

## КОНСАЛТИНГ В СФЕРЕ АВТОСЕРВИСА

*Карташов Александр Александрович, доцент кафедры «Эксплуатация автомобильного транспорта», ФГБОУ ВО ПГУАС*

*Лахно Александр Викторович, доцент кафедры «Эксплуатация автомобильного транспорта», ФГБОУ ВО ПГУАС*

*Новиков Евгений Валерьевич, доцент кафедры тракторов и автомобилей, ФГБОУ ВО РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева*

***Аннотация.** Рассмотрено ряд вопросов, касающихся консалтинговых услуг в сфере автосервиса, представлена классификация консалтинговых фирм в сфере автосервиса.*

***Ключевые слова:** консалтинг, автосервисные услуги.*

Конкуренция в сфере автомобильного бизнеса постоянно растет и при определении политики компании, целью которой является обеспечение твердых, надежных позиций на рынке и перспектив дальнейшего успешного развития, в центре внимания ставится качество предоставляемых услуг, будь то продажи или сервисное обслуживание. Для обеспечения необходимого уровня качества, все структуры компании должны работать как часы, слаженно и четко. Для реализации такой задачи, порой собственных сил компании бывает недостаточно. Поэтому компании, которые решили занять серьезные позиции на рынке автомобильных услуг, приглашают консалтинговые команды, полагаясь на их опыт и профессионализм.

Консалтинговая деятельность включает анализ существующих бизнес - процессов клиента, обоснование перспектив развития и использование научно-технических, организационных и экономических инноваций с учетом предметной области и особенностей бизнеса клиента. То есть консультанты - это носители передовых знаний и технологий, способные произвести соответствующий анализ деятельности предприятия, дать рекомендации и передать необходимые знания, технологии и опыт менеджменту компаний-клиентов [1].

Консалтинговые компании, специализирующиеся на автомобильном бизнесе принято делить на пять групп [1]:

1. Компании с максимально узкой специализацией, выполняющие проекты в области построения финансовых и бухгалтерских систем, а также компании - поставщики лакокрасочных материалов, специализация которых технические аудиты и оптимизация организационных структур кузовных и малярных цехов.
2. Компании, специализирующиеся на оптимизации организационных структур и бизнес-процессов. Многие из них работают на конкретных направлениях (продажи, сервис и т.д.).

3. Компании-интеграторы различных ИТ-решений, которые помимо софта предлагают услуги по созданию, формализации, оптимизации бизнес процессов с интеграцией в собственное программное обеспечение.

4. Тренинговые компании.

5. Компании, предлагающие комплексные проекты для предприятий дилерского автобизнеса и неофициальных сервисных станций.

Привлечение консалтинговой компании - это достаточно серьёзные затраты со стороны клиента. Если привлекается узкоспециализированная компания, то ставится задача выявить и решить проблемы на определенном направлении деятельности, например, в отделе продаж, и в этом случае, скорее всего, будет проведена локальная модернизация, без анализа окружающей среды. В результате добавленная ценность, принесенная консультантами, не покрывает затрат клиента, а кроме того, спровоцирует перекосы в устоявшейся системе внутренних бизнес-процессов [2].

Консультанты, которые проводят комплексные консалтинговые проекты даже для решения локальных задач, - это самый рациональный и правильный подход. Людой консалтинговый проект должен строиться из следующих составляющих [3]:

- **ВИДЕНИЕ** - это основа основ любого бизнеса. Видение есть у каждого владельца бизнеса, но оно не всегда формализовано. Определяется в ходе проведения интервью с учредителями и менеджментом компании.

- **СТРАТЕГИЯ** - модель развития компании в будущем. Не всегда бывает прописанной.

- **ФИНАНСОВАЯ МОДЕЛЬ** - это совокупность систем учётов и финансового планирования деятельности компании, состоящая из управленческого учёта, бухгалтерского учёта, финансового учёта (движение денежных средств), оперативного учёта и бюджетов на текущий период (месяц) и квартал, год. Работающая финансовая модель позволяет: формировать прибыль, а не подсчитывать прибыль; принимать взвешенные решения вместо эмоциональных; наглядно отслеживать, где и почему в данный момент находятся финансовые средства предприятия; планировать деятельность на определённый период; понимать пути финансирования деятельности.

- **ПРОДУКТЫ** - это то, что производит компания.

- **СТРУКТУРА** - организационная структура компании.

- **БИЗНЕС-ПРОЦЕССЫ** - последовательность действий (подпроцессов), направленная на получение заданного результата, ценного для организации.

- **ПОКАЗАТЕЛИ** - это измеритель цели. Показатели являются средствами оценки продвижения к реализации стратегической цели.

- **ДОКУМЕНТООБОРОТ** - это движение документов фирмы с момента их создания или получения до того момента, как они будут исполнены или отправлены.

- **АВТОМАТИЗАЦИЯ** - внедрение, либо модернизация

существующего программного продукта, использующегося для автоматизации бизнес-процессов, и получения оперативной информации для руководителя компании.

Организация - это искусственно созданная сложнейшая система. Такая система имеет внутренние и внешние связи, ценности, правила, нормы и законы существования, а также характеризуется имеющимися противоречиями [4]. Для того чтобы «Организация» непрерывно совершенствовалась, стремясь, стать саморазвивающейся системой, её деятельность и внутренние процессы необходимо постоянно корректировать в зависимости от принятого «Видения» и «Стратегии достижения».

Организационная диагностика включает в себя: сбор и анализ информации об организации, целях её деятельности и развития, организационной структуре, стиле руководства, индивидуальных и групповых нормах поведения, ценностях, типах взаимоотношений и взаимодействиях её участников. Организационная диагностика предполагает, так называемое, «комплексное обследование» состояния дел в организации с целью оценки её сильных сторон и выявления проблемных зон.

К проблемным зонам относятся: противоречия в управленческой структуре по вертикали власти и по горизонтали; организационные противоречия с внешним миром, различные трудности в достижении поставленных компанией целей, неопределённости в целях, межличностные конфликты и т.д. Результатом организационной диагностики является построение «дерева проблем» и выработка стратегического плана действий для решения этих проблем с целью повышения эффективности работы компании или подразделения и, как следствие, увеличение прибыли предприятия [4].

На выходе, как результат полноценной работы, получаем устойчивую и саморазвивающуюся компанию.

Поэтому любой проект должен проводиться исходя, как минимум, из изучения, максимум - из формализации (или даже создания) всего комплекса составляющих любого бизнеса.

### **Библиографический список**

1. Смольников, В.Н. Реальный консалтинг / В.Н. Смольников // Автомобиль и сервис. – 2009. – №8. – С. 12-13.
2. Форсайт, П. Консалтинг. Как основать консалтинговое агентство и добиться успеха / П. Форсайт; [пер. с англ.].-М.:Эксмо, 2007. – 272с.
3. Смольников, В.Н. Консалтинг в автобизнесе: воздух не оплачивается /В.Н. Смольников // – 2009. -- №12. – С. 8-9.
4. <http://www.aacgroup.ru>.
5. Абаев, В.А. Адаптивное определение оптимальных сроков службы техники / В.А. АбаевЮ З.Ф. Садыкова // Сборник статей Современные направления в агроэкономической науке Тимирязевки. Научное издание. - М.: ФГБНУ «Росинформагротех» -2017. С. 203-216.