

## **ФИРМЕННОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ АВТОМОБИЛЕЙ**

**Н.В. Пеньшин**

*ГОУ ВПО «Тамбовский государственный технический университет», г. Тамбов*

**Ключевые слова и фразы:** автомобили; автосервисные услуги; гарантийное обслуживание; ремонт; трудоемкость; фирменное обслуживание.

**Аннотация:** Приведены виды автосервисных услуг. Дан краткий анализ продажных и послепродажных автосервисных услуг, включая гарантийное и послегарантийное техническое обслуживание. Изложены основные направления совершенствования фирменного обслуживания автомобилей.

Уровень конкурентоспособности станции технического обслуживания (СТО) зависит от многих факторов, в том числе, от размещения, спроса на предлагаемые услуги и их качества, своевременности выполнения услуг и др.

Немаловажная роль отводится способам и формам выполнения автосервисных услуг, которые позволяют обеспечить высокую эффективность производственного процесса.

Одной из таких форм, получившей широкое применение, является фирменное обслуживание. По мнению специалистов, фирменное обслуживание занимает первое место среди других форм автосервиса по конкурентообразующим характеристикам [1–4, 6]. На втором месте находятся бывшие государственные СТО, на третьем – частные СТО, на четвертом – автотранспортные предприятия, выполняющие услуги по техническому обслуживанию и ремонту для других автовладельцев на коммерческой основе, на пятом – индивидуальные предприниматели. Фирменные СТО обеспечивают продажу и техническое обслуживание автомобилей конкретных фирм и работают непосредственно с фирмами производителями, выполняя дилерские функции. Их деятельность полностью подчинена интересам автомобильных заводов, в своей работе они пользуются нормативными и инструктивными материалами автозаводов.

Автомобильные заводы добиваются выполнения всеми дилерами единых требований по компоновке и оборудованию дилерских торгово-сервисных центров, выполнению производственных функций в целях обеспечения высокого качества технического обслуживания и высокой репутации автомобильной компании, ее дилерской сети.

Фирменные СТО оснащаются высококачественным технологическим оборудованием, укомплектовываются квалифицированными кадрами, предоставляют широкий набор автосервисных услуг, имеют высокую репутацию.

Суть фирменного обслуживания заключается в том, что фирма производитель автомобилей берет на себя ответственность за поддержание работоспособности продукции в течение всего срока ее эксплуатации. В условиях конкуренции автосервисное обслуживание становится для производителей автомобилей важным средством борьбы за потенциальных покупателей.

Услуги, предоставляемые покупателю при продаже автомобилей подразделяются на предпродажные и послепродажные, включая гарантийное и послегарантийное техническое обслуживание.

Услуги, связанные с подготовкой автомобилей к продаже, включают подготовку автомобиля к продаже, снятие антикоррозийных и иных покрытий, монтаж, заправку топливом, наладку и регулирование, доведение показателей до паспортного уровня, исправление повреждений, полученных при транспортировке и т.д.

Необходимость проведения предпродажной подготовки обусловлена тем, что при доставке автомобилей к месту продажи и во время их хранения поверхность кузова и салона

загрязняется, нарушаются некоторые регулировки, появляются различные повреждения и мелкие неполадки.

Работы по предпродажной подготовке автомобилей производятся за счет завода-изготовителя. При этом ответственность за качество работ несет предприятие, производившее предпродажную подготовку. О выявленных в процессе предпродажной подготовки отказах и неисправностях своевременно сообщают заводу-изготовителю, что позволяет не только оценивать качество сборки автомобилей, но и предупреждать в дальнейшем появление этих неисправностей и отказов.

Трудоемкость проведения предпродажного обслуживания колеблется в пределах 3–4 чел.-ч. в зависимости от модели автомобиля.

О проведении предпродажной подготовки автомобиля в сервисной книжке производится соответствующая отметка.

Послепродажные услуги включают все виды услуг, оказываемых покупателю с момента продажи автомобиля.

Важным аспектом предлагаемых услуг является вопрос о гарантиях.

Гарантийный автосервис заключается в своевременном проведении работ, обеспечивающих бесперебойную эксплуатацию автомобилей.

Гарантийное техническое обслуживание осуществляется бесплатно, хотя известно, что стоимость гарантийного автосервиса включается в продажную стоимость автомобилей.

Организация проведения технического обслуживания и ремонта автомобилей в гарантийный период эксплуатации регламентируется «Положением о гарантийном обслуживании легковых автомобилей, принадлежащих гражданам», которое устанавливает порядок организации и проведения технического обслуживания и ремонта автомобилей в гарантийный период эксплуатации.

Положение определяет функции и ответственность предприятий, выпускающих легковые автомобили, и пунктов гарантийного обслуживания автомобилей, их агрегатов и комплектующих изделий в гарантийный период эксплуатации.

Гарантийный ремонт при условии соблюдения правил эксплуатации автомобиля производится за счет завода-изготовителя.

Дефекты автомобилей, подлежащие устранению по гарантии автозавода, классифицируются на рекламационные и нерекламационные. К рекламационным дефектам относятся нарушения регулировок, преждевременные износы или поломки деталей, если для их устранения требуется разборка агрегата, либо его замена. К нерекламационным дефектам относятся замены нормалей, плавких предохранителей, лампочек и мелких деталей, а также неисправности, устраняемые путем выполнения отдельных работ по техническому обслуживанию.

Рекламацией является претензия владельца по рекламационным дефектам, затраты на устранение которых превышают 0,2 % розничной цены нового автомобиля. При этом затраты на устранение дефектов определяются по суммарной стоимости выполненных работ и замененных деталей. Гарантийный срок, установленный заводом, продлевается на время нахождения автомобиля в гарантийном ремонте. В случае замены агрегатов гарантийный срок на замененные агрегаты продлевается на 3 месяца или 5 тыс. км пробега сверх установленного для данного автомобиля гарантийного периода эксплуатации.

Организация гарантийного обслуживания автомобилей осуществляется соответствующими службами автозаводов через заводскую фирменную сеть СТО, а также другими станциями обслуживания на договорных началах с заводами-изготовителями автомобилей.

Послегарантийный сервис осуществляется за плату на договорной основе. Задача послегарантийного обслуживания – сократить поломки, увеличить межремонтные сроки, повысить безопасность эксплуатации, т.е. поддерживать автомобили в рабочем состоянии.

Обслуживание автомобилей в течение послегарантийного периода эксплуатации осуществляется в соответствии с «Положением о техническом обслуживании и ремонте легковых автомобилей, принадлежащих гражданам».

Это положение является основополагающим документом, определяющим единую техническую политику и устанавливающим необходимые требования к системе технического

обслуживания и ремонта, ее организации. Положение регулирует взаимоотношения между предприятиями системы автотехобслуживания, владельцами автомобилей и заводами-изготовителями. Оно устанавливает также виды и нормативы технических воздействий, направленные на обеспечение надежной и безопасной эксплуатации автомобилей, содержит основные рекомендации для организации технического обслуживания и ремонта автомобилей на СТО.

В нашей стране, как и в большинстве стран мира, режим технического обслуживания легковых автомобилей регламентируется сервисной книжкой, прикладываемой к автомобилю при его продаже. Сервисная книжка является основным документом, определяющим режим технического обслуживания автомобиля, а также взаимоотношения между заводом-изготовителем или его торговым подразделением и владельцем автомобиля.

Установлено, что автосервис является самым лучшим средством создания доверительных отношений между предприятием и его клиентами, он способствует закреплению клиентуры, формированию приверженности покупателя определенной товарной марке, а значит, обеспечивает стабильность продаж и рост доходов заводов изготовителей автомобилей.

Необходимость автосервисного обслуживания связана, прежде всего, со стремлением производителя сформировать стабильный рынок для своего товара. Высококачественный автосервис увеличивает повышение спроса на предлагаемые изделия, способствует коммерческому успеху предприятия. Создание сильной автосервисной службы и ее эффективное функционирование – предмет заботы всех фирм, успешно выступающих на мировом рынке.

Вот как выглядит сервисная практика американской компании «Форд» [5]:

- бесплатное устранение всех дефектов, кроме дефектов шин, в течение 12 месяцев, или 12 000 миль, (19 000 км), по принципу «что раньше»;
- гарантия по двигателю, коробке передач, передней подвеске и заднему мосту на 6 лет, или 60 000 миль, причем владельцу выплачивается 100 дол при первом ремонте этих агрегатов;
- устранение в течение 3 лет независимо от пробега дефектов ремней безопасности;
- гарантия при выхлопной системе – на 5 лет, или 50 000 миль, и обязательство ликвидировать коррозию корпуса в течение 6 лет, или 100 000 миль;
- за умеренную плату – три разных варианта «плана длительного обслуживания» с различными вариантами срока действия и пробега автомобиля, т.е. предлагается 3 разных варианта послегарантийного обслуживания.

Опыт зарубежных стран и России свидетельствует о том, что фирменное обслуживание является самым лучшим способом организации автосервиса.

Один из главных принципов организации обслуживания автомобилей за рубежом состоит в том, что «кто производит, тот и обслуживает автомобили», хотя при этом могут привлекаться и другие предприятия и фирмы. Однако ответственность за организацию обслуживания в течение всего гарантийного периода эксплуатации автомобилей несет, как правило, фирма-изготовитель автомобилей.

Фирменные станции технического обслуживания финансово и административно подчинены фирмам-изготовителям автомобилей. Крупнейшая автомобильная фирма «Рено» (Франция), например, имеет широкую фирменную сеть по обслуживанию автомобилей, насчитывающую во всем мире 12 000 станций, в том числе 5 000 во Франции [2].

В состав фирмы входит управление по обслуживанию автомобилей, которое занимается вопросами технической эксплуатации по всей сети предприятий, разрабатывает единую технологию и организацию производства, оказывает техническую помощь при проектировании и реконструкции предприятий и т.д. Управлению подчинены головные станции обслуживания, расположенные по всей территории Франции в 12, так называемых, «коммерческих зонах». Это мощные, хорошо оснащенные предприятия, определяющие техническую политику фирмы. Головным предприятиям подчиняются средние станции concessionеров, которым, в свою очередь, подчинены небольшие станции дилеров (независимые предприниматели, работающие с фирмой на договорных началах).

В России фирменное обслуживание автомобилей осуществляют такие заводы, как ВАЗ, КамАЗ, ГАЗ и др. Каждый из них имеет достаточно разветвленную сеть автосервисных

предприятий, которые выполняют весь комплекс услуг: продажу автомобилей и запасных частей, техническое обслуживание (предпродажное, гарантийное и послегарантийное) ремонт и другие виды работ.

#### *Список литературы*

1. Радченко, И.И. Маркетинг и автосервис / И.И. Радченко, А.И. Хлявич. – М. : ВЗПИ, 1991. – 214 с.
2. Управление автосервисом : учеб. пособие / Под. ред. Л.Б. Миротина. – М. : «Экзамен», 2004. – 320 с.
3. Фастовцев, Т.Ф. Организация технического обслуживания и ремонта легковых автомобилей / Т.Ф. Фастовцев. – М. : «Транспорт», 1989. – 240 с.
4. Хлявич, А.И. Обслуживание автомобилей населения: организация и управление / А.И. Хлявич. – М. : «Транспорт», 1989. – 219 с.
5. Волгин, В.В. Автосервис: маркетинг и анализ / В.В. Волгин. – М. : Издательство торг. корпорации «Дашков и К<sup>о</sup>», 2004.
6. Бычков, В.П. Эффективность производства и предпринимательство в автосервисе : учеб. пособие / В.П. Бычков, Н.В. Пеньшин. – Тамбов : Изд-во Тамб. гос. тех. ун-т, 2007. – 304 с.

### **Authorized Car Service Shop**

**N.V. Penshin**

*Tambov State Technical University, Tambov*

**Key words and phrases:** premium service; car service; labor intensity; warranty service; cars; repair.

**Abstract:** The paper presents the types of car services. The brief analysis of sale and after-sale services including warranty and after-warranty services is made. The main directions of improvement of car premium service are given.

© Н.В. Пеньшин, 2009