

УДК 338.12.017

**Ложачевська О.М.**доктор економічних наук, професор,  
Національний транспортний університет**Григоренко Р.В.**здобувач,  
Національний транспортний університет

## УЗАГАЛЬНЕНА КЛАСИФІКАЦІЯ ПОСЛУГ СУЧАСНОГО АВТОСЕРВІСУ

*У статті досліджено класифікацію структур підприємств автосервісу. З'ясовано, що основними вимогами сучасних споживачів автосервісу є не тільки отримання послуги, а й співвідношення ціни та якості обслуговування. Розглянуто види автосервісів та сформовано різницю між функціями та послугами, які вони надають. Досліджено переваги та недоліки українського ринку автосервісного комплексу та оцінено ступінь класової пріоритетності споживачів щодо вибору автосервісу за визначеними критеріями.*

**Ключові слова:** класифікація автосервісу, послуги автосервісу, якісне обслуговування, система автосервісу.

**Вступ.** Швидке зростання автомобільного парку призводить до проблем в екології країни та безпеки руху на дорогах. Несправний транспортний засіб несе загрозу життю та здоров'ю населення країни. Ці важливі проблеми суспільства вирішує якісне обслуговування транспортних засобів. Головне завдання підприємств автосервісу – забезпечувати соціальну й економічну ефективність автомобіля та створювати умови для найповнішого використання його можливостей, тому сьогодні ринок України насичений підприємствами автосервісу. Нині офіційно зареєстровано понад 216 тис. підприємств, що надають послуги з ремонту та продажу автомобілів, із них 197 259 підприємств обслуговують легкові автомобілі, 5 272 – автобусні, 12 169 – вантажні авто. За такою кількістю автосервісів у власників автомобілів виникає проблема вибору професійної послуги із сервісу, яка повністю задовольнить їхні вимоги.

**Аналіз останніх наукових досліджень.** Якості послуг автосервісу присвячено наукові праці вітчизняних учених-економістів: Г. Азгальдова, С. Андрусенко, Л. Бадалова, М. Бідняка, А. Гличова, А. Ладона, О. Мар-

кова, В. Окрепілова, Л. Сучкова, Н. Рибалко, М. Шаповала, Б. Шелегеди, В. Шинкаренко, а також іноземних дослідників: Д. Гарвіна, В. Зейтамля, А. Парасурамана, А. Беррі, К. Ісікави, Дж.Х. Харингтона, Ж. Жрейка, К. Хаксевера.

**Мета статті** полягає у аналізі теоретико-методичних основ класифікації сучасного автосервісу в умовах підвищення вимог клієнтів.

**Викладення основного матеріалу.** Автосервіс об'єднує всі підсистеми, які в сукупності забезпечують економічну ефективність експлуатації автомобіля. На думку О.Д. Маркова, склад підсистеми автосервісу такий: інформаційна підсистема про клієнтів і для клієнтів; підсистема управління запасними частинами; підсистема обслуговування клієнтів; підсистема продажу автомобілів, запасних частин і матеріалів; підсистема технічного обслуговування та ремонту автомобілів [1, с. 10].

С.І Андрусенко вважає, що автосервіс містить у собі декілька систем: продаж автомобілів, запасних частин, матеріалів; підтримку працездатності та відновлення автомобіля; забезпечення умов технічної ек-

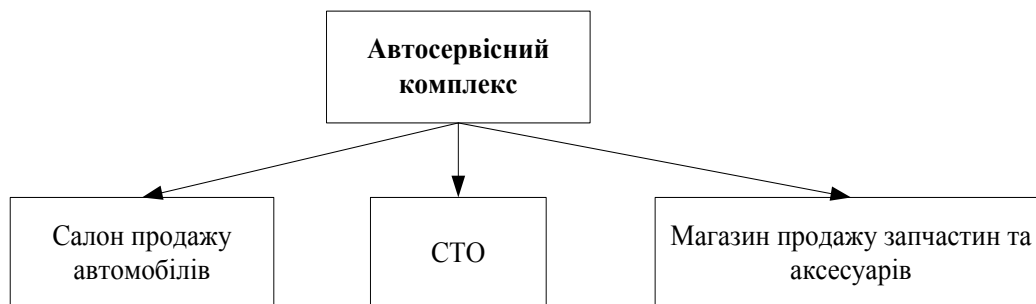


Рис. 1. Структура автосервісного комплексу [3]

платуації автомобіля; забезпечення використання авто-мобіля [2, с. 9].

М.Н. Бідняком та М.В. Городецьким було визначено структуру автосервісу. Найбільш поширеною організаційною формою є поєднання продажу автомобілів з їх обслуговуванням та продажем аксесуарів і комплектуючих, які являть собою окремі бізнес-одиниці в складі окремої станції технічного обслуговування (СТО) (рис. 1) [3].

Ця структура не розкриває весь спектр послуг, що надають сучасні автосервісні підприємства. Більш доповнену класифікацію представили інші автори й увели поняття «система автосервісу». На їхню думку, система автосервісу включає декілька автономних під-систем, що охоплюють увесь спектр ринку автомобільних послуг починаючи з вибору автомобіля і закінчу-ючи його утилізацією (рис. 2) [4].

Ця схема демонструє майже всі послуги, але не надається класифікація автосервісу, що охоплює певний спектр послуг, який вони надають за видами своєї діяльності. Цю класифікацію намагалася розробити Н.В. Рибалко. Вона поділила підприємства на різні групи:

1. За функціональним призначенням.
2. За ступенем спеціалізації.
3. За кількістю робочих постів.
4. За формою організації та власності [7].

Усі дослідження досить обґрунтовані, але вони не розкривають, як головні вимоги клієнтів автосервісу впливають на функціонування цих підприємств.

Це проявляється у реорганізації управлінської діяльності підприємств, розширенні фінансових,

культурно-соціальних, збутових, ресурсно-трудо-вих ринків, збільшенні частки іноземних прямих інвестицій в економіку, розширенні ринку праці, розповсюдженні технологій, комунікацій і всесвітньої культурної інтеграції. За такого стану проблема недостатньої ефективності організаційно-економічного механізму управління автосервісними підприємствами є актуальною [8, с. 12].

На функціонування автосервісу впливають рівень автомобілізації країни, кількісні та якісні показники ринку автомобілів, розвиток ринку автозапчастин і матеріалів. Це відображається на забезпеченні автотранспортними засобами країни, ринку сировини і необхідних для ремонту матеріалів, запчастин, від чого залежать якість послуг підприємств автосервісу та ціна на них.

За основним призначенням на ринку України існують два основних типи автосервісу.

Перший – це великі фірмові, дилерські, OES – Original Equipment Service, які просувають автомобілі виробника, здійснюють продаж автомобілів, запасних частин та забезпечують їх технічною підтримкою протягом гарантійного та післягарантійного періоду. Вони ще мають назву авторизованих автосервісів. Ціна на послуги авторизованих автосервісів висока й якість обслуговування на високому рівні. В Україні найпо-тужніші великі компанії, які, крім надання послуг із продажу, технічного обслуговування автомобілів, ще й займаються виробництвом транспортних засобів на кшталт «УкрАВТО» та «Богдан».

Корпорація «УкрАВТО» взяла свій початок зі створення Головного управління технічного обслу-



Рис. 2. Система автосервісу [4]

говування та ремонту автомобілів у 1969 р., у складі якого було сім регіональних виробничих управлінь і близько 50 сервісних станцій для технічного обслуговування автомобілів. Пізніше воно було реорганізовано в Українське орендне виробниче об'єднання «Автосер-

віс», складниками якого вже були 25 обласних підприємств, сім регіональних центрів і 280 станцій технічного обслуговування. Співробітництво корпорації з такими автомобільними гігантами, як Daimler Chrysler, General Motors, Toyota, Nissan, Renault, та створення

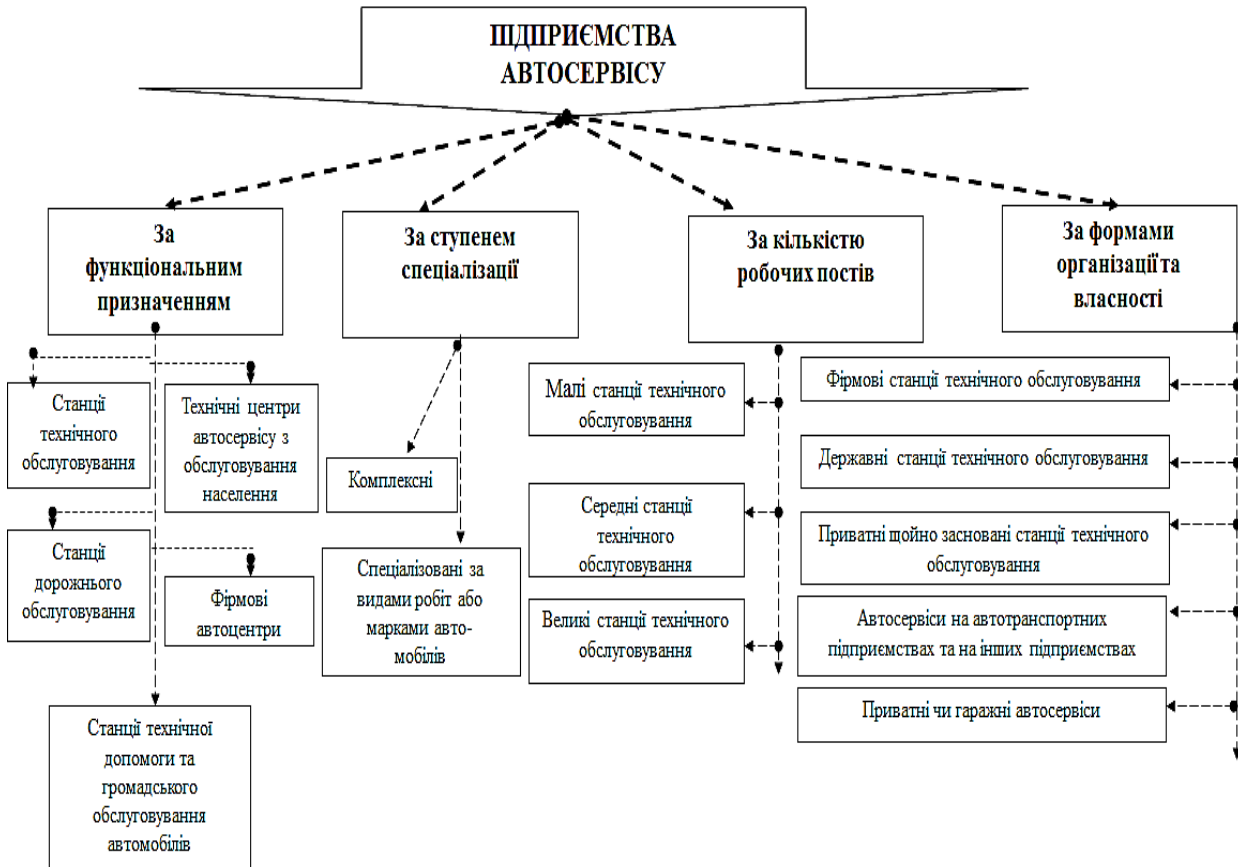


Рис. 3. Класифікація підприємств автосервісу [7]



Рис. 4. Структура основних послуг корпорації «УкрАВТО» [5]

спеціалізованих підприємств у складі «УкрАВТО» дає змогу виробляти, реалізовувати та обслуговувати модельні ряди знаних у всьому світі марок автомобілів: Mercedes-Benz, Chrysler, Jeep, Opel, Toyota, Nissan.

Налагоджена за багато років виробництва вітчизняних автомобілів співпраця з українськими виробниками складальних та комплектуючих сприяє гармонійному та цілеспрямованому розвитку вітчизняного автомобільного ринку. Кількість таких партнерів сьогодні перевищує цифру 800 [5].

Сьогодні корпорація надає цілу низку послуг (рис. 4).

Корпорація «Богдан» була створена в лютому 2005 р. шляхом об'єднання декількох підприємств для реалізації масштабних інвестиційних проектів, спрямованих на створення в Україні потужностей із виробництва автотранспортних засобів різних типів. Виробничі потужності корпорації «Богдан» дають змогу сьогодні виготовляти 120-150 тис. легковиків, до 9 тис. автобусів та тролейбусів усіх класів, а також близько 15 тис. вантажівок та спеціалізованої техніки. Заводи компанії розташовано у Луцьку та Черкасах.

Друга група – це незалежний автосервіс. Automotive aftermarket – вторинний (післяпродажний) автомобільний ринок – автосервіс, основними функці-

ями якого є підтримка працездатності, обслуговування та ремонт автомобілів у післягарантійний період. До його складу входять пункти обслуговування, автомайстерні, універсальні та спеціалізовані станції технічного обслуговування. Характерною особливістю незалежного автосервісу в усіх розвинутих країнах є те, що він має багато невеликих станцій із кількістю працюючих до 5-10 осіб. У всіх розвинутих країнах функцію координації діяльності незалежного автосервісу виконують недержавні асоціації, автоклуби, які утворюються на добровільних засадах за професійними ознаками. В останні 30-40 років на основі незалежних СТО – продавців запасних частин та матеріалів створюють авторизовані мережі, так званий мережевий автосервіс. У багатьох країнах незалежний автосервіс виконує функції сервіс-партнера дилерських підприємств, що сприяє його технологічному та ринковому розвитку. З іншого боку, враховуючи розвиток мережевого автосервісу, за рахунок якого незалежний автосервіс здобуває все більше конкурентних переваг, виробники автомобілів у межах наявних дилерських мереж розвивають частково авторизований автосервіс (Soft Franchise) як альтернативу мережевій авторизації, що сприймається споживачами на рівні авторизованої, але яка має значно нижчі ціни [7].

Таблиця 1

Види, функції та основні послуги сучасного автосервісу.

Вид автосервісу	Загальна характеристика діяльності	Послуги
Дилерський автосервіс. Авторизовані центри	Вони продають й обслуговують автомобілі конкретних фірм і працюють безпосередньо з фірмами, концернами, підприємствами-виробниками. Крім реалізації дилерського автотранспорту, великі авторизовані центри виробляють та здійснюють продаж транспортних засобів власного виробництва. Мають сучасне технологічне устаткування, оригінальні запасні частини, широкий вибір послуг із конкретної марки автомобілів, підготовлені кадри з високим рівнем культури обслуговування клієнтів, високу репутацію і високі ціни.	Виробництво та продаж автомобілів. Регламентне технічне обслуговування (планові ТО). Поточний ремонт авто (вузлів, агрегатів, систем). Гарантійний ремонт авто. Встановлення додаткового обладнання та тюнінг. Відновлювальний ремонт авто (після ДТП) Фірми виступають центрами виробничо-технічного навчання персоналу.
Автомобільні центри	Центри, які є теж дилерськими крупними підприємствами, але не виробляють автомобілі. Для цього, крім торгових, адміністративних, санітарно-побутових приміщень і приміщень або площадок для зберігання нових автотранспортних засобів, на даних підприємствах є спеціалізовані пости і ділянки, розташовані у виробничому корпусі.	В автомобільних центрах, окрім торгових операцій, здійснюються такі види робіт: передпродажне і гарантійне обслуговування автотранспортних засобів, переобладнання або дооснащення їх додатковими системами, агрегатами і виробами; фарбування і протикорозійна обробка, а також інші роботи на новому автомобілі за бажанням клієнта.
Станції технічного обслуговування автотранспортних засобів	Центри діагностики (інструментального контролю) та спеціалізовані майстерні. Для реалізації цих функцій СТО мають необхідну виробничу структуру, що включає цехи, дільниці, пости, допоміжні виробництва, енергетичне господарство та інші елементи виробничо-технічної бази. Оскільки регулювальні, ремонтні та інші роботи з технічного обслуговування автотранспортних засобів на цих підприємствах не проводяться, в їх виробничій структурі є тільки пости діагностики або діагностичні лінії.	Надаються всі види технічних послуг з обслуговування і ремонту автотранспортних засобів, їх агрегатів і систем. Станції діагностики автотранспортних засобів здійснюють перевірку відповідності параметрів технічного стану автомобіля.
Спеціалізовані майстерні	Належать до групи особливо малих підприємств. Як правило, вони не мають відокремленої території, а приміщення призначені для розміщення технологічного обладнання, низці випадків у них передбачено одне автомобілемісце.	Виконують функції, що й станції технічного обслуговування, але в досить менших масштабах.

Для повної оцінки переваг і недоліків різних видів автосервісу зробимо вибірку основних їхніх функцій та послуг (табл. 1).

У нинішніх умовах євроінтеграції країн вимоги клієнтів значною мірою змінилися. Споживачі прагнуть не просто отримати послугу, їх цікавить комплексне обслуговування автомобілів, яке задовольнить їхні потреби у співвідношенні ціни та якості наданого сервісу. Метою діяльності сучасного підприємства є не тільки те, щоб одноразово зацікавити споживачів великим спектром послуг та доступною ціною, а й зробити їх постійними клієнтами, тому серед підприємств автосервісу ведеться боротьба за кожного клієнта. Класифікація підприємств автосервісу за конкурентними перевагами подана в табл. 2.

Більше 20 років Україна знаходиться у ринкових умовах, а пострадянський стереотип в управлінні залишається в багатьох підприємствах автосервісу. Це впливає на сервіс, якість і ціну на ринку автосервісних послуг.

У розвинених країнах дуже серйозне ставлення до проблем якості комплектуючих і запасних частин.

Ще в 1970-1980-х роках учені і фахівці багатьох країн дійшли висновку, що якість не може бути гарантована тільки шляхом контролю готової продукції. Вона повинна забезпечуватися набагато раніше – у процесі вивчення вимог ринку, на стадії проектних, конструкторських розробок, під час вибору постачальників комплектуючих виробів і матеріалів, на всіх стадіях виробництва і, звичайно, під час реалізації продукції, її технічного обслуговування у споживача й утилізації після використання [4]. Тобто ще одна суттєва вимога сучасних споживачів – це якість обслуговування (сервіс). Високий рівень сервісу призводить до збільшення кількості лояльних клієнтів, формує сприятливий імідж підприємства, що, своєю чергою, призводить до зростання його фінансових показників. Так, нами виділено три основних показника для оцінки автосервісу з погляду вимог сучасного клієнта: ціна на отриману послугу, якість послуги та рівень обслуговування.

Аналізуючи всі види автосервісу за критеріями «ціна», «якість послуги», «обслуговування клієнтів (сервіс)», за допомогою опитування респондентів та

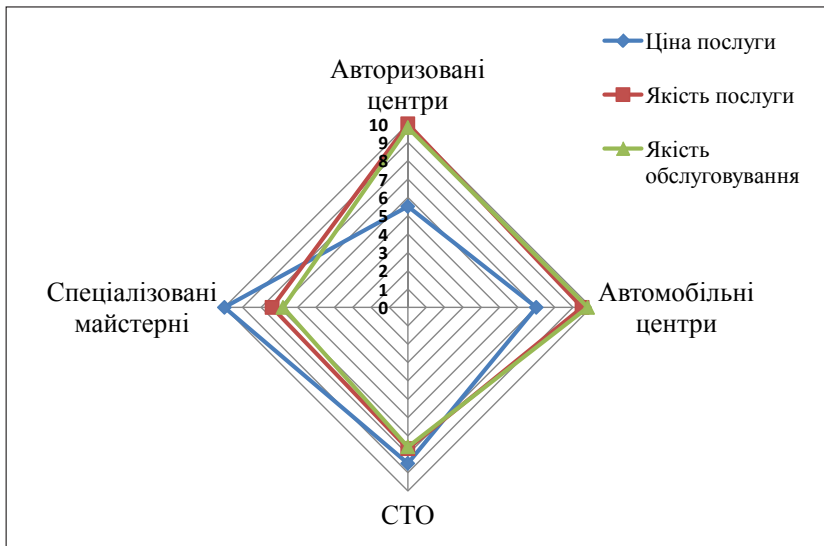


Рис. 5. Оціночні бали видів автосервісу за критеріями «якість», «ціна» та «обслуговування клієнтів»

Таблиця 2

Класифікація підприємств автосервісу за конкурентними перевагами

Форма діяльності	Характеристика
Колишні державні СТО	Мають великий досвід роботи в автосервісі, спеціально спроектовані приміщення, вигідне розташування, хороші традиції, але застарілі погляди на відношення до споживача та інерцію, яка заважає їх повній та ефективній адаптації до умов ринку. На цих СТО добре, але нерідко застаріле устаткування, напрацьовані зв'язки зі споживачами, які звикли користуватися їхніми послугами, як правило, невисокі ціни, їм довіряють, оскільки вони зі старих часів звикли дотримуватися законів, мають непоганий імідж, але не найкращу якість запасних частин. За охопленням ринку щодо номенклатури послуг їх можна назвати універсальними.
Приватні, новостворені СТО	З'явилися після переходу до ринкової економіки. У цілому вони мають такі ж характеристики, що і перша група.
Автосервіси на виробничо-технічній базі автотранспортних та інших підприємств	Тут порівняно низький рівень технології технічного обслуговування і ремонту, низька культура обслуговування, низька кваліфікація кадрів, низька естетика виробництва, завищена тривалість виконання робіт і вузька спеціалізація за моделями автомобілів.
Гаражні автосервіси	За характеристиками вони поступаються підприємствам попередньої групи.

Джерело: сформовано за [4; 2]

аналізу відгуків на сайті carbook.ua було визначено чотири основні послуги, які надаються автосервісом усіх типів:

- шиномонтаж, балансування коліс;
- відновлювальний ремонт автомобіля;
- діагностика і ремонт агрегатів і систем;
- технічне обслуговування (регламентне і сезонне ТО).

Анкети були сформовані у вигляді семантичного диференціала, що дало змогу отримати оціночні дані в балах і прискорити швидкість обробки отриманої інформації.

Зведені дані за показниками подано в графічному вигляді (рис. 5).

Рисунок дає точне уявлення, що майже 100% якісне обслуговування та сервіс мають авторизовані та автомобільні центри, але їхня ціна на послуги досить висока і доступна більш заможним людям. Український споживач може задовольнити свої потреби як

послуги сервісу за доступну ціну, користуючись послугами станцій технічного обслуговування.

**Висновки.** Аналізуючи проблему сучасного ринку автотранспортних послуг, з'ясовано, що критичне ставлення клієнтів до застарілого обслуговування не може бути притаманним для існування сучасних підприємств автосервісу. У сучасних умовах євроінтеграції виживають тільки дилерські, мережеві, авторизовані центри обслуговування автотранспортних засобів, які пристосовані для більш заможного класу споживачів. Доведено, що звичайні станції технічного обслуговування задовольняють вимоги сучасного споживача за критерієм ціни на отриману послугу, але не можуть повною мірою охопити потреби клієнта в якісному обслуговуванні. Цей показник дуже відстає від європейських стандартів, тому сучасним автосервісним підприємствам необхідно переймати досвід обслуговування країн-сусідів.

#### Список літератури:

1. Марков О.Д. Станции технического обслуживания автомобилей. К.: Кондор, 2008. 536 с.
2. Андрусенко С.І. Організація фірмового обслуговування: навч. посіб. Київ, 1996. 216 с.
3. Бідняк М.Н., Городецький М.Я. Методичні засади підвищення конкурентоспроможності підприємств автосервісу. Вісник НТУ. 2016. Вип. 2.
4. Комп'ютерно-інформаційні технології автосервісу. URL: [posibnyky.vntu.edu.ua](http://posibnyky.vntu.edu.ua) С.
5. Офіційний сайт «Укравто». URL: <http://www.ukravto.ua/>.
6. Офіційний сайт «Богдан». URL: <http://bogdan.ua/>.
7. Системи автосервісу. URL: <http://napa.org.ua/index.php/2-uncategorised/39-sistemy-avtoservisa.html>.
8. Компанець К.А. Організаційно-економічне обґрунтування принципів та методів управління підприємством (на прикладі туристичних організацій): дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.00.04. К., 2015. 235 с.

## ОБОБЩЕННАЯ КЛАССИФИКАЦИЯ УСЛУГ СОВРЕМЕННОГО АВТОСЕРВИСА

*В статье исследована классификация структур автосервисов. Установлено, что основными требованиями современных потребителей автосервиса является не только получение услуги, но и соотношение цены и качества обслуживания. Рассмотрены виды автосервисов и сформирована разница между функциями и услугами, которые они предоставляют. Исследованы преимущества и недостатки украинского рынка автосервисного комплекса и оценена степень классовой приоритетности потребителей по выбору автосервиса по определенным критериям.*

**Ключевые слова:** классификация автосервиса, услуги автосервиса, качественное обслуживание, система автосервиса.

## GENERAL CLASSIFICATION OF SERVICES OF THE MODERN CAR SERVICES

*The classification of car service structures are investigated in this article. It was found out that the main requirements of modern car service users are not only getting service but also the ratio of price and quality of service. Therefore, the article deals with the types of car services and the difference between the functions and services they provide. The advantages and disadvantages of the Ukrainian market of car services complex were investigated and the degree of the class priority of consumers on the choice of the car service according to the determined criteria was estimated.*

**Key words:** classification of car-care centers, services of car-care centers, quality service, system of car-care centers.