

ПРОГНОЗУВАННЯ РИНКУ ДОДАТКОВИХ ПОСЛУГ ФІРМОВИХ СТО

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розглянуто прогнозування ринку додаткових послуг фірмових станцій технічного обслуговування автомобілів

Ключові слова: прогнозування, автосервіс, автомобіль, послуги, ринок, фірмові станції технічного обслуговування

Abstract

Consider additional market forecasting services branded service stations car

Keywords: forecasting , car , vehicle , service, market , brand service stations

Вступ

На сучасному етапі розвитку для автосервісних підприємств вагомим є прогнозування та безперервний аналіз тенденцій розвитку ринку додаткових послуг з ремонту та підтримки працездатності автотранспортних засобів. На кожній сучасній станції технічного обслуговування (СТО) автомобілів доцільним є впровадження прогнозування та аналізу ринку запропонованих послуг, проведення безперервних оцінок рівня конкурентоспроможності даних послуг та найближчих конкурентів, вибір стратегічних альтернатив, розробка та впровадження маркетингових програм, визначення технічних, фінансових та інших можливостей подальшого ефективного стратегічного розвитку. Прогнозування ринку додаткових послуг зменшить ризики СТО та позитивно вплине на його подальший розвиток. Позитивні прогнози це додаткові прибутки, нові клієнти, доступ до фірмових технологій.

Результати дослідження

Відповідно до Закону України "Про державне прогнозування та розроблення програм економічного і соціального розвитку України": "державне прогнозування економічного і соціального розвитку – є науково обґрунтоване передбачення напрямів розвитку країни, окремих галузей економіки або окремих адміністративно-територіальних одиниць, можливого стану економіки та соціальної сфери в майбутньому, а також альтернативних шляхів і строків досягнення параметрів економічного і соціального розвитку".

Прогноз економічного і соціального розвитку є засобом обґрунтування вибору тієї чи іншої стратегії та прийняття конкретних рішень органами законодавчої та виконавчої влади, органами місцевого самоврядування щодо регулювання соціально-економічних процесів. У основній діяльності підприємства розрізняють прогноз і прогнозування.

Прогнозування виступає як важлива зв'язуюча ланка між теорією та практикою регулювання основної діяльності підприємства. Воно виконує дві головні функції: передбачення (опису) і розпорядження, що сприяє своєчасному впровадженню прогнозу в загальний план діяльності підприємства.

Фахівці виділяють п'ять основних етапів в процесі прогнозування:

- 1) збір даних – отримання конкретної інформації та обов'язкова перевірка її вірності;
- 2) редукція або ущільнення даних;
- 3) побудова моделі та її оцінка – вибір моделі прогнозу, яка найбільш відповідає особливостям зібраних даних;
- 4) екстраполяція обраної моделі – фактичне отримання прогнозних значень;

5) оцінка отриманого прогнозу – порівняння розрахованих (прогнозних) величин з фактичними.

Процес прогнозування додаткових послуг фірмового СТО має різні цілі й дозволяє визначити:

- 1) проходження процесу зміни об'єкта прогнозування протягом майбутнього періоду;
- 2) певну імовірність того, що досліджуваний процес не вийде за встановлені припустимі межі;
- 3) до якого класу за заданими параметрами потрібно віднести досліджуваний процес (об'єкт прогнозування).

Ціль прогнозування розвитку підприємства полягає у тому, щоб зробити зрозумілим процес вироблення рішення; допомогти виявити базові тенденції в досліджуваній області; визначити основні критичні зони; врахувати ризики стрибкоподібних змін; запропонувати варіанти стратегій досягнення мети управління.

До додаткових послуг фірмового СТО можна віднести перелік таких робіт: встановлення ГБО; сигналізації; акустики; магнітофонів; парктроніків; проведення тонування скла; хімчистки; миття; ЧП-тюнінг; широкий асортимент запасних застін; проведення страхування; дефектування у разі ДТП (якщо це страховий випадок); надання евакуатора та ін.

Прогнозування розвитку ринку додаткових послуг для фірмового СТО вирішує наступні завдання:

- оцінку економічних і фінансових перспектив в залежності від основних та додаткових напрямів розвитку та діяльності і її фінансування;
- формування обґрунтованих висновків і рекомендацій щодо вибору раціональної стратегії й тактики дій вищого керівництва підприємства;
- врахує ризики стрибкоподібних змін попиту споживачів.

Висновок

Прогнозування ринку додаткових автосервісних послуг легкових автомобілів насамперед повинно передбачати аналіз споживачів та кількості автотранспортних засобів на конкретному сегменті ринку. Для цього за необхідним є вивчення тенденцій розвитку ринку легкових автомобілів з метою прогнозування майбутніх обсягів основних та додаткових автосервісних послуг. Дослідження конкурентного середовища дозволять визначити оптимальну цінову політику, спектр послуг, що надаються та потреб споживачів. Аналіз ринку постачальників також сприятиме формуванню оптимальних цін та накладних витрати, а конкурентоспроможність фірмового автосервісного підприємства буде пропорційно залежати від аналізу та використання внутрішнього потенціалу підприємства, який включає в себе виробничу, кадрову та економічну складові.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Волгин В. В. Автосервис : маркетинг и анализ / В. В. Волгин. – М. : Издательство торг. корпорации «Дашков и К», 2004 – 224 с.
2. Марков О. Д. Станции технического обслуживания автомобилей / О. Д. Марков. – К. : Кондор, 2008. – 536 с.
3. Перспективи розвитку автосервісу в Україні - [Електронний ресурс] / Клаксон. – Режим доступу: http://or-klakson.blogspot.com/2012/01/blog-post_28.html (дата звернення 15.02.16). – Назва з екрана.
4. Послуги фірмового обслуговування СТО – [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.volvotrucks.dp.ua/poslugi-sto> (дата звернення 10.02.16). – Назва з екрана.
5. Асортимент додаткових послуг автосервісу – [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://razom.biz/sto/services> (дата звернення 10.02.16). – Назва з екрана.

Крещенецький Володимир Леонідович, канд. техн. наук, доцент кафедри автомобілів і транспортного менеджменту, Вінницький національний технічний університет, Вінниця

Яворський Володимир Ігорович – студент групи 1АТ-15м, факультет машинобудування та транспорту, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: vova-yavorskii@ukr.net

Volodymyr L. Kreschenetsky, Cand. Sc. (Eng), Assistant Professor of Department of automobiles and transport management, Vinnytsia national technical University, Vinnytsia

Volodymyr I. Yavorskiy – student of 1AT-15m, faculty of mechanical engineering and transport, Vinnytsia national technical University, Vinnytsia, e-mail: vova-yavorskii@ukr.net