюдным решением период времени (срок) или на неопределенный срок (по выбору сторон договора) на тех же или иных, определенных сторонами, условиях аренды оборудования (имущества).

10.2. Если за 45 дней до истечения срока действия настоящего договора аренды ни одна из сторон его не заявит о своем намерении не продлевать аренду по договору или заключить новый договор аренды на существенно иных условиях использования оборудования, договор автоматически продлевается (продлонгируется) на следующий 12-месячный срок и так далее.

10.3. Стороны настоящего договора, если сочтут необходимым, рассмотрят и согласуют дополнительно иной, против указанного выше, порядок продления срока действия (продлонгации) договора аренды.

11. Возможность и порядок расторжения договора

11.1. Настоящий договор может быть расторгнут по соглашению сторон.

11.2. Договор может быть расторгнут судом по требованию одной из сторон только при существенном нарушении условий договора одной из сторон, или в иных случаях, предусмотренных настоящим договором или действующим законодательством.

Нарушение условий договора признается существенным, когда одна из сторон его допустила действие (или бездействие), которое влечет для другой стороны такой ущерб, что дальнейшее действие договора теряет смысл, поскольку эта сторона в значительной мере лишается того, на что рассчитывала при заключении договора.

11.3. По требованию Арендодателя настоящий договор аренды может быть досрочно расторгнут судом в случаях, когда Арендатор:

1) пользуется оборудованием (имуществом) с существенным нарушением условий договора или назначения оборудования либо с неоднократными нарушениями;

2) существенно ухудшает оборудование;

3) более двух раз подряд по истечении установленного договором срока платежа не вносит арендную плату.

Арендодатель вправе требовать досрочного расторжения договора только после направления Арендатору письменного предупреждения о необходимости исполнения им обязательства в разумный срок.

11.4. По требованию Арендатора договор аренды может быть до-срочно расторгнут судом в случаях, когда:

1) Арендодатель не предоставляет оборудование (имущество) в пользование Арендатору либо создает препятствия пользованию оборудованием в соответствии с условиями договора или назначением его;

2) переданное Арендатору оборудование имеет препятствующие пользованию им недостатки, которые не были оговорены Арендодателем при заключении договора, не были заранее известны Арендатору и не должны были быть обнаружены Арендатором во время осмотра оборудования или проверки его исправности при заключении договора;

3) Арендодатель не производит являющийся его обязанностью капитальный ремонт оборудования (имущества) в установленные договором аренды сроки, а при отсутствии их в договоре – в разумные сроки;

4) арендованное оборудование в целом или многие отдельные позиции (единицы) его в силу обстоятельств, за которые Арендатор не отвечает, окажется в состоянии, не пригодном для использования.

11.5. Договор может быть расторгнут сторонами его или по решению суда, если в период его действия произошло существенное изменение обстоятельств, из которых стороны исходили при заключении договора, когда эти обстоятельства изменились настолько, что, если бы такие изменения можно было предвидеть заранее, договор между сторонами его вообще не был бы заключен или был бы заключен на условиях, значительно отличающихся от согласованных по настоящему договору.

11.6. В случаях расторжения договора по соглашению сторон (см. п. 11.1 договора) договор прекращает свое действие по истечении дней со дня, когда стороны достигли соглашения о расторжении заключенного между ними договора аренды оборудования (имущества).

11.7. Последствия расторжения настоящего договора определяются взаимным соглашением сторон его или судом по требованию любой из сторон договора аренды.

12. Действие договора во времени

12.1. Настоящий договор вступает в силу со дня подписания его сторонами, с которого и становится обязательным для сторон, заключивших его. Условия настоящего договора применяются к отношениям сторон, возникшим только после заключения настоящего договора.

12.2. Настоящий договор действует в течение 36 месяцев (до момента окончания исполнения сторонами своих обязательств по нему) и прекращает свое действие _____ 20__ года.
(число, месяц)

12.3. Прекращение (окончание) срока действия настоящего договора влечет за собой прекращение обязательств сторон по нему, но не освобождает стороны договора от ответственности за его нарушения, если таковые имели место при исполнении условий настоящего договора аренды.

13. Юридические адреса сторон

13.1. В случае изменения юридического адреса или обслуживающего банка стороны договора обязаны в _____ дневный срок уведомить об этом друг друга.

13.2. Реквизиты сторон:

Справка. К настоящему договору имеется 2 приложения – см. далее.

от _____

(Документ, подтверждающий полномочия – право ответственного представителя Арендодателя на заключение (подписание) данного договора – (лучше подлинники к каждому экземпляру договора!)

Приложение № 2 к договору аренды

от _____

(Документ, подтверждающий полномочия – право ответственного представителя Арендатора на заключение (подписание) данного договора – (лучше подлинники к каждому экземпляру договора!)

Справка

В качестве приложений к настоящему договору аренды оборудования могут быть следующие (о чем обязательно надлежит указать в тексте договора):

– перечень арендуемого оборудования по позициям с подробными характеристиками (данными) каждой из них (п. 1.2 договора);

– расчет ("расшифровка") арендной платы за используемое по договору оборудование — по позициям объектов аренды и обоснованием (калькуляцией) стоимости аренды по настоящему договору (п. 5.1 договора).

Такие приложения, как неотъемлемые части договора, должны быть подписаны сторонами договора аренды и скреплены их печатями.

ДОГОВОР АРЕНДЫ ОБОРУДОВАНИЯ
(на условиях невозврата его арендодателю с правом выкупа)

Справка. Приводимая форма договора рекомендуется для использования при подготовке договоров аренды имущества с правом выкупа его арендатором. Данная форма во многом по тексту может совпадать с договором аренды без права выкупа, но право выкупа налагает на стороны ряд обязательств, вытекающих именно из данного факта.

Поэтому стороны договора должны в их договоре определить правовое решение вопросов, возникающих при аренде имущества (оборудования), которое в дальнейшем перейдет в собственность арендатора по истечении срока аренды или до его истечения при условии внесения арендатором всей обусловленной договором выкупной цены.

В первоначальном договоре аренды стороны его могут не предусмотреть условия о выкупе арендуемого имущества. Однако это не лишает их права вернуться к этому вопросу и установить права арендатора на выкуп имущества дополнительным соглашением сторон, в том числе и право зачета ранее выплаченной арендной платы в выкупную цену.

Предлагаемая примерная форма договора может быть использована при оформлении аренды с правом выкупа большой номенклатуры оборудования (имущества).

"__" _____ 20__ года гор. (пос.) _____,
(наименование предприятия, организации)

именуемое в дальнейшем "Арендодатель" в лице _____, действующего на основании _____
(должность, фамилия, имя, отчество)

_____, с одной стороны, и _____
(устава, положения, доверенности)

_____, именуемое в дальнейшем "Арендатор",
(наименование предприятия, организации)

в лице _____, действующего на основании _____
(должность, фамилия, имя, отчество)

_____, с другой стороны, полномочия которых
(устава, положения, доверенности)

на заключение договора прилагаются к экземплярам его для сторон, заключили настоящий договор о нижеследующем:

1. Предмет и общие условия договора

1.1. Предметом настоящего договора аренды (имущественного найма) является предоставление Арендодателем за обусловленную сторонами договора плату во владение и пользование Арендатора оборудования, которое будет использовано последним в своих производственных целях и целях получения коммерческих результатов в соответствии с конструктивными и эксплуатационными данным оборудования (имущества), передаваемого в аренду. По окончании срока аренды указанное оборудование переходит в собственность Арендатора на условиях договора.

1.2. Объектом аренды по настоящему договору является (наименование сдаваемого/принимаемого в аренду оборудования, его тип, марка, модель, индивидуализирующие признаки, определенные эксплуатационные характеристики, стоимость и т.п., по необходимости и согласованному решению сторон настоящего договора аренды (имущественного найма). По условиям данного договора (только как пример) – 2 (два) станка токарных (разные модели и необходимые данные), 1 (один) фрезерный станок (модель, тип, данные), 2 (две) дозировочно-прессовых установки (одной модели и типа, данные), далее по тексту договора — оборудование или имущество.

1.3. На момент заключения настоящего договора оборудование, сдаваемое в аренду, принадлежит Арендодателю на праве собственности, не заложено или арестовано, не является предметом исков третьих лиц. Указанное гарантируется Арендодателем.

ПРИЛОЖЕНИЕ 5

ДОГОВОР

лизинга техники

" ____ "2007 г.

Лизинговая компания, именуемая в дальнейшем "Лизингодатель", в лице _____, действующего на основании _____, с одной стороны, и _____, именуемое в дальнейшем "Лизингополучатель", в лице _____, действующего на основании _____, с другой стороны, совместно именуемые "Стороны", заключили настоящий Договор о нижеследующем:

1. Предмет договора

1.1. Лизингодатель обязуется приобрести у Продавца на основании Договора купли-продажи техники для передачи ее в лизинг (далее – Договор купли-продажи) технику, указанную Лизингополучателем в Заявке (к настоящему Договору), и предоставить ее Лизингополучателю за плату во временное владение и пользование.

1.2. Лизингополучатель имеет право использовать технику (далее – Место использования). Смена Места использования техники может быть произведена с письменного согласия Лизингодателя.

1.3. _____ Назначением техники является _____ Лизингополучатель имеет право использовать технику по иному назначению только с письменного согласия Лизингодателя.

1.4. Выбор Продавца техники, указанной в п. 1.1 настоящего Договора, осуществлен Лизингополучателем.

1.5. Лизингодатель обязуется передать технику Лизингополучателю на складе Продавца (г. _____) (далее – Место приемки-передачи) в порядке, предусмотренном разделом 3 настоящего Договора, в срок не позднее _____ () рабочих дней с даты поступления на расчетный счет Лизингодателя аванса, указанного в п. 6.2 настоящего Договора.

1.6. Техника, передаваемая в лизинг по настоящему Договору, принадлежит Лизингодателю на праве хозяйственного ведения.

2. Срок лизинга

2.1. Техника передается Лизингополучателю в лизинг на срок _____ () года _____ () месяцев, начиная с первого числа месяца, следующего за датой ввода техники в эксплуатацию.

Стороны договорились, что Лизингодатель в целях налогового учета применяет к основной норме амортизации техники специальный коэффициент 3 (три).

2.2. Лизингодатель имеет право выполнить свои обязательства по поставке техники досрочно с согласия Лизингополучателя.

2.3. Лизингополучатель имеет право выкупить технику по истечении срока действия настоящего Договора или до его истечения на условиях, определяемых отдельным договором купли-продажи.

2.4. В случае выкупа техники по истечении срока действия настоящего Договора при условии уплаты Лизингополучателем всех лизинговых платежей, причитающихся Лизингодателю в соответствии с Графиком лизинговых платежей, выкупная цена техники включает в себя:

- остаточную стоимость техники на дату окончания срока лизинга, определяемую на основании данных бухгалтерского учета Лизингодателя, увеличенную на сумму НДС;
- все затраты Лизингодателя, связанные с передачей техники, увеличенные на сумму НДС.

Лизингополучатель обязан письменно предупредить Лизингодателя о своих намерениях в отношении приобретения техники в собственность за 3 (три) месяца до окончания срока лизинга по настоящему Договору.

2.5. В случае, если Лизингополучатель не воспользуется правом выкупа техники, Лизингополучатель обязан вернуть технику Лизингодателю в соответствии с условиями п.5.13 настоящего Договора.

3. Приемка техники лизингополучателем

3.1. Приемка техники осуществляется уполномоченными представителями Лизингополучателя, Лизингодателя и Продавца в месте приемки-передачи.

Техника передается Лизингополучателю по мере ее предоставления Лизингодателю Продавцом в соответствии с условиями Договора купли-продажи.

Лизингодатель заблаговременно извещает Лизингополучателя о дате проведения приемки техники.

Транспортировка техники от Места приемки-передачи до Места использования осуществляется Лизингополучателем за свой счет.

3.2. При проведении приемки техники необходимо:

- проверить количество и комплектность техники;
- наличие пломб и печатей в местах, не подлежащих вскрытию Лизингополучателем в течение гарантийного срока;
- произвести наружный осмотр, а также осмотр доступных частей техники без использования технических приспособлений;
- проверить функционирование всех систем и агрегатов техники;
- проверить наличие документов, предусмотренных настоящим Договором.

3.3. При приемке техники составляется Акт приемки-передачи, подтверждающий ее соответствие Технической спецификации (Приложение №1 к настоящему Договору) и Заявке (Приложение №3 к настоящему Договору).

3.3.1. Акт приемки-передачи должен содержать следующие положения;

- место и время проведения приемки;
- ФИО и должности уполномоченных представителей, реквизиты доверенностей;
- результаты проверки позиций, указанных в п. 3.2 настоящего Договора;
- все замечания к технике со стороны лиц, осуществлявших приемку;
- объяснения лиц, осуществлявших приемку, по всем замечаниям к технике.

3.3.2. Акт приемки-передачи техники оформляется в течение суток после ее предоставления Продавцом Лизингодателю.

3.3.3. Акт приемки-передачи техники подписывается уполномоченными представителями Лизингополучателя, Лизингодателя и Продавца в трех экземплярах, по одному для Продавца, Лизингодателя и Лизингополучателя.

3.4. Одновременно с проведением приемки техники Лизингодатель передает Лизингополучателю следующие документы:

- инструкцию по эксплуатации;
- доверенность на право поставки техники до Места использования;
- справку-счет;
- гарантийный талон;
- сервисную книжку;
- копию сертификата соответствия техники Госстандартам РФ (или копию).

3.5. Уполномоченный представитель Лизингополучателя передает уполномоченному представителю Лизингодателя оригинал доверенности на подписание Акта приемки-передачи и оригинал доверенности на получение материальных ценностей по форме, установленной действующим законодательством РФ.

3.6. С момента подписания Акта приемки-передачи техники ответственность за сохранность техники от всех видов имущественного ущерба, а также за риски, связанные с ее гибелью, утратой, порчей, хищением, преждевременной поломкой, и иные имущественные риски, а также риск ответственности за выполнение обязательств, возникающих вследствие причинения вреда жизни, здоровью или имуществу других лиц в процессе пользования лизинговым имуществом, несет Лизингополучатель.

3.7. Если в срок, указанный в п. 3.3.2 настоящего Договора, Лизингополучатель не подписывает Акт приемки-передачи техники и за это время не заявил в письменной форме об отказе от приемки и подписания Акта приемки-передачи техники, то приемка считается совершившейся и все риски, указанные в п. 3.6 настоящего Договора, переходят на Лизингополучателя.

В случае необоснованного отказа от приемки техники Лизингополучатель несет ответственность согласно п. 12.3 настоящего Договора.

3.8. Лизингополучатель вправе предъявлять непосредственно Продавцу техники требования к качеству и комплектности, срокам исполнения обязанности передать технику и другие требования, установленные законодательством РФ и Договором купли-продажи между Продавцом и Лизингодателем.

4. Страхование техники и имущественных рисков

4.1. Техника должна быть застрахована Лизингополучателем от рисков утраты (гибели), недостачи или повреждения техники, а также риск ответственности за выполнение обязательств, возникающих вследствие причинения вреда жизни, здоровью или имуществу других лиц в процессе пользования лизинговым имуществом, с момента подписания Акта приемки-передачи и до момента окончания срока действия настоящего Договора. Договор страхования должен быть заключен в пользу Лизингодателя.

4.2. Страхование от рисков, указанных в п. 4.1. настоящего Договора, осуществляется Лизингополучателем в течение 10 (десяти) рабочих дней с момента подписания Акта приемки-передачи техники.

4.3. Лизингополучатель обязан предоставить Лизингодателю нотариально заверенную копию страхового полиса и документа, подтверждающего факт внесения всей суммы страховой премии, в течение 20 (двадцати) рабочих дней с момента подписания Акта приемки-передачи техники.

4.4. Стоимость страхования не включена в сумму лизинговых платежей и оплачивается Лизингополучателем за свой счет.

4.5. Страховая компания, в которой будет застрахована техника, выбирается Лизингополучателем с письменного согласия Лизингодателя в течение 10 (десяти) рабочих дней с даты подписания настоящего Договора.

При этом Лизингополучатель обязан предоставить Лизингодателю следующие сведения: – проект договора страхования;

- правила страхования от указанных в п. 4.1 настоящего Договора рисков;
- бухгалтерскую отчетность страховой компании, заверенную печатью налогового органа.

Стоимость техники для включения в договор страхования сообщается Лизингодателем.

4.6. В случае неисполнения Лизингополучателем обязательств, указанных в п. 4.2 настоящего Договора, Лизингополучатель уплачивает Лизингодателю пеню в размере 0,01 (ноль целых, одной сотой) процента от суммы лизинговых платежей, указанной в п.б.1. настоящего Договора, за каждый день просрочки.

5. Использование техники и ее возврат

Лизингодателю

5.1. Лизингополучатель обязуется использовать технику строго по прямому назначению, в соответствии с инструкцией по эксплуатации, содержать ее в исправности, соблюдать соответствующие нормативные акты, стандарты, технические условия, правила технической эксплуатации и инструкции предприятия-изготовителя.

5.2. Лизингополучатель за свой счет осуществляет эксплуатацию, текущий и капитальный ремонт, а также техническое обслуживание техники.

5.3. Лизингополучатель обязуется осуществлять какие-либо ремонтные или наладочные работы (операции) с использованием только оригинальных запасных частей и с соблюдением инструкций предприятия-изготовителя техники.

5.4. Конструктивные изменения (модификации) техники могут осуществляться Лизингополучателем только с письменного согласия Лизингодателя и предприятия-изготовителя.

5.5. Стоимость неотделимых улучшений техники, произведенных Лизингополучателем, не подлежит компенсации Лизингодателем.

5.6. Поврежденная или разукомплектованная техника должна быть в разумный срок отремонтирована либо доукомплектована исключительно за счет Лизингополучателя даже в том случае, если ущерб был нанесен по вине третьей стороны или в результате несчастного случая.

5.7. Лизингодатель имеет право осуществлять контроль за соблюдением Лизингополучателем условий настоящего Договора и других сопутствующих договоров. В целях выполнения настоящего пункта Лизингополучатель в течение рабочего времени, установленного на предприятии Лизингополучателя, обязуется обеспечить беспрепятственное посещение уполномоченными представителями Лизингодателя или третьей стороны, помещений (территорий) в которых находится и/или используется техника.

Лизингополучатель обязан немедленно сообщить Лизингодателю о наложении ареста на технику или о других юридических санкциях, относящихся к технике, а также сообщить точное местонахождение техники Лизингодателю.

5.8. Лизингополучатель с письменного согласия Лизингодателя имеет право передавать технику в сублизинг. Ответственность за сохранность техники, а также за своевременную уплату лизинговых платежей сохраняется за Лизингополучателем.

5.9. Лизингополучатель обязуется по требованию Лизингодателя информировать Лизингодателя о техническом состоянии техники в письменной форме.

5.10. Возврат техники Лизингодателю в случае, если Лизингополучатель не воспользуется правом выкупа техники согласно п. 2.4 настоящего Договора, а также в случае расторжения настоящего Договора по причинам, указанным в пп. 10.3.3 – 10.3.7, осуществляется в следующем порядке:

5.10.1. Техника должна быть возвращена Лизингодателю в исправном состоянии с учетом нормального износа, вместе со всеми ее принадлежностями и со всеми документами.

5.10.2. При возврате техники составляется Акт приемки-передачи техники, подписываемый уполномоченными представителями Лизингодателя и Лизингополучателя.

6. Лизинговые платежи и условия расчетов

6.1. Лизингополучатель за предоставленное ему право владения и пользования техникой, переданной в лизинг по настоящему Договору, обязуется уплатить Лизингодателю лизинговые платежи в сумме _____ рублей _____ копеек, в том числе НДС _____ рублей _____ копеек.

Вознаграждение Лизингодателя включено в лизинговые платежи и составляет _____ рубля _____ копеек, в том числе _____ НДС _____ рубль/копеек.

6.2. Расчеты по лизинговым платежам осуществляются в российских рублях независимо от фактического использования имущества в соответствии с Графиком лизинговых платежей и следующим порядком:

Лизингополучатель в течение 5 (пяти) банковских дней с даты подписания настоящего Договора перечисляет на расчетный счет Лизингодателя аванс в размере _____ рубля _____ копеек, в том числе НДС _____ копеек.

Дальнейшие расчеты Лизингополучателя и Лизингодателя осуществляются в соответствии с Графиком лизинговых платежей.

6.3. Лизингодатель по согласованию с Лизингополучателем, имеет право изменять общую сумму лизинговых платежей и периодических выплат в период действия настоящего Договора и при его продлении в случае появления новых обстоятельств, могущих вызвать коммерческие потери Сторон: повышение размера учетной ставки ЦБ РФ более чем на 10 % за год, повышение или введение новых налогов и сборов, регулирующих отношения Сторон по настоящему договору.

6.4. Начисление лизинговых платежей производится Лизингодателем ежемесячно, начиная с 01 числа месяца, следующего за датой ввода техники в эксплуатацию.

В конце каждого месяца Лизингодатель выставляет Лизингополучателю счет-фактуру за оказанные в текущем месяце услуги.

6.5. техника учитывается на балансе Лизингодателя.

6.6. лизингодатель имеет право на финансовый контроль за деятельностью Лизингополучателя в той ее части, которая относится к предмету лизинга, формированием финансовых результатов деятельности Лизингополучателя и выполнением Лизингополучателем обязательств по настоящему Договору.

Лизингодатель имеет право направлять Лизингополучателю в письменной форме запросы о предоставлении информации, необходимой для осуществления финансового контроля, а Лизингополучатель обязан удовлетворять такие запросы.

7. Форс-мажор

7.1. Сторона, не исполнившая или ненадлежащим образом исполнившая обязательство, принятое в соответствии с настоящим Договором, несет ответственность, если не докажет, что надлежащее исполнение оказалось невозможным вследствие непреодолимой силы, т.е. чрезвычайных и непредотвратимых при данных условиях обстоятельств.

7.2. Сторона, не имеющая возможности исполнить принятые на себя обязательства в следствии возникновения форс-мажорных обстоятельств и претендующая на освобождение от ответственности, обязана незамедлительно, после того как стало известно о возникновении форс-мажорных обстоятельств, уведомить вторую сторону о таких обстоятельствах в письменной форме.

7.3. Основания освобождения от ответственности имеют силу с момента возникновения препятствия или, если уведомление дано несвоевременно, то с даты уведомления. Отсутствие уведомления возлагает на нарушившую Сторону ответственность возместить убытки, которые в ином случае могли быть предотвращены.

7.4. Сторона, для которой создалась невозможность исполнения обязательств по Договору, обязана известить в письменной форме другую Сторону о наступлении и прекращении вышеуказанных обстоятельств не позднее десяти календарных дней с момента их наступления.

7.5. Если эти обстоятельства будут длиться более 2 (двух) месяцев, каждая из Сторон имеет право на досрочное расторжение настоящего Договора. При этом Стороны не освобождаются от обязательств по возмещению задолженностей, образовавшихся до наступления форс-мажорных обстоятельств.

8. Урегулирование споров

8.1. Настоящим договором предусматривается претензионный порядок урегулирования споров. Срок рассмотрения предъявленной претензии – 14 календарных дней с даты ее получения.

8.2. В случае, если Стороны не могут прийти к соглашению, все споры и разногласия, возникающие в связи с настоящим Договором, подлежат разрешению в арбитражном суде в соответствии с законодательством Российской Федерации.

9. Прочие положения

9.1. Любая договоренность между Сторонами, влекущая за собой новые обязательства, которые не вытекают из настоящего Договора, должна быть письменно подтверждена Сторонами в форме дополнительного соглашения к настоящему Договору.

9.2. После подписания Договора все предыдущие письменные и устные соглашения, переговоры и переписка между Сторонами теряют силу, если на них отсутствует ссылка в Договоре.

9.3. Все приложения к настоящему Договору являются его неотъемлемой частью, и без них Договор считается не имеющим юридической силы.

9.4. В течение срока действия Договора Лизингополучатель обязан предоставлять Лизингодателю информацию об изменении количества и видов счетов Лизингополучателя в кредитных организациях не позднее 5 (пяти) рабочих дней с момента наступления вышеуказанных изменений.

9.5. Ни одна из Сторон не вправе передавать свои права и обязанности по настоящему Договору третьим лицам без письменного согласия другой Стороны.

В случаях, не предусмотренных настоящим Договором, Стороны руководствуются действующим законодательством РФ.

9.6. Настоящий договор составлен в двух экземплярах, имеющих равную юридическую силу, по одному экземпляру для каждой из Сторон.

10. Прекращение договора

10.1. Действие Договора прекращается по истечении срока Договора или в случае его расторжения.

10.2. Договор может быть расторгнут по соглашению Сторон или по решению суда, за исключением случаев, указанных в настоящем Договоре.

10.3. Лизингодатель вправе расторгнуть в одностороннем порядке Договор в следующих случаях:

10.3.1. Договор купли-продажи техники был расторгнут по любой причине до момента перечисления авансового платежа в соответствии с п. 6.2 настоящего Договора.

10.3.2. Лизингополучатель в течение срока, превышающего 5 (пять) банковских дней, не выполняет своих обязательств по оплате аванса, предусмотренного п. 6.2 настоящего Договора.

10.3.3. Лизингополучатель в течение срока, превышающего 30 (тридцать) банковских дней, не выполняет своих обязательств по оплате лизинговых платежей либо пеней, предусмотренных настоящим Договором.

10.3.4. Лизингополучатель допускает использование или содержание техники с нарушением условий настоящего Договора.

10.3.5. В период действия настоящего Договора организация Лизингополучателя ликвидируется или преобразовывается, а также в случае подачи заявления о признании Лизингополучателя банкротом.

10.3.6. Лизингополучатель сдал технику в сублизинг без согласия Лизингодателя.

10.3.7. Лизингополучатель внес в технику существенные конструктивные изменения без согласия Лизингодателя.

10.4. При расторжении Договора в случае, предусмотренном в п. 10.3.1, Лизингодатель и Лизингополучатель освобождаются от взаимных обязательств по настоящему Договору и не несут обязательств по возмещению убытков.

При расторжении настоящего Договора по причинам, указанным в п.п. 10.3.3 – 10.3.7, Лизингополучатель обязан уплатить Лизингодателю сумму закрытия сделки, согласно п. 12.2 настоящего Договора, Лизингополучатель обязан вернуть Дорожную технику Лизингодателю в соответствии с условиями п. 5.13 настоящего Договора.

10.5. О требовании расторжения настоящего Договора одна Сторона обязана известить в письменной форме другую Сторону не позднее чем за 10 (десять) календарных дней до момента расторжения Договора.

11. Гарантия

11.1. Гарантия Продавца действительна в течение _____ (_____) месяцев с даты подписания Акта приемки-передачи при условии, что пробег за этот период не превысит _____ (_____) км.

11.2. Лизингополучатель вправе предъявлять непосредственно Продавцу требования по исполнению обязательств по гарантийному обслуживанию и ремонту, определенные Договором купли-продажи.

11.3. В течение 10 (десяти) рабочих дней после подписания Договора купли-продажи, но не ранее вступления в силу настоящего Договора, Лизингодатель направляет в адрес Лизингополучателя копию Договора купли-продажи.

12. Ответственность

12.1. В случае полной или частичной просрочки выплаты лизинговых платежей Лизингодатель имеет право взыскать в беспорядном порядке причитающиеся Лизингодателю денежные средства, а также Лизингополучатель обязан выплатить Лизингодателю пени в размере 0,06 % (ноль целых, шесть сотых процента) от неуплаченной суммы за каждый день просрочки, но не более 30 % (тридцати процентов). Выплата пени не освобождает Лизингополучателя от выполнения своих обязательств.

12.2. При расторжении настоящего Договора в случае невыполнения Лизингополучателем своих договорных обязательств по оплате аванса (п. 10.3.2 настоящего Договора) Лизингополучатель обязан возместить Лизингодателю упущенную выгоду.

При расторжении Договора по причинам, указанным в п.п. 10.3.3 – 10.3.7, Лизингополучатель обязан вернуть Дорожную технику Лизингодателю в соответствии с условиями п. 5.13 настоящего Договора, а также уплатить Лизингодателю сумму закрытия сделки, которая включает:

- а) всю задолженность Лизингополучателя по лизинговым платежам на момент расторжения Договора;
- б) всю задолженность Лизингополучателя по пеням на момент расторжения Договора;
- в) иные затраты Лизингодателя, связанные с расторжением настоящего Договора.

12.3. В случае отказа Лизингополучателя от исполнения обязательств по настоящему Договору до момента приемки техники Лизингодатель вправе предъявить Лизингополучателю требования о возмещении причиненных убытков, как реального ущерба, так и упущенной выгоды.

12.4. В случае просрочки Лизингополучателем выполнения обязательств по возврату техники в соответствии с п. 5.13. Лизингодатель имеет право изъять в беспорядном порядке технику, а также Лизингополучатель обязан выплатить Лизингодателю:

– пеню в размере 0,01 % (ноль целых, одна сотая процента) от суммы лизинговых платежей, указанной в п. 6.1 настоящего Договора, за каждый день просрочки; все расходы Лизингодателя, связанные с возвратом техники.

12.5. В случае просрочки Лизингополучателем выполнения обязательств по регистрации техники согласно п. 5.2 настоящего Договора Лизингодатель имеет право изъять в беспорядном порядке технику, а также Лизингополучатель обязан выплатить Лизингодателю пеню в размере 0,06 % (ноль целых шесть сотых процента) от суммы лизинговых платежей, указанной в п. 6.1 настоящего Договора, за каждый день просрочки.

12.6. Лизингополучатель с момента фактической приемки техники несет ответственность за выполнение обязательств, возникающих вследствие причинения вреда жизни, здоровью или имуществу других лиц в процессе пользования техникой.

13. Срок действия договора

13.1. Настоящий Договор вступает в силу с момента подписания Сторонами и действует до момента исполнения всех обязательств Сторонами.

14. Приложения

Перечисленные ниже Приложения являются неотъемлемой частью настоящего Договора:

Приложение № 1 – Техническая спецификация.

Приложение № 2 – График лизинговых платежей.

Приложение № 3 – Заявка Лизингополучателя.

15. Адреса и банковские реквизиты сторон

ЛИЗИНГОДАТЕЛЬ:

ЛИЗИНГОПОЛУЧАТЕЛЬ:

ЛИЗИНГОДАТЕЛЬ:

ЛИЗИНГОПОЛУЧАТЕЛЬ:

(_____)

МП (_____)

МП

ОГЛАВЛЕНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ	3
1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА СФЕРЫ АВТОСЕРВИСНЫХ УСЛУГ	5
1.1. Особенности автомобилизации России	5
1.2. Обоснование необходимости технических воздействий на подвижной состав	9
1.3. Классификация предприятий автосервисного обслуживания	17
1.4. Малое предпринимательство в сфере автосервисных услуг	22
1.5. Развитие автосервисных услуг легкового автомобильного транспорта	29
1.6. Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности в автосервисе	35
Вопросы для самопроверки	45
2. ЭФФЕКТИВНОСТЬ АВТОСЕРВИСА И МЕТОДЫ ЕЕ ОЦЕНКИ	46
2.1. Формирование рынка автосервисных услуг	46
2.2. Социально-экономическое значение развития автосервисных услуг	49
2.3. Методы оценки качества и эффективности автосервиса	52
3. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В СФЕРЕ АВТОСЕРВИСНЫХ УСЛУГ	57
3.1. Изучение спроса и предложений на рынке автосервисных услуг	57
3.2. Сегментирование и определение емкости рынка автосервисных услуг	69
3.3. Ценообразование на автосервисные услуги	75
3.4. Реклама на рынке автосервисных услуг	80
Вопросы для самопроверки	83
4. ЭФФЕКТИВНОСТЬ, КАК ОСНОВА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ АВТОСЕРВИСНЫХ УСЛУГ	83
4.1. Конкурентоспособность станций технического обслуживания и пути ее повышения	83
2. Перспективы газификации на автомобильном транспорте и сервис газобаллонных автомобилей	98

3. Фирменное обслуживание автомобилей	104
4. Оперативное управление производством на станции технического обслуживания	113
5. Стратегии конкуренции на рынке автосервисных услуг	120
Вопросы для самопроверки	125
5. РАЗРАБОТКА БИЗНЕС-ПЛАНА ПРОЕКТА СОЗДАНИЯ СТАНЦИЙ ТЕХНИЧЕСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ	126
Вопросы для самопроверки	147
6. ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ АВТОСЕРВИСНЫХ УСЛУГ	147
1. Обоснование необходимости государственного регулирования предпринимательской деятельности ...	147
2. Государственная регистрация предприятий и индивидуальных предпринимателей	155
3. Нормативно-правовое обеспечение рынка автосервисных услуг	162
4. Методы государственной поддержки малого предпринимательства в сфере автосервисных услуг ...	172
5. Микрофинансирование малых предприятий и индивидуальных предпринимателей	183
6. Франчайзинг как способ льготного предприниматель- ства в сфере автосервисных услуг	189
опросы для самопроверки	195
СЕРТИФИКАЦИЯ АВТОСЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	195
7.1. Основные направления развития	195
7.3. Сертификация автосервисных услуг	201
7.4. Методика сертификации автосервисных услуг	207
Вопросы для самопроверки	213
8. НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ СУБЪЕКТОВ АВТОСЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	213
1. Единый налог на вмененный доход	213
2. Упрощенная система налогообложения	217
8.3. Единый социальный налог	219
8.4. Транспортный налог	225
8.5. Учет и налогообложение индивидуальных предпринимателей	230
Вопросы для самопроверки	242
9. ЛИЗИНГОВЫЕ ОПЕРАЦИИ	242
9.1. Сущность, виды и особенности применения лизинга на автосервисном предприятии	242
9.2. Международный лизинг машин и оборудования	247
Вопросы для самопроверки	252
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ	253
ПРИЛОЖЕНИЯ	255
Приложение 1. Договор о техобслуживании и ремонте техники с предприятиями	255
Приложение 2. Правила оказания услуг (выполнения работ) по техническому обслуживанию и ремонту автомобилей и транспортных средств	261
Приложение 3. Договор аренды оборудования (на условиях возврата его арендодателю без права выкупа)	275
Приложение 4. Договор аренды оборудования (на условиях невозврата его арендодателю с правом выкупа)	287
Приложение 5. Договор лизинга техники	289

4.1. Характеристика базовых конкурентных стратегий

Стратегия	Организация производства и управления	Необходимые условия	Дестабилизирующие факторы	Цель
Снижение себестоимости услуг	Оптимальный размер производства; высокой технологической подготовки; жесткий контроль затрат; линейно-функциональная структура управления	Большая доля на рынке; эластичный спрос на услуги	Технологические нововведения; появление новых видов услуг	Формирование устойчивого конкурентного преимущества фирмы за счет создания высоких стоимостных входных барьеров на рынок
Дифференциация услуг	Наличие гибкого производства; высокий уровень технологической подготовки	Отличные характеристики услуг понятны и высоко ценятся потребителями; преимущественно неценовая конкуренция в отрасли	Повышение цены на услуги, имитация услуг со стороны конкурентов	Формирование устойчивого конкурентного преимущества фирмы за счет наиболее полного удовлетворения различных потребностей
Сегментирование рынка	Гибкое производство	Четко определены группы потребителей; конкуренты не имеют возможности или надобности использовать специализацию на сегментах	Высокие удельные издержки; частые изменения потребительских предпочтений	Формирование устойчивого конкурентного преимущества фирмы за счет наиболее полного удовлетворения специфических потребностей
Стратегия	Организация производства и управления	Необходимые условия	Дестабилизирующие факторы	Цель
Немедленное реагирование на потребности и рынка	Производство, ориентированное на высокорентабельные недолговечные проекты; сетевая или виртуальная структура управления	Спрос на услуги не эластичен; низкие барьеры входа и выхода; небольшое количество конкурентов в регионе	Высокие удельные издержки; нестабильность внешней среды; высокий риск банкротства	Формирование устойчивого конкурентного преимущества фирмы за счет оперативного удовлетворения специфических потребностей
Внедрение новшеств	Венчурная организация производства; высокая научно-техническая квалификация персонала	Отсутствие на рынке аналогов услуг; наличие спроса на новшества	Высокий риск банкротства; имитация нововведений со стороны конкурентов	Формирование устойчивого конкурентного преимущества фирмы за счет постоянного использования технологических нововведений

8.2. Ставка единого социального налога

Налоговая база на каждого отдельного работника нарастающим итогом с начала года	Пенсионный фонд РФ	Фонд социального страхования РФ	Фонды обязательного медицинского страхования ФОМСРФ		Итого
			Федеральный	Территориальный	
До 100 000 р.	28,0 %	4,0 %	0,2 %	3,4 %	35,6 %
От 100 001 р. до 300 000 р.	28 000 р. + 15,8 % с суммы, превышающей 100 000 р.	4000 р. + 2,2 % с суммы, превышающей 100 000 р.	200 р. + 0,1 % с суммы, превышающей 100 000 р.	3400 р. + 1,9 % с суммы, превышающей 100 000 р.	35 600 р. + 20,0 % с суммы, превышающей 100 000 р.
От 300 001 р. до 600 000 р.	59 600 р. + 7,9 % с суммы, превышающей 300 000 р.	8400 р. + 1,1 % с суммы, превышающей 300 000 р.	400 р. + 0,1 % с суммы, превышающей 300 000 р.	7200 р. + 0,9 % с суммы, превышающей 300 000 р.	75 600 рублей + 10,0 % с суммы, превышающей 300 000 р.
Свыше 600 000 р.	83 300 р. + 2,0 % с суммы, превышающей 600 000 р.	11700 р.	700 р.	9900 р.	105 600 рублей + 2,0 % с суммы, превышающей 600 000 р.

8.7. Ставки единого социального налога для индивидуальных

предпринимателей-работодателей

Налоговая база на каждого отдельного работника нарастающим итогом с начала года	ПФРФ	ФССРФ	Фонды обязательного медицинского страхования		Итого
			Федеральный ФОМСРФ	Территориальный ФОМСРФ	
До 100 000 р.	28,0 %	4,0 %	0,2 %	3,4 %	35,6 %
От 100 001 р. до 300 000 р.	28000 р. + 15,8 % с суммы, превышающей 100 000 р.	4000 р. + 2,2 % с суммы, превышающей 100 000 р.	200 р. + 0,1 % с суммы, превышающей 100 000 р.	3400 р. + 1,9 % с суммы, превышающей 100 000 р.	35 600 р. + 20,0 % с суммы, превышающей 100 000 р.
От 300 001 р. до 600 000 р.	59 600 р. + 7,9 % с суммы, превышающей 300 000 р.	8400 р. + 1,1% с суммы, превышающей 300 000 р.	400 рублей + 0,1% с суммы, превышающей 300 000 р.	7200 р. + 0,9 % с суммы, превышающей 300 000 р.	75 600 р. + 10,0 % с суммы, превышающей 300 000 р.
Свыше 600 000 р.	83 300 р. + 2,0 % с суммы, превышающей 600 000 р.	11 700 р.	700 р.	9900 р.	105 600 р. + 2,0 % с суммы, превышающей 600 000 р.

8.8. Ставки единого социального налога для предпринимателей, не являющихся работодателями

Налоговая база на каждого отдельного работника нарастающим итогом с начала года	ПФРФ	Фонды обязательного медицинского страхования		Итого
		Федеральный ФОМСРФ	Территориальный ФОМСРФ	
До 100 000 р.	19,2 %	0,2 %	3,4 %	22,8 %
От 100 001 р. до 300 000 р.	19 200 р. + 10,8 % с суммы, превышающей 100 000 р.	200 р. + 0,1 % с суммы, превышающей 100 000 р.	3400 р. + 1,9 % с суммы, превышающей 100 000 р.	22 800 р. + 12,8 % с суммы, превышающей 100 000 р.
От 300 001 р. до 600 000 р.	40 800 р. + 5,5 % с суммы, превышающей 300 000 р.	400 р.	7200 р. + 0,9 % с суммы, превышающей 300 000 р.	48 400 р. + 6,4 % с суммы, превышающей 300 000 р.
Свыше 600 000 р.	57 300 р. + 2,0 % с суммы, превышающей 600 000 р.	400 р.	9900 р.	67 600 р. + 2,0 % с суммы, превышающей 600 000 р.