**Содержание**

Введение

1. Системы автосервиса. Требования к системам автосервиса
2. Цены и ценовая политика. Особенности ценообразования
3. **Бизнес-план в системе планирования предприятия автосервиса**
4. Кузовное, малярное отделения
5. Охрана труда на станции технического обслуживания автомобилей

Заключение

Список литературы

**Введение**

Автосервис - это вид человеческой деятельности, направленный на удовлетворение потребностей потребителя (автовладельца) посредством оказания индивидуальных услуг. Объектами деятельности являются человек и его потребности в индивидуальных услугах.

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

Но постоянный рост автомобильного парка обусловил увеличение производственных мощностей, т.е. увеличение числа предприятий автосервиса, повышение уровня их технической оснащенности и профессионализма работников.

Одновременно меняются требования клиентов автосервисов: они становятся более разборчивыми. В такой ситуации преимущество получают те предприятия, которые не просто предлагают услуги, но и способны обеспечить их высокое качество, соответствующее мировым стандартам. Современная рыночная экономика предъявляет принципиально иные требования к качеству продукции, работ, услуг, от которого в современном мире зависят выживание любого предприятия, его устойчивое положение на рынке товаров и услуг, т.е. уровень конкурентоспособности.

Политика в области развития систем качества и их сертификации, а также поддержка этой деятельности - важная функция государства. В 2000 г. Европейская организация по качеству подготовила и опубликовала документ «Европейское видение качества», где, в частности, отмечается, что наличие сертификатов на системы качества, подтверждающих их соответствие требованиям стандартов ИСО серии 9000, QS-9000 и других аналогичных стандартов, является существенным фактором конкурентоспособности.

Сертификация систем качества - дело добровольное и осуществляется как в обязательных, так и в добровольных систем сертификации. А это не только Система сертификации ГОСТ Р. В Государственном реестре Госстандарта России зарегистрировано 27 отечественных систем добровольной сертификации и 7 - обязательной. Таким образом, качество услуг становится одним из главных факторов, определяющих коммерческий успех предприятия, его конкурентоспособность. И свою очередь конкурентоспособность связана с двумя показателями - уровнем цены и (еще раз) с уровнем качества продукции, причем качество продукции постепенно выходит на мерное место. Производительность труда, экономия всех видов ресурсов уступают место качеству продукции, работ, услуг.

Данная тема контрольной работы, по моему мнению актуальна, так как высокое качество обслуживания автомобилей полезно обществу в целом, поскольку способствует повышению надежности автотранспорта, безопасности на дорогах, улучшению экологической обстановки в крупных городах.

1. **Системы автосервиса. Требования к системам автосервиса**

Автосервис - это вид человеческой деятельности, направленный на удовлетворение потребностей потребителя (автовладельца) посредством оказания индивидуальных услуг. Объектами деятельности являются человек и его потребности в индивидуальных услугах.

Система автосервиса (рис. 1.) включает в себя несколько автономных подсистем, охватывающих весь спектр рынка автоуслуг, начиная с выбора автомобиля и заканчивая его утилизацией.

Подсистема торговли предназначена для удовлетворения потребностей населения по приобретению автомобилей, а также автомобильных аксессуаров и запасных частей. Эта подсистема состоит из трех основных секторов.

Сектор продаж автомобилей включает торговлю комиссионными и новыми автомобилями.

Продажа новых автомобилей занимает особое место. Это, прежде всего связано с тем, что данная деятельность жестко регламентирована и предусматривает полную ответственность продавца перед покупателем за качество предоставляемого автомобиля.

Сектор продаж запчастей и аксессуаров**.** Надежность автомобилей напрямую зависит от качества комплектующих и запасных частей.

Сектор проката автомобилейвходит в систему автосервиса. В XX в. автомобиль стал доступным широким слоям населения и прочно вошел в образ жизни людей, формируя их стиль жизни. Сегодня автомобиль - предмет каждодневной необходимости, можно сказать, это «не роскошь, а средство передвижения». Отправляясь в путешествие (деловое или на отдых) в другую местность, страну или на другой континент и не имея возможность взять с собой свой автомобиль, люди, привыкшие к пользованию автомобилем, испытывают дискомфорт.

*Система обеспечения технической эксплуатации автомобиля*

Данная система включает в себя элементы снабжения автомобиля эксплуатационными материалами, топливом, обеспечение сохранности автомобиля, эвакуацию автомобиля и его утилизацию, а также контроль технического состояния.

Автозаправочные станции (АЗС), которые продают топливо и другие эксплуатационные материалы и принадлежности, непосредственно не оказывают услуг автосервиса в нашем понимании, однако косвенно воздействуют на спрос на услуги автосервиса.

Стоянки для хранения автотранспорта должны обеспечивать нормальные условия хранения автомобиля, т.е. его сохранность, сохраняемость (это одна из характеристик надежности, которая характеризует способность не изменять технические параметры при хранении), и снизить вероятность возникновения потребности в его ремонте.

Сектор эвакуации автомобилей подчиняется законам рыночных отношений: спрос рождает предложение, а спрос на этот вид услуг постоянно возрастает.

Сектор утилизации автомобилей. Число автомобилей в России растет стремительными темпами, но столь же стремительно нарастает и число автомобилей, отслуживших свой срок.

Система технического обслуживания и ремонта - совокупность взаимосвязанных средств, документации технического обслуживания и ремонта, а также исполнителей, необходимых для поддержания и восстановления качества изделий, входящих в эту систему. Целью данной системы технического обслуживания является обеспечение соответствия состояния автотранспортных средств населения установленным требованиям и повышение эффективности их использования владельцами.

Чтобы обеспечить работоспособность автомобиля в течение всего периода эксплуатации, необходимо периодически поддерживать его техническое состояние комплексом технических воздействий, которые в зависимости от назначения и характера можно разделить на две группы:

1) воздействия, направленные на поддержание агрегатов, механизмов и узлов автомобиля в работоспособном состоянии в течение наибольшего периода эксплуатации;

2) воздействия, направленные на восстановление утраченной работоспособности агрегатов, механизмов и узлов автомобиля.

Занимаясь организацией или расширением автосервиса, многие забывают, что купленное оборудование и нанятые работники это далеко не все компоненты, необходимые для организации работы станции технического обслуживания (или, в частности, диагностического поста). И забывается, как правило, один из самых важных, необходимых компонентов - информационное обеспечение автосервиса. Иногда автосервисы пытаются найти информацию в книгах и компакт-дисках из магазинов и рынков, рассчитанными на использование автолюбителями и содержащими информацию по отдельной модели автомобиля определенных годов выпуска. Многие из программных продуктов обеспечивают интеграцию с каталогами запасных частей (для автоматической загрузки цен и моделей деталей в бухгалтерско-учетные документы), информационными базами нормо-часов (для автоматизации загрузки номенклатур работ и расчета их стоимости). Сюда можно отнести информационно-справочные базы данных по диагностике и ремонту, электронные каталоги запчастей, справочники нормо-часов, справочники по геометрическим размерам автомобилей и т.п.

Тюнинг автомобиля. Набор потребительских свойств автомобиля, предлагаемый заводом-изготовителем, во многом оказывает влияние на себестоимость автомобиля и в зависимости от комплектации на его конечную цену для потребителя (впрочем, и стоимость автомобиля можно считать одним из потребительских качеств). Обычный автомобиль является продуктом массового производства, и его потребительские качества усреднены, поскольку невозможно удовлетворить потребности всех покупателей. Но отдельные потребители желают придать своему автомобилю индивидуальность, усовершенствовать его технические характеристики, доработав, переделав или изменив определенные узлы и детали. На решение этих вопросов ориентирована подсистема тюнинга и дооборудования автомобилей.

Под тюнингом подразумевается проведение технических воздействий на автотранспортное средство, в результате которых не происходит изменений эксплуатационных и надежностных характеристик автомобиля, в противном случае эта процедура подпадает под понятие «дооборудование (переоборудование) автомобиля».

Самыми распространенными услугами такого рода являются следующие:

- улучшение характеристик двигателя, причем не столько увеличение максимальной мощности, сколько способности двигателя отдавать, когда это требуется, необходимый крутящий момент;

- улучшение характеристик трансмиссии, благодаря чему двигатель может показать себя «с лучшей стороны». Почувствовать себя в дороге увереннее и спокойнее помогут удобное рулевое колесо, хорошие колеса и шины, вентилируемые тормоза, хорошие амортизаторы;

- дополнительное оборудование, которое делает эксплуатацию машины более удобной (например, электростеклоподъемники и центральный замок), система звуковоспроизведения и охранная система, которые установлены почти на всех легковых автомобилях зарубежного производства, датчик дождя, датчик наружного освещения, система помощи при парковке, которая обычно является атрибутом машин более высокого класса, и др.;

- изменение внешнего вида автомобиля, которое призвано сделать его более заметным, выделить его в транспортном потоке.

Деятельность СТОА в настоящее время не подлежит обязательной сертификации. Регулирование отношений, возникающих при выполнении работ или оказании услуг, и оценка их соответствия осуществляется в соответствии с Федеральным законом Российской Федерации «О техническом регулировании» № 184-ФЗ, принятым 15 декабря 2002 г. Государственной Думой РФ и введенным в действие с 1 июля 2003 г. Он заменил иконы РФ «О стандартизации», «О и услуг», а также положения многих других законодательных актов, которые затрагивают правоотношения в сфере разработки, утверждения и применения нормативно-технических документов, подтверждения соответствия и осуществления надзора за их соблюдением. Закон позволяет освободить предпринимателей от мелочной опеки органов исполнительной власти, кардинально повысить уровень правового регулирования и имеет целью устранение технических и административных препятствий в развитии предпринимательства. Данный документ является комплексным законодательным актом РФ и направлен на установление правил государственного регулирования требований к работам и услугам в интересах потребителей. Закон вводит новую систему - подтверждение соответствия деятельности предприятий автосервиса, т.е. документальное удостоверение соответствия выполненных работ или оказываемых услуг требованиям технических регламентов, положениям стандартов или условиям договоров. В соответствии с Законом деятельность СТОА осуществляется на основе добровольного подтверждения соответствия в форме добровольной сертификации, т.е. по инициативе заявителя на условиях договора между СТОА и аккредитованным органом по сертификации.

Качество оказываемых услуг должно соответствовать условиям договора и руководящих документов, а сам автомобиль после выполнения технических воздействий - требованиям к техническому состоянию автотранспортных средств (ГОСТ Р 51709-2001,ГОСТ Р 52033-2003, Специальный технический регламент от 12.10.05, ФЗ «О специальном техническом регламенте об эксплуатационной безопасности колесных транспортных средств», и др.).

Качество автомобиля почти на три четверти зависит от качества деталей, узлов и агрегатов, которыми он комплектуется. Поданным Национальной ассоциации производителей автомобильных компонентов (НАПАК), в себестоимости любого автомобиля 85-90 % - стоимость комплектующих; оставшаяся часть приходится на штамповку, сварку, грунтовку, краску и сборку. Большинство крупных компаний рассредоточило по миру не только сборку автомобилей, но и выпуск компонентов, осознав, что невозможно изготовить современный автомобиль в отдельно взятой стране. Головные предприятия основных автопроизводителей отказались от собственного поточного производства большей части комплектующих, считая, что выгоднее заказывать и покупать их на стороне.

На российских предприятиях, производящих автодетали и принадлежности к ним, в качестве основных приняты две системы международных стандартов по управлению качеством - ИСО 9000 и QS-9000. Их поэтапное внедрение подразумевает полную или частичную (в зависимости от первоначального состояния оборудования и методов его эксплуатации целей и задач компании и проч.) перестройку технологической цепочки и схемы использования людских ресурсов. Главная задача - добившись желаемого качества конечного продукта, так организовать контрольные процедуры, чтобы это качество не опускалось ниже установленного.

Одним из очевидных преимуществ внедрения системы качества является не только повышение качества продукции, но и получение определенной известности за счет внесения в специальные реестры сертифицированных производств, завоевания авторитета как на внутреннем рынке, так и на внешнем. Последнее особенно важно для предприятий, которые хотят стать поставщиками ведущих автомобильных автоконцернов, разместивших производство в России. Безоговорочное принятие ИСО российскими производителями автозапчастей происходит скорее по конъюнктурным, нежели по рациональным соображениям. Иногда компании проводят сертификацию по ИСО только для того, чтобы повысить престиж торговой марки среди производителей автомобилей, в том числе зарубежных.

В развитых странах очень серьезное отношение к проблемам качества комплектующих и запасных частей. Еще в 1970-1980-е гг. ученые и специалисты многих стран пришли к выводу, что качество не может быть гарантировано только путем контроля готовой продукции. Оно должно обеспечиваться гораздо раньше - в процессе изучения требований рынка, на стадии проектных, конструкторских разработок, при выборе поставщиков комплектующих изделий и материалов, на всех стадиях производства и, конечно, при реализации продукции, ее техническом обслуживании у потребителя и утилизации после использования.

В настоящее время можно выделить три уровня систем управления качеством, имеющих некоторые концептуальные различия:

1) системы, соответствующие требованиям стандарта ИСО серии 9000;

2) общефирменные системы управления качеством TQM (Total Quality Management);

3) системы, соответствующие критериям национальных или международных (региональных) дипломов по качеству. Автомобильная индустрия строит собственную промышленную политику, которая сконцентрирована в стандарте 08-9000 и связанных с ним документах.

1. **Цены и ценовая политика. Особенности ценообразования**

Качество в большинстве случаев воспринимается потребителем в процессе предоставления услуг, поэтому нельзя полагаться на окончательный контроль как на способ влияния на качество услуг. Качество или отклонение от него может проявляться через определенное, иногда значительное время после предоставления услуги. Оценка потребителем услуги - это окончательная мера ее качества. Реакция потребителя может быть негативной или выявиться через определенное время. Потребитель редко по собственной инициативе сообщает о своей оценке услуг: в случае недовольства он скорее всего прекратит пользоваться услугами СТО, не сообщая об этом. В связи с этим СТО не может предпринять каких-то корректирующих мер. Следовательно, обеспечение качества услуги начинается с маркетинга и разработки всех ее элементов. Чем более полно описан процесс предоставления услуг, тем больше возможность применения принципов системы качества. В литературе описано достаточное количество методов ценообразования - от сугубо теоретических до практических. Мы же ставим перед собой цель рассмотреть ценовую политику и методы установления цен на услуги фирм, которые занимаются автосервисом. Особенности ценообразования в автосервисе сводятся к следующему. Первая особенность заключается в том, что прежде всего надо отдельно рассмотреть ценообразование на фирменных и независимых (общего пользования) СТО. Ценообразование на фирменных станциях тесно связано с ценовой политикой предприятия-производителя, так как, хотя они и действуют самостоятельно, но в пределах ценовой политики фирмы. Станции общего пользования не имеют таких ограничений и проводят ценовую политику по своему усмотрению и собственному риску. Вторая особенность состоит в том, что станции (даже если они принадлежат фирмам) - это малые предприятия, в которых цены и ценовую политику определяют небольшое число специалистов, что приводит к субъективности и ошибкам. Третья особенность ценовой политики в автосервисе состоит в том, что потребитель чаще всего практически оценивает потребительскую ценность услуги только после того, как ее получил, и может быть очень неудовлетворен ценой, так как она может не отвечать качеству услуг. Четвертая особенность: в большинстве случаев услуги на разных конкурирующих станциях мало чем отличаются между собою. 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 нет особенного смысла, если услуги можно продать и дороже. Пятая особенность: станции очень ограничены в возможностях влиять на цены запасных частей, которыми они пользуются. Как посредник, станция может выбирать запасные части по выгодным ценам, а потом делать наценки на них, учитывая собственные интересы и реакцию потребителей. Шестая особенность: уже теперь (в период становления рынка) существует, а впредь еще в большей мере получит развитие, возможность получать информацию о ценах конкурентов. Введенная в ЭВМ рекламная и справочная информация может быть доступной для любой станции или потребителя. Седьмая особенность: иногда складываются такие обстоятельства, при которых потребители (в пределах разумного) ориентируются практически не на цену, а на условия решения проблемы. Для того чтобы установить цену на автоуслуги, нужно знать: себестоимость услуги (по ней определяется минимальная цена); максимальную цену, за пределами которой не формируется спрос; цены конкурентов; особенности качества своих услуг, что дает возможность принять решение о размере цены с учетом цены конкурентов. На практике чаще приходится решать вопрос об изменении старых цен, а не об установлении новых. Поэтому прежде чем изменять цены, нужно учесть условия, при которых повышение или снижение цен приведет к увеличению или уменьшению доходов. Ценообразование есть инструмент, при помощи которого руководство станции или фирмы обеспечивает достижение целей своего предприятия. В современных условиях, когда налоги составляют более 80 % доходов, многие станции так строят свою ценовую и хозяйственную политику, чтобы иметь "нулевой" результат. Если станция ставит перед собой задачу обслуживать элитарный сегмент рынка, то повышение цены, подтвержденное высоким качеством услуг, будет способствовать решению вопросов ее социальной значимости. Следующий фактор, который нужно учесть, состоит в том, что цену всегда легче снизить, чем повысить. Имея в виду стратегию ценообразования, следует помнить, что на практике недостаточно изучить цены конкурентов и результаты продажи. Это необходимое, но недостаточное условие для выработки ценовой стратегии. Нужно знать, каким образом оценивают услуги потребители: с точки зрения цены или с точки зрения качества по сравнению с услугами конкурентов. В этом случае покупатель должен считать, что преимущества, которые он получает от ваших услуг, имеют большее значение, чем цена.

1. **Бизнес-план в системе планирования автосервиса**

Какой бы надежной не была машина, рано или поздно ей потребуется автосервис. А значит, бизнес на обслуживании автомобилей (автосервис, магазин запчастей, мойка) стабильно обеспечен клиентами и приносит своему владельцу неплохую прибыль.

Бизнес-план автосервиса - состояние и структура рынка

Ситуация на рынке автосервисов напрямую зависит от тенденций развития отечественного автопарка. За последние 10 лет он увеличился в 2,5 раза и в настоящее время состоит более чем из 30 млн. машин. Ежегодно этот показатель повышается на 8–8,5%. По данным Департамента автомобильного транспорта Минтранса РФ, в России к 2005 г. будет насчитываться уже 45–46 млн. машин.

В то же время на одну тысячу россиян приходится всего 170 автомобилей, что ниже уровня развитых стран почти в четыре раза. То есть российский автопарк в ближайшее время ожидает только рост, причем достаточно активный. Так что в отношении автосервисов сложилась благоприятная конъюнктура - устойчивое и значительное увеличение числа потенциальных потребителей данных услуг. Что же касается самих автосервисов, то и их число неуклонно растет, причем преобладание сетей до сих пор не прослеживается.

Структура рынка техобслуживания пока еще недостаточно четко выражена. Безусловно, на нем имеется определенная специализация, можно говорить и о нескольких вертикальных уровнях. В то же время крайне мало узнаваемых автосервис-брэндов: один и тот же автосервис может работать и с «Мерседесами», и с ВАЗовской продукцией. Сейчас выделяют четыре уровня рынка.

Авторизованные автосервисы. В таких автосервисах работа ведется в четком взаимодействии с официальными дилерами и зарубежными автопроизводителями. Как правило, компания специализируется на обслуживании какой-то одной конкретной марки. Войти в этот бизнес очень непросто: вендоры требовательно относятся к выбору контрагентов. Максимальную прибыль - от 10 тыс. долл. в месяц - способны приносить автосервисы, расположенные в крупных городах, где продается много новых иномарок.

Сетевые автосервисы. Этот сегмент в России до сих пор недостаточно развит: нет ни одной сети технического обслуживания, которая развивалась бы в национальном масштабе (чаще всего охватывается не более пяти регионов). Западные сети автосервисов на российском рынке представлены слабо (исключением можно считать разве что станции техобслуживания Bosch, но их пока немного). Кроме того, в нашей стране имеются «псевдосети», образующиеся, когда западные компании, желая увеличить сбыт продукции, позволяют использовать свое название. Но никакого контроля за качеством оказываемых услуг такими автосервисами с их стороны не ведется. Средняя прибыль одного входящего в сеть автосервиса с несколькими боксами составляет 5–7 тыс. долл. в месяц.

Одиночные автосервисы. Такие автосервисы не имеют аккредитации, что, однако, не мешает составлять конкуренцию авторизованным автосервисам: услуги те же самые, но платить за них приходится на 20–30% меньше. Прибыль такого автосервиса редко опускается ниже 2 тыс. долл. в месяц, но практически никогда не превышает 12 тыс. долл.

Индивидуальные автосервисы. Данный вид деятельности только с большой долей условности можно назвать бизнесом - это, скорее, самозанятость. Однако услуги индивидуалов, ремонтирующих автомашины в собственных гаражах или по вызову, пользуются стабильным спросом, принося 800–1200 долл. чистой прибыли в месяц.

*Старт бизнеса: четыре этапа*

Первый - это выбор места. На начальном этапе следует оценить прилегающую местность на предмет размещения наружной рекламы. Оптимальный вариант расположения автосервиса - рядом с автомагистралями, АЗС, гаражными комплексами.

Необходимо учесть, что в соответствии с требованиями СЭС нельзя организовывать автосервис рядом с жилыми домами (расстояние должно быть не менее 50 м) и около водоемов. Выбранное помещение должно иметь централизованную подводку воды и канализацию. Следует предусмотреть и наличие ямы, иначе придется затратить дополнительные средства на покупку подъемного оборудования. Желательно, чтобы площадь помещения составляла хотя бы 25–30 кв. м (на одного рабочего должно приходиться 5 кв. м, и это без учета оборудования), но на первом этапе может хватить и 15 «квадратов». Хотя в настоящий момент площадь среднего московского автосервиса превышает 200 кв. м.

Второй этап в создании автосервиса - утряска бюрократических формальностей. И первое, чем здесь придется заняться, - это проектная документация. Для того чтобы она прошла согласование в органах госсанэпидемнадзора, вам придется немало потрудиться, ведь требований масса: от наличия естественного освещения до установки «двухстворчатого шкафчика для спецодежды». В добавление к этому нужно будет представить пакет документов в транспортную инспекцию, решить вопросы с договором аренды.

Третий этап - подбор персонала. В современных условиях именно возможность привлечь в компанию квалифицированных специалистов того или иного профиля определяет выбор работ, которые будет производить автосервис. Но в любом случае надо постараться подобрать опытных профессионалов по наиболее востребованным видам услуг. И в первую очередь к ним относятся шиномонтаж и кузовной ремонт. Неплохо включить в состав бизнеса автомойку. Ряд работ, например подборку эмалей и ремонт двигателя, можно осуществлять и в специализированных компаниях - достаточно распространенная в Москве практика. Существует около 100 видов услуг, оказываемых автосервисами. *Наиболее распространенные виды работ*: смазочно-заправочные; контрольно-диагностические; электротехнические; шиномонтажные и балансировочные; монтажно-демонтажные; жестяно-сварочные; ремонт рулевого управления; ремонт рулевой системы; ремонт двигателей; ремонт и зарядка аккумуляторов; покраска.

Четвертый этап это закупка оборудования. Здесь у вас будет выбор - более дорогое и качественное импортное или же доступное по цене отечественное. Надо отметить, что наличие импортного оборудования может способствовать привлечению клиентов, его неплохо использовать и в рекламных целях.

Если вы намерены работать с иномарками, то придется сконцентрироваться на продукции одного или нескольких производителей: для каждой марки существует своя компьютерная система диагностики.

И вот предприятие готово к открытию. Для привлечения клиентов стоит потратить 500–1000 долл. на рекламу. Кроме «наружки», объявления полезно разместить в специализированных газетах и журналах, расклеить в гаражных массивах. Стоит также распространить листовки.

В среднем создание автосервиса обойдется в 130–150 тыс. долл. Хотя возможно и более дешевое решение: небольшой автосервис будет стоить 35–50 тыс. долл., а шиномонтаж - 8–12 тыс. долл.

Автосервис, оказывающий широкий спектр услуг, приносит своему владельцу доход от 4 тыс. долл. в месяц, шиномонтаж - от 0,7 тыс. долл.

Существует и другая модель организации бизнеса - по индивидуальному вызову в гараж автовладельца. Таким образом снижаются траты на аренду помещения и закупку дорогостоящего оборудования, но повышаются расходы на рекламу. В этом случае можно обойтись небольшим офисным помещением с телефоном, несколькими автомобилями (а лучше нанять механиков с личным автотранспортом). Склад запчастей не обязателен: закупайте их под конкретный заказ, воспользовавшись услугами одной из многочисленных служб доставки.

Один из основных вопросов, которые решает владелец и автосервиса - приобретение запчастей, а значит, налаживание связей с поставщиками. Каталоги автозапчастей можно найти, например, в Интернете на сайтах производителей и дилеров.

Заявку на доставку лучше формировать заранее, учитывая сезонные колебания спроса. Описать их может любой опытный работник этой сферы (для шиномонтажа, например, пики активности приходятся на конец осени и начало весны, когда наступает пора менять резину).

Автозапчасти либо покупают у российских дилеров, либо завозят самостоятельно, сотрудничая с поставщиками из стран Азии. Крупные компании обычно доставляют детали из-за рубежа чартерным рейсом. Что касается мелких автосервисов, то самостоятельно ввозить запчасти для них довольно рискованно, ведь детали приходится закупать на перспективу. А вдруг они не понадобятся вовсе? Кроме того, когда речь идет о небольших партиях, рассчитывать на скидки от производителя не приходится. Так что мелким компаниям стоит посещать специализированные выставки и знакомиться на них с ассортиментом и ценами основных российских дилеров. Важно точно учитывать сезонность и своевременность закупок: наличие товара на складе не только сократит время обслуживания каждого клиента, но и ускорит оборачиваемость средств.

Для специализированных автосервисов, где список необходимых деталей четко определен нормативами автопроизводителей, проблема доставки запчастей не очень актуальна. А вот в практике работы автосервисов широкого профиля существуют две наиболее распространенные модели.

Закупка деталей «с запасом». Требует значительных затрат, но зато снимает вопросы отсутствия необходимых запчастей в нужный момент. Наиболее эффективна такая схема для сетевых автосервисов, в работе которых рано или поздно оказывается востребованной практически любая деталь.

Работа со службами доставки. Все детали по мере необходимости заказывают в каком-нибудь Интернет-магазине. Но тогда их стоимость оказывается значительно более высокой.

1. **Кузовное и малярное отделение**

*Кузовной цех*

Текущие тенденции показывают увеличение потребности в кузовном ремонте и покраске. Для этих видов ремонта характерна высокая прибыльность и неритмичность заказов. Но преимущества перевешивают недостатки.

Наиболее важным в этих видах работ является квалификация персонала - кузовных мастеров и маляров.

Количество постов кузовного ремонта определяется соотношением:

♦ на 5 общеремонтных постов устраивают 2 кузовных и 1 окрасочный;

♦ на 10 постов общего ремонта - 4 кузовных + 2 окрасочных;

♦ если кузовных поста 3, то окрасочных делают 2.

Кузовной и покрасочный цехи обычно стараются устраивать отдельно от других помещений из-за шумности и паров красок и растворителей. Поэтому им нужны свои конторские помещения из расчета 8 м2 на одного сотрудника +5 м2 на каждого следующего.

Небольшое кузовное отделение состоит из 2 рабочих постов (40 м2) и помещения для укладывания извлеченных и разобранных деталей (около 20% площади). В подобном кузовном отделении осуществляется лишь мелкий ремонт в форме замены деталей.

Кузовное отделение средней величины состоит из 4 рабочих постов (192 м2) и помещения для укладывания извлеченных и разобранных деталей (около 20% площади). В подобном типе кузовного отделения осуществляется лишь мелкий ремонт без правки кузовов.

Большое кузовное отделение состоит из 4-б рабочих постов (392 м2) и помещения для укладывания извлеченных и разобранных деталей (около 20% площади). В подобном типе кузовного отделения осуществляется крупный ремонт кузовов с помощью правильных рам (стапелей).

Непосредственно после помещения для укладывания извлеченных и разобранных деталей рядом с кузовным отделением должен находиться чистый рабочий пост для укомплектования автомобиля после окраски.

*Малярный цех*

Окраска легковых автомобилей относится к числу самых прибыльных авторемонтных работ. Однако при проектировании малярного отделения могут допускаться трудно исправляемые ошибки. Эти ошибки быстро выявляются при работе и могут дорого обойтись. Неудачно решенное малярное отделение может работать лишь с ограниченными возможностями и малой эффективностью. В результате снижается прибыль. У планировочного решения малярного отделения имеются закономерности, которые абсолютно необходимо принимать во внимание.

Исходным критерием для выбора окрасочной и сушильной установки - камеры - является предусмотренная производственная мощность малярного отделения.

В основном действуют следующие положения:

♦ мощность комбинированной окрасочной и сушильной камеры - от 5 до 7 полностью окрашиваемых автомобилей в день;

♦ мощность комбинированной окрасочной и сушильной камеры с сушильным боксом (1 + 1) - от 10 до 12 полностью окрашиваемых автомобилей в день;

♦ мощность комбинированной окрасочной и сушильной камеры для мастики-заполнителя с комбинированной камерой для покровного лака с сушильным боксом (камерой) для 2 автомобилей - от 20 до 25 полностью окрашиваемых автомобилей в день.

Зная, сколько автомобилей планируется полностью окрашивать за одну рабочую смену и какая окрасочная и сушильная камера для этой цели понадобится, можно рассчитать необходимое число рабочих постов в малярном отделении. Речь идет о постах подготовительных работ и постах для осуществления отделочных работ. Нужно, чтобы площадь каждого составляла минимум 6x3,5 м. Желательно, чтобы рабочие посты мокрого шлифования были снабжены колосниковыми решетками (оцинкованной конструкции).

Из вышеприведенного вытекает, сколько рабочих постов для подготовительных и отделочных работ понадобится:

♦ малярное отделение с комбинированной окрасочной и сушильной камерой мощностью от 5 до 7 полных окрасок в день нуждается примерно в 6-7 постах для подготовительных работ;

♦ малярное отделение с комбинированной окрасочной и сушильной камерой с сушильным боксом мощностью от 10 до 12 полных окрасок в день нуждается примерно в 9-11 постах для подготовительных работ;

♦ малярное отделение с комбинированной камерой для покровного лака + комбинированной камерой для мастики-заполнителя + сушильным боксом (камерой) мощностью от 15 до 19 полных окрасок в день нуждается примерно в 12-15 постах для подготовительных работ.

В проекте малярного отделения учитывают необходимость дополнительных помещений:

♦ помещение для смешивания красок, соединенное с кладовой для красок, мастик и разбавителей (необходимая площадь для малярных цехов небольшого и среднего размеров составляет от 15 до 18 м2);

♦ склад инструмента и вспомогательных средств (необходимая площадь для малярных цехов небольшого и среднего размеров составляет от 4 до 6 м2, для больших цехов - от 20 до 25 м2);

♦ машинное помещение окрасочной (сушильной) камеры - важную роль играют тип установки и взаимоположение машинного помещения и камеры.

Весьма часто составной частью проекта автомалярного отделения бывает компрессорная станция.

При размещении в помещении окрасочных работ окрасочно-сушильных камер, работающих на жидком и газообразном топливе, необходимо предусматривать отдельное помещение теплогенераторной, которое следует располагать у наружной стены с выходом наружу и отделять от других помещений противопожарными перегородками и перекрытиями.

1. **Охрана труда на станции технического обслуживания автомобилей**

Все работники предприятий, в том числе руководители, обязаны проходить обучение по охране труда и проверку знаний требований охраны труда. Для всех поступающих на работу лиц, а также для лиц, переводимых на другую работу, работодатель (или уполномоченное им лицо) обязан проводить инструктаж по охране труда, организовывать обучение безопасным методам и приемам выполнения работ и оказания первой помощи пострадавшим.

Это нужно, во-первых, для того, чтобы снизить вероятность травматизма на работе по вине работника, лишний раз проверить - все ли оборудование и рабочие места соответствуют требованиям и травматизм по этой причине (т.е. по вине предприятия) исключен, во-вторых, избежать судебных исков в случае тяжелых травм у сотрудников или оплачивать долгосрочные больничные листы.

Для лиц, поступающих на работу с вредными или опасными условиями труда, на которой в соответствии с законодательством об охране труда требуется профессиональный отбор, работодатель обязан обеспечить обучение безопасным методам и приемам выполнения работ со стажировкой на рабочем месте и сдачей экзаменов, а в процессе трудовой деятельности - проведение периодического обучения по охране труда и проверки знаний требований охраны труда.

Требования охраны труда обязательны для исполнения юридическими и физическими лицами при осуществлении ими любых видов деятельности, в том числе при проектировании, строительстве (реконструкции) и эксплуатации объектов, конструировании машин, механизмов и другого оборудования, разработке технологических процессов, организации производства и труда.

Каждый работник имеет право на:

• рабочее место, соответствующее требованиям охраны труда;

•обязательное социальное страхование от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний в соответствии с законодательством Российской Федерации;

• получение достоверной информации от работодателя, соответствующих государственных органов и общественных организаций об условиях и охране труда на рабочем месте, о существующем риске повреждения здоровья, а также о мерах по защите от воздействия вредных или опасных производственных факторов;

• отказ от выполнения работ в случае возникновения опасности для его жизни и здоровья вследствие нарушения требований охраны труда, за исключением случаев, предусмотренных федеральными законами, до устранения такой опасности;

• обеспечение средствами индивидуальной и коллективной защиты работников в соответствии с требованиями охраны труда за счет средств работодателя;

• обучение безопасным методам и приемам труда за счет средств работодателя;

• профессиональную переподготовку за счет средств работодателя в случае ликвидации рабочего места вследствие нарушения требований охраны труда;

• запрос о проведении проверки условий и охраны труда на его рабочем месте органами государственного надзора и контроля за соблюдением требований охраны труда или органами общественного контроля за соблюдением требований охраны труда;

• обращение в органы государственной власти Российской Федерации, органы государственной власти субъектов Российской Федерации и органы местного самоуправления, к работодателю, в объединения работодателей, а также в профессиональные союзы, их объединения и иные уполномоченные работниками представительные органы по вопросам охраны труда;

• личное участие или участие через своих представителей в рассмотрении вопросов, связанных с обеспечением безопасных условий труда на его рабочем месте, и в расследовании происшедшего с ним несчастного случая на производстве или его профессионального заболевания;

• внеочередной медицинский осмотр (обследование) в соответствии с медицинскими рекомендациями с сохранением за ним места работы (должности) и среднего заработка на время прохождения указанного медицинского осмотра;

• компенсации, установленные законодательством Российской Федерации и законодательством субъектов Российской Федерации, коллективным договором (соглашением), трудовым договором (контрактом), если он занят на тяжелых работах и работах с вредными или опасными условиями труда.

В случае не обеспечения работника средствами индивидуальной и коллективной защиты (в соответствии с нормами) работодатель не вправе требовать от работника выполнения трудовых обязанностей и обязан оплатить возникший по этой причине простой в соответствии с законодательством Российской Федерации. Отказ работника от выполнения работ в случае возникновения опасности для его жизни и здоровья вследствие нарушения требований охраны труда либо от выполнения тяжелых работ и работ с вредными или опасными условиями труда, не предусмотренных трудовым договором (контрактом), не влечет за собой его привлечения к дисциплинарной ответственности.

Работодатель не должен допускать к работе лиц, не прошедших в установленном порядке инструктаж по охране труда. Более детально порядок и виды инструктажа работников регулируются ГОСТом 12.0.004-90 "Система стандартов безопасности труда. Организация обучения работающих безопасности труда. Общие положения", которая распространяется на все организации независимо от формы собственности и вида.

Обучение и инструктаж по безопасности труда носят непрерывный многоуровневый характер и проводятся на предприятиях промышленности, транспорта, связи, строительства, в общеобразовательных и профессиональных учебных заведениях, во внешкольных учреждениях, а также при совершенствовании знаний в процессе трудовой деятельности.

Ответственность за организацию своевременного и качественного обучения и проверку знаний в целом по предприятию или учебному заведению возлагается на его руководителя, а в подразделениях (цех, участок, лаборатория, мастерская) - на руководителя подразделения.

Работники совместных предприятий, кооперативов и арендных коллективов проходят обучение и проверку знаний в порядке, установленном для государственных предприятий и организаций соответствующих отраслей народного хозяйства.

По характеру и времени проведения инструктаж работников подразделяется на вводный; первичный на рабочем месте; повторный; внеплановый; целевой.

Вводный инструктаж проводят со всеми принимаемыми на работу независимо от их образования, стажа работы по данной профессии или должности, а также с командированными, учащимися, студентами, прибывшими на производственную практику или обучение.

Первичный инструктаж на рабочем месте проводят со всеми вновь принятыми на предприятие, переводимыми из одного подразделения в другое, командированными, учащимися и студентами, с работниками, выполняющими новую для них работу, а также со строителями при выполнении строительно-монтажных работ на территории предприятия. Данный инструктаж проводится с каждым работником индивидуально с показом безопасных приемов труда.

Повторный инструктаж проводят с целью проверки и повышения уровня знаний правил и инструкций по охране труда индивидуально или с группой работников одной профессии, бригады по программе инструктажа на рабочем месте. Такой инструктаж проходят все работающие не реже чем раз в шесть месяцев, за исключением работников, которые не связаны с использованием инструментов и оборудования.

Внеплановый инструктаж проводят при изменении правил по охране труда, замене оборудования, изменении технологического процесса и других факторов, влияющих на безопасность труда. Текущий инструктаж проводится с работниками перед производством работ, на которые оформляется наряд-допуск.

Целевой инструктаж проводят при выполнении разовых работ, не связанных с прямыми обязанностями по специальности (погрузка, выгрузка, уборка территории, разовые работы вне предприятия, цеха и т. п.); ликвидации последствий аварий, стихийных бедствий и катастроф; производстве работ, на которые оформляется наряд-допуск, разрешение и др. документы; проведении экскурсии на предприятии; организации массовых мероприятий с учащимися (экскурсии, походы и др.).

Первичный инструктаж на рабочем месте, повторный, внеплановый и целевой проводит непосредственный руководитель работ (мастер, инструктор производственного обучения, преподаватель).

Все работники предприятий, включая руководителей, обязаны проходить обучение, инструктаж, проверку знаний правил, норм и инструкций по охране труда в порядке и в сроки, которые установлены для определенных видов работ и профессий.

К нормативным правовым актам по охране труда относятся: стандарты Системы стандартов безопасности труда (ССБТ), санитарные правила, нормы и гигиенические нормативы, строительные нормы и правила, правила устройства и безопасной эксплуатации, правила безопасности (пожарной, ядерной, радиационной, лазерной, биологической, технической, взрыво- и электробезопасности), правила и инструкции по охране труда, организационно-методические документы (положения, методические указания, рекомендации).

Постоянный контроль за соблюдением работниками всех требований инструкций по охране труда возлагается на администрацию предприятий.

Работодатель обязан обеспечить:

•безопасность работников при эксплуатации зданий, сооружений, оборудования, осуществлении технологических процессов, а также применяемых в производстве сырья и материалов;

•применение средств индивидуальной и коллективной защиты работников;

• соответствующие требованиям охраны труда условия труда на каждом рабочем месте;

• режим труда и отдыха работников в соответствии с законодательством Российской Федерации и законодательством субъектов Российской Федерации;

• приобретение за счет собственных средств и выдачу специальной одежды, специальной обуви и других средств индивидуальной защиты, смывающих и обезвреживающих средств в соответствии с установленными нормами работникам, занятым на работах с вредными или опасными условиями труда, а также на работах, выполняемых в особых температурных условиях или связанных с загрязнением;

• обучение безопасным методам и приемам выполнения работ, инструктаж по охране труда, стажировку на рабочих местах работников и проверку их знаний требований охраны труда, недопущение к работе лиц, не прошедших в установленном порядке указанные обучение, инструктаж, стажировку и проверку знаний требований охраны труда;

• организацию контроля за состоянием условий труда на рабочих местах, а также за правильностью применения работниками средств индивидуальной и коллективной защиты;

• проведение аттестации рабочих мест по условиям труда с последующей сертификацией работ по охране труда в организации;

• проведение за счет собственных средств обязательных предварительных (при поступлении на работу) и периодических (в течение трудовой деятельности) медицинских осмотров (обследований) работников, внеочередных медицинских осмотров (обследований) работников по их просьбам в соответствии с медицинскими рекомендациями с сохранением за ними места работы (должности) и среднего заработка на время прохождения указанных медицинских осмотров;

• недопущение работников к выполнению ими трудовых обязанностей без прохождения обязательных медицинских осмотров, а также в случае медицинских противопоказаний;

• информирование работников об условиях и охране труда на рабочих местах, о существующем риске повреждения здоровья и полагающихся им компенсациях и средствах индивидуальной защиты;

• предоставление органам государственного управления охраной труда, органам государственного надзора и контроля за соблюдением требований охраны труда информации и документов, необходимых для осуществления ими своих полномочий;

• принятие мер по предотвращению аварийных ситуаций, сохранению жизни и здоровья работников при возникновении таких ситуаций, в том числе по оказанию пострадавшим первой помощи;

• расследование в установленном Правительством Российской Федерации порядке несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний;

• санитарно-бытовое и лечебно-профилактическое обслуживание работников в соответствии с требованиями охраны труда;

• беспрепятственный допуск должностных лиц органов государственного управления охраной труда, органов государственного надзора и контроля за соблюдением требований охраны труда, органов Фонда социального страхования Российской Федерации, а также представителей органов общественного контроля в целях проведения проверок условий и охраны труда в организации и расследования несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний;

• выполнение предписаний должностных лиц органов государственного надзора и контроля за соблюдением требований охраны труда и рассмотрение представлений органов общественного контроля в установленные законодательством сроки;

• обязательное социальное страхование работников от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний;

• ознакомление работников с требованиями охраны труда.

Работники обязаны:

• соблюдать требования охраны труда;

• правильно применять средства индивидуальной и коллективной защиты;

• проходить обучение безопасным методам и приемам выполнения работ, инструктаж по охране труда, стажировку на рабочем месте и проверку знаний требований охраны труда;

• немедленно извещать своего непосредственного или вышестоящего руководителя о любой ситуации, угрожающей жизни и здоровью людей, о каждом несчастном случае, происшедшем на производстве, или об ухудшении состояния своего здоровья, в том числе о проявлении признаков острого профессионального заболевания (отравления);

• проходить обязательные предварительные (при поступлении на работу) и периодические (в течение трудовой деятельности) медицинские осмотры.

**Заключение**

Автосервис занимает особое место в сложном секторе хозяйственной жизни общества, который представляет собой автомобилизация. Иномарки и отечественные автомобили рано или поздно сталкивается с необходимостью ремонта. Выбор места обслуживания сегодня обширен, вывески «Автосервис», «Ремонт автомобилей», «Авторемонт» и т.д. можно встретить повсюду. Обслуживание автомобилей, особенно иномарок, считается прибыльным бизнесом, и во всем мире таких предприятий насчитывается сотни тысяч

Российский автомобильный рынок стал частью мирового рынка, ориентированного на потребителей, и все, что выгодно потребителям, уже внедряется теми предприятиями, которые хотят развиваться. Деятельность в области торговли автомобилями и запасными частями, обслуживание и ремонт автомобилей имеет сейчас огромные возможности.

Также автосервис отражает достигнутую и перспективную систему по: предпродажной подготовке автомобилей, их продаже, страхованию, гарантийному ремонту и обслуживанию, противокоррозионной обработке кузова, обслуживанию по талонам сервисных книжек, самого ремонта и т.д. Сегодня автосервис выполняет более 100 видов работ владельцам автомобилей.

Одновременно с профессионалами, работы по ремонту оказывают многочисленные частные механики, которые работают в мастерских численностью по два-пять человек при гаражных кооперативах (зачастую в обычном гараже-боксе). Внедряются такие прогрессивные формы и виды обслуживания как посты самообслуживания, техническая помощь на дороге и прочее.

Однако рост числа работников автосервиса, как показала практика последних лет, ухудшил его качественную сторону. В сферу автосервиса попали люди без специального образования – самоучки. На рынке появляются детали сомнительного происхождения, не имеющие сертификата предприятия-изготовителя. «Серые» СТО из-за огромного модельного ряда автомобилей не могут представить всю номенклатуру запчастей, не имеют специального инструмента и технологий, обученных специалистов. Эти нарушения представляют угрозу для общества, т.к. автомобиль продолжает оставаться объектом повышенной опасности.

И в заключение я хочу отметить то, что развитие системы автотехобслуживания страны в перспективе будет тем более интенсивным и эффективным, чем в большей мере организация автосервиса будет опираться на:

-передовой опыт и на достижения научно-технического прогресса;

-нововведения в технологию ремонта и обслуживания автомобилей;

-развитие автоматизации, механизации процессов ремонта и обслуживания;

-совершенствование методов и форм организации трудового и производственного процессов;

-развитие территориальной организации ремонтно-обслуживающих работ, чтобы во все большей степени удовлетворять потребителей в автосервисе по месту жительства автовладельцев;

-прогнозирование и на этой основе планирование спроса населения данного района, города, страны на продукцию автосервиса;

-внедрение системы мероприятий по более качественному учету и контролю, препятствующей хищениям собственности, другим правонарушениям;

-совершенствование самоуправления, внедрение компьютерного обеспечения.

Каждое из указанных направлений имеет свое техническое, экономическое и социальное значение для развития автосервиса.

**Список литературы**

1. Д. Дубровский «Открываем автосервис» 256 стр. Питер 2009 г.
2. Бармашова Лариса Викторовна «Фирменный автосервис» образовательный сайт МГИУ.
3. Ранецкий К.А., Экономика организации (предприятия), М.: Даликов и К, 2008.
4. Карагодин В.И., Шестопалов С.К. Слесарь по ремонту автомобилей: Практическое пособие. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Высшая школа, 2009. – 239.
5. Круглов С.М. Справочник автослесаря по техническому обслуживанию и ремонту легковых автомобилей. - М.: Высшая школа, 2007. - 304 с.
6. Техническая эксплуатация автомобилей / Под ред. Е.С. Кузнецова. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Транспорт, 2009. - 413 с.
7. Шестопалов С.К., Шестопалов К.С. Легковые автомобили. - М.: Транспорт, 2008. - 240 с.
8. Петроченков С.Н., Яковенко Е.Г. Организация комплексного автосервиса. М.: Транспорт, 2007. 240 с.
9. Фастовцев Г.Ф. Автотехобслуживание. М.: Машиностроение, 2008. 256с.
10. Управление персоналом организации - Учебник для студентов вузов / Под ред. А.Я. Кибанова. М.: ИНФРА, 2006. 512 с.