

УДК 378.141.21:330.47, ВАК 05.13.01:08.00.05, ГРНТИ 20.00.00

РЫЖЕНКОВ А. А.
АУКЦИОН СТАНЦИЙ ТЕХНИЧЕСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ

Аукцион Станций технического
обслуживания

Service stations auction

А. А. Рыженков

A. A. Ryzhenkov

Ухтинский государственный технический
университет, г. Ухта

Ukhta State Technical University,
Ukhta

В статье представлено изучение процесса поиска станций технического обслуживания клиентами, и поиска клиентов работниками станций, приведён опрос водителей и на основании полученных данных, предложена разработка проекта, автоматизирующего данный процесс. Метод автоматизации – взят по примеру аукциона.

The article presents a study of the service station search process by customers and find customers by employees of the stations. A survey of drivers is presented. On the basis of obtained data, development of the project automates this process is proposed. The auction is taken for example of automation method.

Ключевые слова: станция технического обслуживания, приложение, ремонт, аукцион, технический осмотр, автомобиль, машина, коммерческая эффективность.

Keywords: service station, application, repair, auction, inspection, automobile, car, commercial efficiency.

Введение

Нашу жизнь сегодня сложно представить без автотранспорта. Сейчас, все дворы и парковки буквально заполнены машинами. Только по официальной статистике, автомобилями уже обладают 37 % населения России, ещё 6 % планируют приобрести авто в этом году, и это только в нашей стране [1].

Любое авто постоянно требует вложений, регулярные технические осмотры (далее ТО), постоянные ремонты, замена масла и расходных материалов. Каждый водитель занимается подобными вещами постоянно. И далеко не всякий автолюбитель ремонтирует транспорт самостоятельно. Ведь кругом столько станций технического осмотра (далее СТО).

Но как выбрать качественную, осуществляющую быстрый ремонт, а зачастую и недорогую станцию? Ведь в сегодняшний век всеобщей занятости, сложно найти время на поиск СТО, особенно, в случае поломки, когда авто не на ходу. Зачастую автовладельцы просто связываются с предыдущим СТО, где

был произведён ремонт до этого, часто пренебрегая одним из важных параметров ремонта: качество, время или стоимость.

Теоретический анализ

Подобными вопросами занимается каждый автолюбитель, при этом каждый раз его интересуют разные аспекты обслуживания. Если случается внештатная поломка, а есть сиюминутная необходимость в транспорте, то подойдёт любое СТО по близости, при этом стоимость ремонта не будет решающим параметром. Возможна ситуация, когда во дворе годами может стоять авто в ожидании накопления необходимых на ремонт средств. В данном случае важны не срок и расстояние до СТО, а дешевизна. Владелец автомобиля премиум класса будет выбирать СТО смотря лишь на качество обслуживания, и сохранение дилерской гарантии. В виду стольких разнообразных параметров поиска, попробуем проанализировать, как сегодня происходит его процесс.

Поиск СТО очень затруднительная операция, так как лишь у немногих станции есть свой интернет портал, или проводится крупная рекламная политика, и большая вероятность того что клиент не найдёт оптимальный вариант удовлетворяющий его в полной мере, и как говорит знаменитая поговорка придётся выбрать наименьшее из зол.

Ремонтные станции испытывают подобные проблемы. Небольшие станции ищут клиентов, привлекая скидками, акциями, скоростью ремонта (в виду не занятости), и дешевизной, но о них мало кто знает.

В следствии этого было решено разработать приложение удовлетворяющее всем перечисленным и не только, требованиям. Приложение которое сотрет границу между СТО и автовладельцами.

Приложение

В процессе анализа и изучения, возникла идея реализации поиска СТО методом аукциона. Аукцион – место где преследуются интересы продавца, и в то же время все покупатели заинтересованы в покупке, это одна из лучших систем продаж. Таким образом, поставив клиента на место продавца, мы получаем удобную схему по продаже услуги ремонта среди покупателей, в данном случае среди работников СТО.

Сто аукцион:

1. Клиент указывает свою поломку, а так же критерии поиска (например географическое местоположение вышедшего из строя авто), в заявке.
2. Все СТО из заданного диапазона получают заявку на услугу.
3. Работник СТО отвечает на запрос, указывая стоимость и время за которое он готов осуществить ремонт.
4. Клиент выбирает самый подходящий для него вариант из предложений присланных работниками станций.
5. Автовладелец ремонтируется с наиболее выгодными условиями для него. Работник СТО получает возможность заработка.

После того как потенциальный клиент публикует свою запись, ему начинают предлагать свои услуги различные станции, у каждого из которых указаны отзывы, рекомендации, предыдущие ремонты, а также работник СТО указывает предполагаемую стоимость ремонта, сроки и гарантии. И клиент сам, не выходя из дома выбирает себе СТО, он договаривается о времени и цене с наиболее заинтересовавшим его СТО.

При этом, любой человек может зарегистрироваться в приложении как ремонтующая сторона и зарабатывать через приложение.

Также следует отметить ситуацию, которая очень популярна среди водителей и вызывает огромные сложности: когда в дальней дороге происходит несчастный случай, поломка, съезд с дороги в кювет, опустошение топливного бака или любая другая непредвиденная ситуация. И все эти сложности могут возникнуть далеко от цивилизации и тем более далеко от СТО. В этом случае может помочь данное приложение. Пользователь просто указывает свое местоположение с просьбой помочь и к нему приезжает работник с нужным инструментом и делает все необходимые действия прямо на месте, при этом по договорной заранее цене. Подобное приложение сделает отношения автомобилистов и специалистов по ремонту ближе и позволит автоматизировать данную сферу.

Проект направлен на разработку и внедрение приложения. Целью является улучшение поиска станций технического обслуживания автовладельцами, а также автоматизирование процесса нахождения клиентов для СТО. Будет использоваться соответственно станциями, специалистами по ремонту, а также неофициальными слесарями желающими найти клиентов, и, в большей степени, водителями-клиентами, автовладельцами.

Экспериментальная часть

В ходе эксперимента, было проведено анкетирование водителей. Полученная статистика:

Опрошено: 27 человек.

Дальнейшая информация основана на данных опрошенных людей.

Средний стаж вождения: 11,05 лет.

Среднее количество посещений СТО в год одним человеком: 10,22 раз.

Водители не удовлетворенные теми СТО, которыми они пользовались: 44,44 % (Рисунок 1).

Считают, что в их городе есть лучшее СТО, о котором они просто не знают: 37,03 % (Рисунок 2).

Таким образом, были выявлены потенциальные пользователи приложения. Удивительно, но некоторые из тех, кто удовлетворены теми СТО которые они посещают, ответили, что возможно в их городе есть более лучшее СТО. Скорее всего это объясняется человеческим фактором постоянного стремления к улучшению.

Для расчётов потенциальных пользователей, которые скачают и будут использовать приложение, было выбрано самое минимальное количество процен-

тов – 37,03 %, а именно, показатель тех, кто считает, что есть более подходящее для них СТО, о котором они не знают.

Удовлетворенность клиентами работой СТО на которых они были

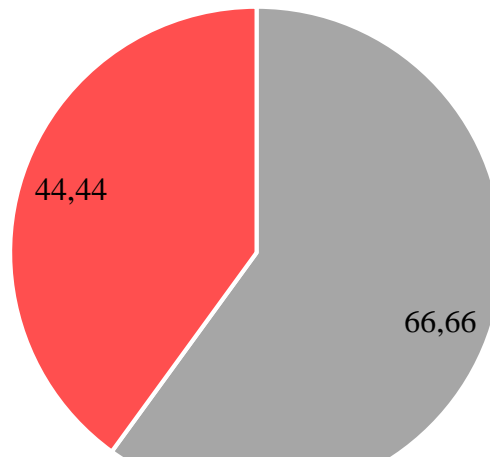


Рисунок 1. Результат опроса оценки работы СТО

Возможность наличия рядом с клиентом лучшего СТО о котором он не знает

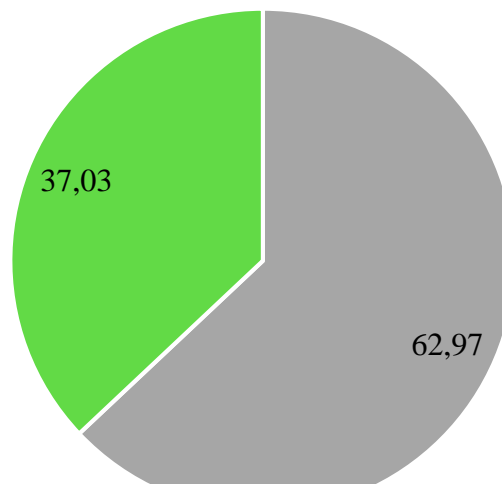


Рисунок 2. Результат опроса о лучшем СТО

Результаты

В завершении был сделан расчёт, коммерциализация.

Приложение должно будет иметь бесплатную версию, но в бесплатной версии будут содержаться рекламные блоки, которые будут отсутствовать в платной версии.

Один показ рекламного блока от 0,02 до 0,25 р. Берём в среднем = 0,1 р [2].

Население страны = 143,5 млн.

Количество автомобилистов в России на данный момент (37 %) = 53,095 млн.

Потенциальные клиенты приложения (37,03 %) = 19,661 млн.

Проведённые вычисления расчёта потенциальных клиентов более наглядно представлены на графике (Рисунок 3).

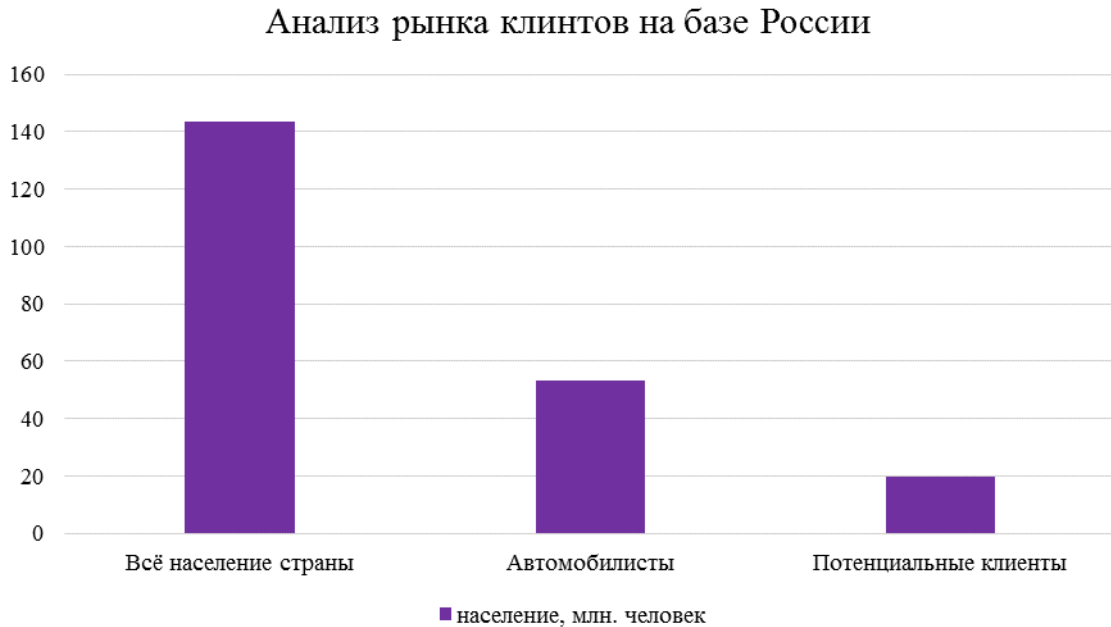


Рисунок 3. Анализ клиентов

Теперь умножим среднее посещения водителями СТО в год на количество потенциальных клиентов и на цену одного показа:

$$10,2 * 19,661 \text{ млн} * 0,1 \text{ р} = 20,09363 \text{ млн р./год}$$

Заметим, что при поиске одного ремонта, пользователь будет видеть несколько раз различные рекламные блоки, так как будет переходить по различным ссылкам внутри приложения.

Конечно же это довольно абстрактные цифры, и чтобы их воплотить в жизнь нужно проделать огромную работу. На данном этапе ведётся программирование уже второго прототипа приложения, а также ведётся более детальное моделирование данного процесса.

Список литературы

1. Сколько человек в России имеют автомобиль // Авто, продажа автомобилей. 2011. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.avtovip.com/art.php?id=98> (дата обращения: 07.01.2017).

2. Сколько можно заработать на своем сайте? Примеры и цифры [Электронный ресурс] // Создание компании в прямом эфире. 2016. URL:

<http://yaroshok.ru/how-much-can-you-earn-on-the-site/> (дата обращения: 07.01.2017).

3. Рочев К. В., Болкина А. А. Экономическая эффективность создания онлайн-ресурса, как автономного источника дохода [Электронный ресурс] // Информационные технологии в управлении и экономике. 2012. № 1. URL: <http://itue.ru/> (дата обращения: 1 мая 2016 г.).

List of references

1. *How many people in Russia have a car*. Auto, car sales, 2011, mode of access: <http://www.avtovip.com/art.php?id=98> (date accessed: 07.01.2017).

2. “How much can you earn on your website? The examples and figures”, *Creation of the company live, 2016*, mode of access: <http://yaroshok.ru/how-much-can-you-earn-on-the-site/> (accessed: 07.01.2017).

3. Rochev K. V., Bolkina A. A. “Scientific activities control system modeling”, *Information technology in management and Economics*, no.1, 2012, accessed May 1, 2016. mode of access: <http://itue.ru/>