

**В.П. Кужель к.т.н. доцент;  
М.В. Букша, студент**

## **РОЗВИТОК ФІРМОВОГО ТЕХНІЧНОГО СЕРВІСУ НА ТЕРИТОРІЇ УКРАЇНИ**

**Ключові слова:** *сервіс, дилерська станція технічного обслуговування, автосалони, мультибрендове підприємство, сервісний центр.*

Суть фірмового обслуговування полягає в тому, що фірма виробник автомобілів бере на себе відповідальність за підтримку працездатності продукції протягом всього терміну її експлуатації. В умовах конкуренції автосервісне обслуговування стає для виробників автомобілів важливим засобом боротьби за потенційних покупців.

Фірмовий автосервіс розвинений в основному у великих містах там, де сконцентрована основна маса автомобілів віком до 5 років. Значення авторизованого (фірмового) сервісу зводиться до просування автомобілів бренду на регіональний ринок, сервіс в ньому розглядається як умова, що забезпечує ефективність продажів. При цьому продажі автомобілів вітчизняних та іноземних виробників тим успішніше, чим якісніше автосервіс бренду. У свою чергу, чим більше продається автомобілів, тим більше доходів приносить автосервіс і тим більше продається запасних частин та аксесуарів. Як правило, увага автомобілю у фірмовому автосервісі приділяється до шестирічного віку. Далі на практиці автомобіль переходить у вільний сервіс, який не пов'язаний з фірмами виробниками.

На території України більше 500 дилерських СТО. При цьому територія України умовно може бути розділена на три зони: 1) міста, в яких є дилери всіх виробників, наприклад Київ, Дніпропетровськ, Донецьк і т.д.; 2) міста, де є дилери 50 % виробників; 3) міста, де є дилери 25% виробників.

Як свідчать результати аналізу, темпи зростання обсягів продажів за всіма марками автомобілів високі і залежать від популярності марки, ціни та рівня розвитку дилерської мережі.

Розвиток автосервісу визначається парком автомобілів, його структурою і динамікою приросту. В Україні в даний час динаміка приросту парку автомобілів випереджає динаміку приросту автосервісу, що визначає якість останнього.

Дослідження показують, що в Києві 43 % автомобілів можна віднести до сегмента авторизованого автосервісу, а в цілому в Україні до такого сервісу можна віднести не більше 21 % автомобілів. Враховуючи значно нижчий рівень платоспроможності власників автомобілів та значно вищі ціни у фірмовому автосервісі, цей відсоток у менш розвинутих регіонах буде значно меншим. Таким чином, можна прийти до висновку, що в Україні (за винятком м. Києва) більше 80 % власників користується послугами незалежного автосервісу і (не враховуючи низьку платоспроможність автовласників) лише 20 % автомобілів можна віднести до сегмента авторизованого автосервісу.

Практичні дослідження і експертні оцінки підтверджують таку закономірність: в перший рік експлуатації фірмовий сервіс покидає до 30 % автомобілів, у другий – 40 %, у цілому ринок автомобілів фірмового автосервісу не перевищує 3-х років. Автомобілі, що старші 3-х років не перевищують у структурі автомобілезаїздів фірмового автосервісу 15 %, а ті, що старші 10 років, не розглядаються авторизованим автосервісом як ринок.

Постійними клієнтами на дилерських техцентрах є власники нових автомобілів (у протилежному випадку вони втрачають гарантію) і заможні клієнти. Так само, до фірмових автосервісів прикріплені практично всі власники машин, придбаних у кредит – обов'язкове КАСКО прив'язує їх до партнерської СТО. Близько 60-70% автомобілів зараз купуються в кредит.

Найчастіше автосалони прикріплюють власників нових машин до своїх техстанцій спираючись на довгострокові гарантійні зобов'язання – 3-6 років, не уточнюючи при цьому, що вони поширюються тільки на наскрізну корозію, а на основні вузли і агрегати дається лише рік гарантії.

Генеральний менеджер компанії «АВТ Баварія» зазначає, що продавці салонів можуть робити великі знижки, тому що потім дилер заробляє продаючи запчастини та послуги. Це відбувається через те, що на авторизованих сервісах деталі підлягають повній заміні, а не ремонту.

Оплата планового техобслуговування автомобіля вартістю \$ 20-30 тис. після 20 тис. пробігу в середньому складає \$ 150-300 – у фірмових СТО, \$ 150-200 – в незалежній автостанції, \$ 100 - у приватних ремонтників.

Керівник управління сервісу, торгівлі запчастинами та логістики корпорації «УкрАВТО» пояснює дорожнечу сервісу його якістю. Він заявляє, що тільки у фірмових техцентрах встановлено дороге фірмове обладнання та постійно оновлюється програмне забезпечення, так необхідні для діагностики сучасних машин з великою кількістю складних електронних блоків. На жаль, таке обладнання дисить дороге і не використовується в незалежних СТО. Більше 30% від виручки становить рентабельність дилерських сервіс-центрів і, як запевняє начальник відділу «Інтеркар Україна», дають дворічну гарантію на запчастини та виконані роботи, на відміну від незалежних СТО. Але, тим не менш, спостерігається різниця в цінах на послуги у авторизованих СТО однієї і тієї ж дилерської мережі, яка залежить від регіону розташування СТО.

Фірмові СТО розвиваються повільно через нестачу кваліфікованих кадрів, що потребують чималих капіталовкладень і тривалих термінів на будівництво повноцінних станцій. Так, наприклад, витрати на створення техцентра складуть \$ 1,5-4 млн., без урахування вартості землі та будівництва, час витрачений на будівництво – близько 3 років, а окупність 5-8 років.

Начальник відділу сервісу компанії «Інтеркар Україна Лтд.» Зазначає що зі зростанням продажів нових автомобілів зростає і відсоток клієнтів фірмових СТО. Неавторизовані станції прагнуть поліпшити якість послуг, але вони будуть відставати від авторизованих центрів. Це пов'язано з тим, що в останніх працює кваліфікований персонал, використовується актуальна інформація з ремонту і обслуговування та надається більш тривалий термін гарантії. До того ж, у неавторизованих СТО перелік послуг, що надаються, часто обмежений.

Фірмові сервісні центри заробляють на продажу запчастин і матеріалів, незалежні СТО – на продажу послуг. Рентабельність останніх – в середньому 25%. Але при цьому вони можуть дати гарантію на свої роботи максимум на пів року.

В кінці 1990-х років в ЄС з'явилися мережеві мультибрендові підприємства термінового ремонту (soft franchise). Велика частина майстерень швидкого ремонту надає лише обмежений спектр послуг (заміна гальмівних колодок, мастила, свічок, шиномонтаж і т.п.). У Німеччині законодавчо закріплено право за soft franchise проводити техогляди автомобілів, не перериваючи терміну гарантії. Корпорація Volkswagen AG керує однією з перших soft franchise у Європі. Такі мережі СТО на рівних умовах з авторизованими станціями мають доступ до фірмових запчастин і технічної інформації. При цьому вони не обмежуються обслуговуванням машин тільки однієї марки. Така система призводить до того, що автовиробники отримують додатковий дохід від продажу комплектуючих, надання технічної інформації та навчання персоналу; СТО – нових клієнтів і доступ до фірмових технологій; автолюбителі – можливість провести дешевий нескладний ремонт у будь-якій точці Європи.

Черга Україні в побудові soft franchise настане лише тоді, коли на ринку автосервісу буде досить авторизованих техстанцій. Поки ж власники автопідприємств зайняті тільки будівництвом дилерських сервісних центрів.

Висновки. На фірмових сервісних центрах якість послуг контролюється компанією виробником автомобілів, від якої працює фірмовий сервісний центр, що вносить в Україну світові стандарти на надання послуг з технічного обслуговування автомобілів. Фірмовий автосервіс приніс в Україну передові технології з обслуговування і ремонту автомобілів, новий дизайн, нову виробничу культуру.

### Список літературних джерел

1. Волгин, В.В. Автосервіс : маркетинг и анализ / В.В. Волгин. – М. : Издательство торг. корпорации «Дашков и К», 2004 – 224 с.
2. Перспективи розвитку автосервісу в Україні [Електронний ресурс] // Клаксок. — Режим доступу: [http://or-klakson.blogspot.com/2012/01/blog-post\\_28.html](http://or-klakson.blogspot.com/2012/01/blog-post_28.html)
3. Марков О.Д. Станции технического обслуживания автомобилей / О.Д. Марков. – К. : Кондор, 2008. – 536 с.