

Лекція 2. КЛАСИФІКАЦІЯ ПІДПРИЄМСТВ АВТОСЕРВІСУ

2.1. Регламентуючі документи і практика

В основу класифікації підприємств автосервісу покладені їх призначення, види виконуваних робіт, виробнича потужність, спеціалізація. Як ознаки класифікації прийняті також показники приналежності (авторизовані і незалежні СТО) і повноти циклу продажів (з повним циклом продажів, з неповним циклом продажів і виконують тільки обслуговування та ремонт автомобілів та їх складових).

В даний час станції технічного обслуговування формально класифікуються відповідно до Загальносоюзної норми технологічного проєктування підприємств автомобільного транспорту (ОНТП-01-91) [8]. Номенклатура і угруповання СТО включає в себе міські та дорожні станції технічного обслуговування потужністю від 2 до 50 постів (табл. 2.1).

Таблица 2.1

Параметричний ряд СТО по ОНТП-01-91

Тип предприятия	Краткая характеристика	Мощность, постов
Городские станции технического обслуживания	выполнение всех видов работ по техническому обслуживанию и ремонту легковых автомобилей; при необходимости: технологическая мойка, продажа автомобилей, запасных частей, автопринадлежностей, нанесение противокоррозионного покрытия	5
		10
		20
		30
		50
Дорожные станции технического обслуживания	выполнение работ по устранению неисправностей; крепежные и регулировочные работы; мойка автомобилей, включая при необходимости грузовые автомобили и автобусы	2
		3
		5

Відповідно до ОНТП-01 -91 за цільовим призначенням і характером виробничої діяльності розрізняють такі типи СТОА:

- Комплексного обслуговування (всі види ТО і ремонту);
- Спеціалізованого обслуговування (діагностування, ремонт та регулювання гальм, ремонт приладів системи живлення і електрообладнання, ремонт і зарядка акумуляторних батарей, ремонт кузовів, мийні);
- Гарантійного обслуговування;
- Самообслуговування;
- Поєднані з автозаправними станціями.

Для кожного типу станцій в ОНТП-01 -91 вказані трудомісткість робіт по класах автомобілів, а також кількість заїздів автомобілів на СТО. Потужність СТО розраховується в постах. Піст - це виробнича площа (120 м²), на якій забезпечується робота в одну зміну трьох основних виробничих робітників, оснащених обладнанням, оргтехоснастка і спец іструментом, необхідними і достатніми для виконання робіт з ремонту та технічного обслуговування легкових автомобілів [13]. У кількість робочих постів, що визначають розміри станції, крім постів ТО і ремонту, входять пости збирально-мийних робіт, призначені для автомобілів, що надходять в обслуговування та ремонт на станцію, а також додаткові робочі пости (антикорозійного захисту, комерційної мийки, передпродажної підготовки автомобілів) [8]. Номенклатура робіт розширюється зі збільшенням потужності СТО.

Загальносоюзні норми технологічного проектування підприємств автомобільного транспорту слід дотримуватися при розробці технологічних рішень проектів на будівництво нових, реконструкцію та розширення і технічне переозброєння діючих СТО. Однак зауважимо, що створювався цей нормативний документ на основі досвіду і правил планової економіки, коли першорядне завдання полягала в плановому виділенні і розподілі капітальних вкладень. Навіть не автомобіліст знає, що в даний час фактичний ряд СТО істотно відрізняється від передбаченого даним документом. За останні 15 років не було збудовано жодної станції, яка б вписувалася в параметричний ряд ОНТП-01 -91. СТО будуються або не по типовими проектами параметричного ряду ОНТП-01-91, або за проектами відповідно до вимог зарубіжних автомобільних фірм, або створюються на базі існуючих приміщень. До 70% СТО - сімейні підприємства із загальною чисельністю працюючих 3-4 чол., Т. Е. Малої потужності.

Наприклад, у Сумській області України [9] з 127 підприємств автосервісу 85 (70%) - приватні малі підприємства, розташовані у дворах будинків або

кооперативах. З 24 станцій максимум половини побудовані за типовими проектами в радянські часи, інші розташовані в пристосованих приміщеннях. Всі ці станції створені в 70-90-ті роки минулого сторіччя.

За даними досліджень, проведених журналом «Автомайстер» (серпень, 2004), в Києві з 1500 СТО 29% мали потужність 1-2 посту (в даному випадку під постом розуміється робоче місце), 40% - 3-5 постів, 15% - 6-8 постів, 15% - 9 і більше постів, т. е. 69% станцій мали потужність малої СТО [10].

У Німеччині, де налічується 52070 станцій, середня чисельність працюючих дорівнює 9,2 чол. Вільних СТО - 31971, на кожній з них в середньому працює 3,2 чол. На 68% вільних СТО працює від 1 до 4 чол., На 27% - від 5 до 9 чол., На 5% - більше 10 чол. На 31% авторизованих СТО працює від 5 до 9 чол, на 57% - більш 10 чол. [11].

Більшість СТО в США мають потужність 10-15 робочих місць, хоча зустрічаються і дуже великі спеціалізовані СТО потужністю на 450 або навіть 600 робочих місць. Проте кількість СТО на заправках і сімейних СТО значно перевищує всі інші. За даними Г. М. Напольских [54] середня чисельність працівників на СТО США становить 4,2 чол., Франції - 4,5 чол., Італії - 5,2 чол., Англії - 10,4 чол. За даними того ж джерела кількість автомобілів, що обслуговуються однією СТО, знаходиться в межах 200, 350, 840, 900, але не більше 1000.

У ОНТП-01-91 під постом розуміється 120 м² виробничої площі, значить, СТО на 2 посту - це 240 м² виробничої площі, на якій працює 6 або 10 чол. Десяти постова станція має чисельність виробничих робітників від 30 до 50 чол. Таких станцій у структурі підприємств автосервісу в даний час не більше 4%. Це виразно свідчить про те, що параметричний ряд СТО по ОНТП-01-91 на практиці використовується дуже рідко.

За кордоном СТО діляться на фірмові і вільні (незалежні), станції страхових компаній, автозаправні станції, станції технічного обслуговування загального призначення різної потужності (до 8 постів, 10-20 постів, більше 20 постів). Є СТО з магазином для продажу старих автомобілів, станції швидкого обслуговування, станції самообслуговування, станції з ремонту аварійних автомобілів (відновленню кузовів), станції діагностики, станції безпеки руху, пересувні, дорожні станції [54].

Статистичний аналіз дає підстави стверджувати, що відповідь на питання, які станції потрібно проектувати, знаходиться в області практичної діяльності автосервісу і далеко не узгоджується з параметричним поруч, запропонованим нормативним документом.

2.2. Типи підприємств автосервісу. Види СТО по потужності

Підприємства автосервісу визначається його призначенням, видами послуг, що надаються, виробничою площею і потужністю, організаційною структурою, особливостями виробничого процесу. Аналіз зазначених характеристик підприємств автосервісу у нас в країні і розвинених країнах дозволяє виділити наступні типи підприємств:

- Пункт обслуговування автомобілів (ПОА);
- Пункт обслуговування на АЗС;
- Авторемонтная майстерня (АРМ);
- Станція технічного обслуговування автомобілів (СТОА);
- Автоцентр (АЦ);
- Станція інструментального контролю;
- Станція відновлювального ремонту.

Пункт обслуговування автомобілів (ПОА) - це підприємство, яке організоване відповідно до вимог законодавства, без створення юридичної особи або входить до складу юридичної особи. У пункті обслуговування автомобілів працює від 1 до 8 чол. Пункт виконує обмежений перелік спеціалізованих робіт і послуг. Працюючий в пунктах обслуговування персонал може не мати спеціальної підготовки, підтвердженої свідченням про освіту державного зразка. За дотримання технології, метрологічне відповідність обладнання, застосування сертифікованих матеріалів і запасних частин, методів вимірювання, пожежну, санітарну, екологічну безпеку, охорону праці та техніку безпеки, якість роботи і відповідність автомобіля після виконання обслуговування і ремонту вимогам Держстандартів відповідає власник, керівник або працівник пункту, що має документально підтверджене право на таку відповідальність.

Прикладами можуть бути окремо розташовані пункти, що виконують ручну або портальну мийку, шиномонтаж, заміну масла, підкачування шин, чистку салону, заміну деталей, наприклад гальмівних колодок, підвіски, трансмісії, бампера, захист двигуна, установку підкрильників, заміну деталей глушника, відновлювальні роботи з деталям кузова, що не впливає на його геометрію, та ін. Спеціалізація П ОА часто відображається в самій назві пункту, наприклад «Пункт заміни масла», «Пункт шиномонтажу», «Пункт дрібної фарбування», «Пункт рихтування та фарбування дисків».

Пункт обслуговування автомобілів має обмежену одним-двома робочими місцями виробничу площу, площа для побутових приміщень

працівників, технічні приміщення, спеціальне обладнання, майданчик для стоянки автомобілів.

Пункт обслуговування на автозаправній станції - мале підприємство атосервіса на 1 -2 поста, що виконує дрібні роботи по заміні масла, охолоджуючих рідин, гальмівних колодок, деталей ходової і трансмісії. Окремо на АЗС може бути організована мийка, прибирання і чищення салонів, може 5ить обладнання для самообслуговування, наприклад пилосос.

Пункт обслуговування автомобілів на АЗС має ті ж характеристики, що й ПОА взагалі, але розташований на території заправної станції в поєднаному з АЗС або окремій будівлі і призначений для обслуговування і ремонту автомобілів, які прибули на заправку.

Авторемонтна майстерня (АРМ), або майстерня з ремонту автомобілів, - підприємство автосервісу, яке виконує технічне обслуговування та ремонт автомобілів для приватних осіб або корпоративних клієнтів, але не має; інфраструктури для обслуговування клієнтів і з цієї причини не може надавати послуги для них. Обґрунтування такої назви пов'язане з поняттям продукції автосервісу-послугою [2]. Відомо, що послуга включає в себе два елементи: обслуговування клієнтури і обслуговування та ремонт автомобілів. Саме у зв'язку з відсутністю елементів послуги, спрямованих на задоволення потреб клієнтури, а не автомобілів, даний вид підприємств не може називатися станцією технічного обслуговування, а тільки ремонтної майстерні.

АРМ характеризується наявністю:

- виробничих потужностей для технічного обслуговування і ремонту автомобілів;
- технічних виробничих площ;
- площ для зберігання запасних частин;
- побутових приміщень для працівників;
- приміщення або робочого місця майстра;
- майданчики для стоянки автомобілів.

Станція технічного обслуговування (СТО) - це підприємство, продукцією якого є послуги з технічного обслуговування і ремонту легкових, вантажних автомобілів або автобусів. Виділяють СТО з повним циклом продажів і автомобілів, запасних частин та аксесуарів, послуг з обслуговування і ремонту автомобілів), з неповним циклом продажів (продаж запасних частин і послуг автосервісу) і СТО, які надають тільки послуги з технічного обслуговування і ремонту автомобілів.

СТО характеризується наявністю:

- стоянки для автомобілів клієнтів, гостей і стоянки для автомобілів співробітників;
- складу для нових і старих автомобілів; стоянки для демонстрації нових і старих автомобілів;

- автосалону, площі і потужностей для продажу автомобілів;
- приміщень для продажу запасних частин та аксесуарів;
- приміщень і виробничих потужностей для обслуговування і ремонту автомобілів.

Потужність (розмір) СТО визначається кількістю робочих постів (робочих місць), а також кількістю виробничих робітників. При збільшенні кількості виробничих робітників за рахунок зміни режиму роботи станція не переходить в іншу категорію по потужності, так як при цьому змінюється лише рівень використання потужності (це дозволяє порівнювати і правильно оцінювати ефективність використання інвестицій). У світовій практиці під робочою постом розуміють робоче місце, площа якої залежить від роду виконуваних робіт, надаваних послуг. Робочий пост, призначений для виконання робіт на автомобілі (з використанням підйомника або без нього), в залежності від типу легкового автомобіля та виду виконуваних робіт має площу від 27 до 40 м².

В даний час існують станції потужністю від 1 до 60 постів. У Росії були побудовані станції на 650 робочих місць (250 постів по 120м² кожен), в Україні - на 300 робочих місць (100 постів по 120 м² кожний). СПЕЦАВТОЦЕНТР ВАЗ мали потужність 150 робочих місць (називалися 50-постові САЦ). У радянські часи були поширені СТО на 25 постів (125 робочих мет), 15-постові СТО (40 робочих місць). За потужністю СТО діляться на малі, середні, великі, великі.

До малих СТО за нормами вітчизняної та світової практики ставляться станції, що мають 2 робочих поста, з чисельністю виробничих робітників від 1 до 4 чол. включно. До 70% сімейних (дворових) СТО і у нас, і в розвинених країнах мають таку чисельність робітників. Характерною особливістю малих СТО є обмежений перелік виконуваних робіт, що обумовлено інвестиційними можливостями власників бізнесу. На початку діяльності, протягом певного часу, а іноді і взагалі вони не можуть дозволити собі придбати дороге обладнання, програмне забезпечення або бази даних. З іншого боку, навіть достатні доходи не завжди стимулюють цей бізнес до розширення або зміни статусу. Найчастіше він пов'язаний з укладом сімейного життя. Наприклад, у Німеччині, США цей бізнес передається з покоління в покоління і пов'язаний з певними традиціями.

В Україні малий автосервіс вже розвинений в достатній мірі. Стимулом до його розвитку послужило важке економічне становище в період перебудови і тотальне безробіття. Автосервіс, тим паче малий, для багатьох виявився доступним і по кваліфікації, і за рівнем необхідних інвестицій: будь-які чотири стіни, нехитрий набір інструментів і навички у виконанні певного

виду робіт стають початковою базою для такого автосервісу. Що ж стосується експлуатації, то дефіцитний радянський автосервіс заслуговує особливої подяки за те, що не залишив жодного власника автомобіля технічно неготовим: 77,2% власників автомобілів вміють і можуть самі ремонтувати свої автомобілі, 27,5% будь-які, а 41,3% можуть обслуговувати і ремонтувати автомобілі на професійному рівні, з них 53,4% не тільки можуть, але і мають чимало всіх необхідних умов [9].

В даний час малий автосервіс у дворах, кооперативних гаражах частіше його являє собою ремонтну майстерню, яка не має підрозділи і галузі роботи з клієнтурою [12]. Світовий досвід дає підстави сподіватися на подальший його розвиток. Зокрема, у нас поки слабо розвинений автосервіс на заправних станціях. Це обумовлено рядом причин, насамперед попитом. Один - два підйомника на заправці перетворюються на малу універсальну СТО, що виконує всі види робіт, аж до поглибленого ремонту двигуна, і тому вимагає розширення і розвитку.

Малий автосервіс розвивається безпосередньо механіками, здійснюють обслуговування та ремонт автомобілів. Ці люди, маючи найчастіше високу кваліфікацію в області обслуговування і ремонту автомобілів, як правило, не знайомі з іншими питаннями організації виробництва і не приділяють їм належної уваги. Очевидно, стандартизація регламентує вимог до малого автосервісу сприяла б підвищенню його якості.

У більшості випадків малі СТО не є самостійними об'єктами, а розміщуються в будівлях, що мають більш широке функціональне призначення. Проектування малих СТО зводиться не стільки до створення повнокомплектного будівельного проекту, скільки до створення технологічного проекту в рамках іншого, більш об'ємного, наприклад будівництва автозаправної станції, придорожного готельно-ресторанного комплексу, стоянки ТІР, туристичної бази, торгово-розважального або торгово-офісного центру, житлового будинку, автостоянки або автогаража. Окремим будівельним об'єктом найчастіше можуть бути майстерні з виконання шиномонтажних робіт, заміні масла, регулюванню бензинових паливних систем і систем запалювання.

Приміщення або будівлі малих СТО повинні відповідати вимогам регламентуючої документації, що стосується технічного обслуговування і ремонту автомобілів, технічного оснащення, виробничих, технологічних та організаційних процесів СТО. Екологічні, санітарні та пожежні вимоги до цих підприємств залежать від місця їх розташування (в окремій будівлі або загальному), а також від видів виконуваних робіт.

До середніх СТО відносяться підприємства автосервісу з кількістю постів від 3 до 9 і чисельністю робітників, в залежності від режиму роботи, від 5 до 20 чол. Питома вага таких станцій у нас становить 15% [10], у Німеччині - 27%,

в цілому за кордоном - 45-50% [54]. Більшість середніх СТО-універсальні: виконують обмежений перелік робіт з ремонту ходової, двигуна, електро для різних марок автомобілів. Багато СТО авторизованих дилерів мають середню потужність (у Німеччині - 31%).

До великих СТО відносяться підприємства з чисельністю робочих постів від 10 до 19 і чисельністю виробничих робітників від 10 до 40 чол. Серед дилерів СТО такої потужності складають 57%, серед вільних станцій - 5%.

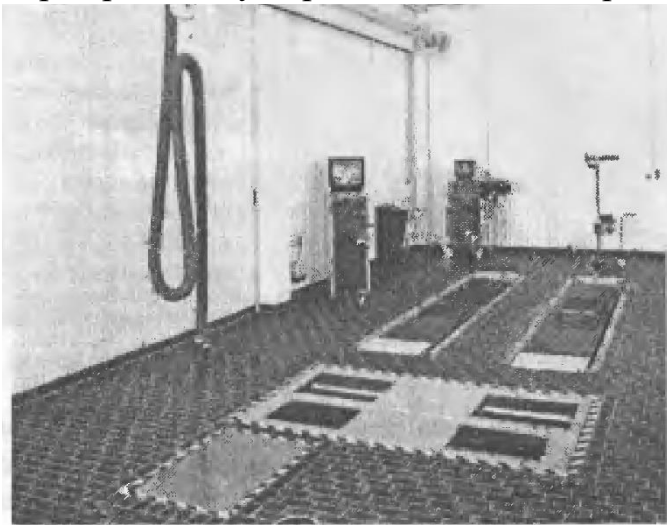
Великі СТО мають від 20 до 35 постів, на них працює від 21 до 70 (і більше) виробничих робітників. Серед великих СТО можна виділити невелику кількість надвеликих-з кількістю постів більше 35, як правило, 36-50. Їх питома вага незначний, частіше вони зустрічаються серед дилерів і значно рідше серед незалежних СТО. Прикладом великих і надвеликих СТО є автоцентри ВАЗ, побудовані в 70-і роки XX сторіччя за проектами FIAT при створенні дилерської мережі Волзького автомобільного заводу. В Україні було побудовано 10 таких (50-постових) спец автоцентрів. Площа спец автоцентру - більше 10 тис. М², чисельність виробничих робітників - близько 250 чол. Прикладом великих СТО серед незалежних є 25-постові станції, побудовані за типовими проектами, виробнича площа яких дорівнює 5000 м², а чисельність виробничих робітників - 125 чол.

Автоцентри (АЦ), або автотехцентри (АТЦ), або СПЕЦАВТОЦЕНТР (САЦ), - автосервісні підприємства різної потужності, які є регіональними або зональними центрами і мають у своєму складі підлеглі або незалежні, але технологічно або організаційно пов'язані з центром периферійні станції технічного обслуговування або інші підрозділи. Автоцентр може мати центральний склад автомобілів і запасних частин, централізовані функціональні служби, сервер та адміністратора комп'ютерної мережі, навчальний центр, аналітичний центр, корпоративну службу маркетингу. Автоцентр виконує повний комплекс робіт і послуг.

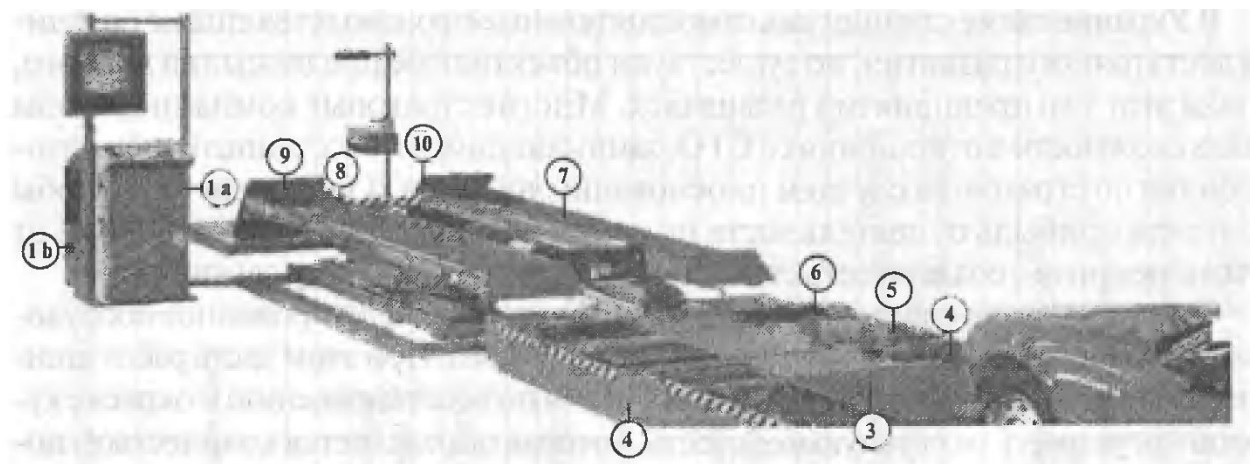
Станції інструментального контролю - спеціалізовані комплексні діагностичні центри, обладнані повним комплектом діагностичного та перевірконого устаткування, сертифіковані відповідно до вимог Держстандарту для цілей технічного контролю автомобілів і перевірки їх на предмет відповідності вимогам стандартів і технічних умов.

Зауважимо, що станції інструментального контролю отримали розвиток і як самостійні підприємства (рис. 2.1), і як підрозділи станцій технічного обслуговування. У першому випадку вони виконують функцію контролю технічного стану автомобілів для офіційного його засвідчення, наприклад при технічному огляді автомобілів, у разі їх реєстрації або перереєстрації, при сертифікації. На СТО діагностичні комплекси використовуються як поста прямий приймання або поста комплексної діагностики до або після технічного обслуговування і ремонту (рис. 2.2). У більшості випадків лінії

інструментального контролю обладнуються чотирьохкомпонентним газоаналізатором, стендом відведення коліс, гальмівним стендом, стендом для перевірки стану передньої підвіски, приладом контролю світла фар.



Мал. 2.1. Лінія інструментального контролю Bosch



Мал. 2.2. Лінія інструментального контролю підйомником ножицями

1а - комп'ютерний пульт управління, 1в - пульт керування підйомником, 2 - рампа, 3 - рухома платформа стенду контролю сходження коліс, 4 - стенд контролю показань спідометра, 5 - випробувальна платформа стенду контролю амортизаторів, 6 - роликовий гальмовий стенд, 7 - електрогідравлічний підйомник ножничного типу, 8 - майданчик для визначення кутів повороту керованих коліс, 9 - рухливі гідравлічні майданчики контролю стану передньої підвіски і рульового управління, 10 - прилад контролю світла фар.



Мал. 2.3. Лінія інструментального контролю з оглядовою канавою

Станції відновлювального ремонту, або станції по відновленню і забарвленню кузовів, - авто сервісні підприємства, основним видом діяльності які є відновлення кузовів і їх деталей, фарбування кузовних поверхонь або кузовів в цілому, а також виконання інших робіт з відновлення та догляду за кузовом автомобіля (антикорозійна обробка кузова, тюнінг салону та ін.).

В Україні такі станції як самостійні виробництва ще не отримали достатнього розвитку, але існують об'єктивні передумови для того, щоб цей тип підприємств розвивався. Багато страхових компаній, щоб зняти складнощі у відносинах з СТО, що займаються відновленням автомобілів за страховими випадками на підставі договору, а також для того, щоб не втрачати прибуток від діяльності з ремонту автомобілів (а це 20-30% від суми ремонту), створюють мережу станцій з відновлювального ремонту.

Станції відновлювального ремонту мають спеціалізоване обладнання та технології відновлення і забарвлення кузова. При цьому частина робіт станція може виконувати по субпідряду. Станції з відновлення та фарбування кузовів можуть мати різну потужність, яка визначається кількістю постів, а також наявністю основного технологічного обладнання. На практиці зустрічається таке поєднання основних видів обладнання станцій відновлювального ремонту:

- без фарбувальної камери та стенду відновлення геометрії кузова;
- з фарбувальною камерою без стенду відновлення кузова;
- з одного фарбувальною камерою і одним стендом відновлення кузова;
- з двома фарбувальними камерами і двома стендами відновлення геометрії кузова;
- з трьома фарбувальними камерами і трьома стендами відновлення геометрії кузова.

Показатели для отнесения предприятия автосервиса к определенному типу

№	Показатели	Авто-центр	Дилер	СТО универсальная	СТО специализированная	Пункт обслуживания авто	Пункт обслуж. авто на АЗС	Станция инстр. контроля
1.	Дистрибьюторский договор	+						
2.	Дилерский договор		+					
3.	Фирменный стиль (идентификация)	+	+					
4.	Центральный склад автомобилей	+						
5.	Склад новых автомобилей		+					
6.	Центральный склад запасных частей	+						
7.	Склад запасных частей		+	+-	+-			
8.	Учебный центр	+	+					
9.	Функциональные корпоративные службы	+						
10.	Стоянка для автомобилей:							
	• Выставка новых и подержанных	+	+	+				
	• Клиентов	+	+	+	+			
	• Сотрудников	+	+	+	+			
	• Гостей автосалона и магазина 3Ч	+	+	+				
	• Принятых в ремонт и готовых после ремонта	+	+	+	+			
	• Аварийных	+	+	+				
11.	Место отдыха для клиентов и сотрудников	+	+	+	+			
12.	Место для тест-драйва	+	+					
13.	Место для хранения производственных и бытовых отходов	+	+	+	+	+	+	+
	• Место для хранения вредных отходов	+	+	+	+	+	+	+
14.	Производственные площади и производственные мощности для продажи автомобилей	+	+	+				
	• Демонстрационный зал (автосалон)	+	+	+				
	• Рабочие места для сотрудников отдела продаж	+	+	+				
	• Место для отдыха клиентов	+	+	+				
	• Помещение для передачи автомобиля клиенту «Счастливый момент»	+	+	+				
15.	Производственные площади и производственные мощности для продажи запасных частей и аксессуаров							
	Место для хранения производственных и бытовых отходов	+	+	+	+	+	+	+

Кількість робітників на станції відновлювального ремонту залежить від її потужності і повноти відновного циклу: доставка, розбирання, рихтування, зварювання, підготовка, фарбування, складання, антикорозійна обробка, полірування.

Для віднесення підприємства автосервісу до певного типу необхідно оцінити його по системі показників, наведених у таблиці 2.2.

2.3. Види автотранспортних підприємств за належністю

2.3.1. Авторизований автосервіс

Автосервіс має два явно виражених напрямки розвитку:

1. Вільний (незалежний) сервіс;
2. Авторизований (фірмовий) сервіс різних автовиробників.

У автомобільно розвинених країнах співвідношення авторизованого і незалежного сервісу становить 40% до 60%, в менш розвинених приблизно 10% до 90% (наприклад Росія, Україна). І той, і інший сервіс розвиваються швидкими темпами.

Призначення 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 і аксесуарів. Більше того, зі збільшенням обсягу продажів автомобілів продаж не тільки запасних частин, а й аксесуарів виділяється в окремий напрям бізнесу зі своїми структурами, виробничими потужностями, складськими запасами, організацією виробництва і економічними показниками (див. Розділ 3).

Авторизовані авто сервісні підприємства мають дистриб'юторський, дилерський або партнерський договір безпосередньо з виробником автомобілів, генеральним представництвом виробника або імпортером, уповноваженою виробником продавати автомобілі на певній території ринкової відповідальності. Мета діяльності таких підприємств - просування на ринок автомобілів виробника (або виробників), передпродажна підготовка автомобілів, гарантійне і післягарантійне обслуговування та ремонт, а також продаж оригінальних запасних частин.

Неодмінною умовою для авторизованого дилера є реалізація очної та технічної політики виробника, використання його технології сертифікованого виробником обладнання, оригінальних запасних частин, фірмової символіки, програмного забезпечення.

Виробнича структура авторизованого авто сервісного підприємства включає автосалон, склад автомобілів, відкриту стоянку для нових автомобілів, склад і магазин для продажу запасних частин, інфраструктуру для роботи з клієнтурою, виробничі потужності для обслуговування і ремонту - Автомобіль, побутові та офісні приміщення, незабудовану резервну територію.

Враховуючи світовий досвід і тенденції розвитку ринку, за умови економічного зростання пріоритетним в Україні може виявитися розвиток авторизованого сервісу як що відповідає сучасним вимогам. В даний час цей сегмент ринку тільки починає розвиватися і має великі перспективи б тому, що автомобільний парк потребує суттєвого оновлення. Тенденція оновлення парку останнім часом все більш чітко проявляється з наступних причин:

- саме по собі ненормальним є те, що середній вік парку значно більше амортизаційного. Ситуацію слід розглядати як проблемну, яку раніше чи пізніше необхідно вирішувати;
- обмеження віку ввезених автомобілів і створення законодавчої бази для розвитку вітчизняного автомобілебудування сприяє розширенню як дилерських мереж імпортерів, так і дилерських мереж вітчизняних виробників.

Всезростаюча конкуренція серед практично однакових за якістю і надійності автомобілів робить споживачів все більш чутливими до якості сервісу, і саме дилерські станції мають кращі можливості для його забезпечення. Розуміння цього фактора змушує інвесторів вкладати кошти в сервіс.

У міру зростання парку авторизований сервіс все більше буде просуватися від економічних і адміністративних центрів до периферії - малим містам, районним центрам, які в даний час не мають розвиненої автомобільної інфраструктури.

Як правило, увагу автомобілю у фірмовому автосервісі приділяється до п'яти-шестирічного віку. Далі на практиці автомобіль переходить у вільний сервіс, який не пов'язаний з фірмами-виробниками.

2.3.2. Незалежний автосервіс. Універсальні та спеціалізовані СТО

У вільному (незалежному) сервісі технічне обслуговування та ремонт автомобілів, продаж запасних частин є основними видами діяльності та основними джерелами доходу. До вільних авто сервісним підприємствам відносяться ті окремі або корпоративні СТО, які не мають дилерського (дистриб'юторського) договору ні з одним з виробників автомобілів, проводять незалежну ринкову і маркетингову політику, обслуговують одну або декілька марок автомобілів, використовують при обслуговуванні та ремонті і продають по своєму розсуд оригінальні або ідентичні (ліцензійні) запасні частини, мають (або не мають) свій фірмовий стиль.

Незалежний автосервіс реалізує функцію обслуговування і ремонту автомобілів як первинну. Він пов'язаний тільки з споживачами послуг через їх потреби і прагнення задовольнити їх. Організаційні форми, розмір підприємства, технологічні особливості, виконувані види робіт формуються виробником послуг залежно від реальних умов, ринкового попиту, особистих інтересів і економічної доцільності. Незалежні автосервісні підприємства можуть мати автосалон, приміщення для обслуговування клієнтів, виробничі потужності для технічного обслуговування і ремонту автомобілів, склад запасних частин, магазин.

На вільних станціях технічного обслуговування можуть створюватися такі виробничі підрозділи [13]:

- ділянку передпродажної підготовки автомобілів;
- ділянку мийки;
- ділянку діагностики;
- ділянку мастила;
- ділянку ремонту паливної апаратури;
- ділянку ремонту електрообладнання;
- агрегатно-механічний ділянку;
- шпалерний ділянку;
- шиномонтажну ділянку;
- кузовний ділянку;
- малярський ділянку;
- ділянку по антикорозійному покриттю.

Це рекомендований філією Центрального науково-дослідного автомобільного і автотранспортного інституту (НАМИ) перелік ділянок для великих незалежних станцій, які в даний час зустрічаються рідко. Більшість незалежних станцій малі, вони виконують обмежений перелік послуг.

Зауважимо, що ділянка передпродажної підготовки на вільних станціях не те - є саме, що на авторизованих. Це може бути ділянка по відновленню і зтомобілей, були у вжитку, поліровці кузова, мийці двигуна і агрегатів спеціальними хімічними препаратами і часткової фарбуванні кузова для відновлення його первинного зовнішнього вигляду. На ділянці передпродажної ~ заготовки автомобіль перевіряється і діагностується, а також відновлюється і 17Я подальшого продажу. В даний час цей вид послуг широко поширений і на дилерських СТО у зв'язку з реалізацією програми trade-in. У розвинених країнах отримали розвиток спеціальні станції передпродажної підготовки автомобілів, які організовані при великих комісійних автомагазинах. На таких станціях відновлюються не тільки вузли й агрегати автомобілів, але і приводиться в порядок кузов методом підфарбовування, полірування.

Таблиця 2.3

Показники, що характеризують вільні СТО

К-во постов	К-во працюю-щих	К-во робочих	Годовая выработка		Площадь, м²	Автомобиле-заездов в день
			нормо-часов	автомобиле-заездов		
25	100	60	98500	39400	5000	130
15	73	37	62000	24800	3600	80
12	62	36	59000	23600	1500	75
6	30	17	28000	11200	760	36
3	14	7	11500	4600	400	15

В даний час більшість незалежних СТО має більшу потужність і на 70% з них працює до 4-5 робітників. Вони надають достатній, але обмежений перелік послуг. Більшість таких станцій розміщується в пристосованих приміщеннях, слабо оснащене, часто має неестетичний зовнішній вигляд. Персонал переважає недостатньо навчений, але з великим досвідом роботи. Вільні станції технічного обслуговування, якщо вони не входять до якоїсь структури, не мають стандартів, достатньої інформаційної бази. Малі СТО взагалі працюють за спрощеною схемою і будують свої відносини з клієнтами на неформальній основі. При цьому вільні СТО мають свою клієнтуру, їх послугами і у нас, і в розвинених країнах користуються від 50 до 95% власників автомобілів.

Перевагою вільних СТО є більш низькі ціни на послуги та запасні частини. Їх недоліки - спрощені схеми обслуговування клієнтів, не завжди належне якість обслуговування і ремонту автомобілів. У США універсальні станції позбавлені недоліків наших СТО за рахунок законодавства, яке передбачає доступ СТО до технологічної інформації, запасним частинам та навчанню персоналу будь-якого виробника автомобілів.

Таблиця 2.4

Виробничо-технічні характеристики вільних СТО

К-ВО ПОСТОВ	10	2	11	2	5	4	9
ПЛОЩАДИ, м ²							
Общая площадь территории	21025	2000	131710	9600	1600	2500	900
Площадь застройки	1467	100	3089	150	504	606	446
Производственные площади	613	72	1065	78	306	261	301
Вспомогательные площади	347		159		45	160	
Площадь склада	60	24	146	17,7	42	45	40
Служебно-бытовые площади	287		264	25	104	71	77,5
Стол заказов	159,7		74	35			
Площадь территории на 1 пост	2102,5	1000	11882	4800	320	625	100
Площадь застройки на 1 пост	147	48	280	75	104	151	50
Производственная площадь на 1 пост	102	48	96,8	39	61	65	34
Площадь служебно-бытовых помещений на 1 пост	28,7		24	12,5	21	17,7	8,6
ПЕРСОНАЛ, чел.							
Количество работающих	44	5	62	11	16	19	14
Количество основных рабочих	23	3	53	10	13	12	10
Количество рабочих на 1 пост	2,3	1,5	5,6	5	2,6	3	1,1
Кол-во работающих на 1 пост	4,4	2,5	4,8	5,5	3,2	4,75	1,55
ВЫРАБОТКА							
Выработка СТО, нормо-часов/г.	43320	5610					
Выработка на одного рабочего	1882	1870					
Выработка на одного работающего, нормо-часов	985	1122					
К-во автомобилезаездов/год	14030	1020	6500	1779	782	1220	758
Выработка на 1 пост, нормо-часов	4332	2085	591				
Кол-во автомобилезаездов/пост	1493	510		445	256	305	84

У таблицях 2.3 та 2.4 наведені дані по випадково вибраним чинним СТО, отримані з їх виробничо-технічних паспортів. На основі цих даних можна зробити висновок, що в проектних параметрах і ефективності використання потужностей не проглядається якась закономірність. Пояснюється це тим, що станції створювалися в пристосованих приміщеннях.

В рамках незалежного автосервісу розвиваються універсальні й спеціалізовані станції технічного обслуговування. Основною ознакою універсальної СТО є обслуговування нею декількох марок автомобілів і надання різноманітних видів послуг. Універсальні станції не пов'язані у своїй діяльності з маркою автомобілів, хоча можуть представляти певний бренд.

До спеціалізованих СТО відносяться станції, що спеціалізуються на обслуговуванні автомобілів однієї марки або ж на одному виді або

обмеженому переліку послуг. Спеціалізовані станції з'явилися там, де є концепт парку або можливість збору ремонтного фонду з достатньою територією: з достатніх для спеціалізації кількостях.

Спеціалізовані СТО по маркам автомобілів, як правило, авторизовані дилери. Останнім часом з'явилася велика кількість станцій, зі спеціалізуються не на одній, а на декількох однорідних марках автомобілів. Наприклад, Autointernational продає і обслуговує японські автомобілі Mazda, Suzuki, Isuzu; є станції, які обслуговують американські, корейські, німецькі автомобілі. Ці станції можуть бути дилерами, а можуть бити і станціями загального користування. У розвинених країнах, наприклад у США, є СТО, що спеціалізуються не тільки на певних марках, а й на певних моделях автомобілів. У нас частіше зустрічаються СТО, що спеціалізуються на певних видах робіт.

Спеціалізовані станції за видами робіт. Вузька предметна спеціалізація дозволяє за рахунок більшої виробничої програми спеціалізувати виробничі операції і придбати обладнання для їх виконання. Спеціалізація вимагає менших інвестицій. Спеціалізація (табл. 2.5) пов'язана; виконанням яких специфічних видів робіт (наприклад тюнінг, реставрація автомобілів, відновлення деталей, ремонт окремих вузлів), або певних операцій обслуговування автомобілів (шиномонтаж, швидка заміна масла, ремонт паливної апаратури, інш.).

Вузькоспеціалізовані роботи мають меншу собівартість і ціну, що забезпечує їх конкурентоспроможність і подальший розвиток. Як стверджує В. В. Волгін [14], в Європі в даний час спеціалізовані СТО охоплюють 50-60% ємності ринку, в той час як в 70-ті роки минулого сторіччя їхня частка не перевищувала 30-40%. Спеціалізовані види робіт вигідні, крім самих станцій, і дилерам, і універсальним СТО. Ніхто з них не буде створювати робочі місця для рідко зустрічаються видів послуг, наприклад ремонту дизельної паливної апаратури, балансування карданних валів або ремонту компресорів. Такі роботи вигідно виконувати по кооперації.

Всі перераховані в таблиці 2.5 види спеціалізованих станцій довели свою життєздатність. Вони створюються там, де є достатня концентрація автомобілів і де попит реагує на їх появу. Наприклад, у малих містах і сільській місцевості, де практично не розвинений автосервіс, успішно розвивається такий вид послуг, як відновлення колінчастих валів, головок блоку, блоків циліндрів. Потреба в них існує у зв'язку з тим, що місцеві автовласники, ремонтуючи двигуни самостійно, потребують таких видів робіт. У той же час в районних центрах не будуються спеціалізовані СТО по відновленню базових деталей двигуна - ці роботи успішно виконують місцеві сільгосптехніки або інші подібні організації.

Не всі спеціалізовані види робіт реалізуються. У 60-і роки ХХ сторіччя в США була висунута діагностична концепція, згідно з якою спеціалізовані діагностичні центри з плановою періодичністю повинні були здійснювати інструментальний контроль від 100 до 300 параметрів автомобіля. На основі цього контролю СТО повинні були ремонтувати автомобілі з подальшою їх перевіркою в тих же діагностичних центрах [7]. Відповідно до цієї концепції в країні планувалося створити від 15 до 25 тис. Таких діагностичних центрів. І хоча в порівняно короткий час центри набули стрімкого розвитку, вони так само швидко припинили своє існування за різними організаційними та інших причин, докладно описаними професором Е. Кузнєцовим [7].

На практиці утворилися дві групи спеціалізованих підприємств автосервісу: з обслуговування автомобілів (шиномонтаж, регулювання систем уприскування і запалення, мийка, швидка заміна масла) та з ремонту агрегатів автомобілів, відновленню деталей (ремонт автоматичних коробок передач, відновлення деталей, тюнінг).

Спеціалізація, як правило, пов'язана з використанням спеціалізованого обладнання. Наприклад, спеціальні системи роздачі масла з електронним урахуванням його приходу і витрати за видами масел, постам і користувачам дозволяють одночасно вести облік по 64 постам. Такі системи дозволяють одночасно обслуговувати велику кількість автомобілів, т. Е. Спеціалізувати даний вид послуг. Тунельні мийки-дороге устаткування, продуктивність якого обчислюється десятками і навіть сотнями мийок на годину, - доцільно використовувати при великому потоці автомобілів. Портальна мийка також має достатню продуктивність і теж вимагає значного потоку. Там, де він є, витрати на дороге спеціалізоване обладнання виправдані.

Спеціальні технології також сприяють спеціалізації видів робіт. Наприклад, ремонт турбокомпресорів вимагає обробки деталей з точністю до 1-2 мікрон, балансування обертових деталей з точністю до декількох знаків після коми, зварювання деталей тертям, виготовлення лопатей методом точного лиття. Фахівці в області ультразвукових технологій організували виробництво всіляких ультразвукових апаратів, у тому числі і для використання в автосервісі. Покупцями такого обладнання є станції технічного обслуговування та інші організації не лише з різних регіонів, а й з різних країн.

Деякі спеціалізовані види автосервісу, наприклад ремонт легкових і вантажних покришок, відновлення і балансування карданних валів, ремонт автоматичних коробок передач, ремонт кондиціонерів, ремонт і регулювання паливної апаратури високого тиску дизельних двигунів, підлозі розвиток завдяки проникненню на наш ринок нових технологій. Далеко не завжди достатній потік вимог існує сам по собі, часто організовують. Наприклад, для ремонту автоматичних коробок передач необхідний спеціальний

випробувальний стенд, на якому перевіряються і регулюються параметри агрегатів після ремонту. Без цього стенду важко досягти потрібного результату. Варто стенд досить дорого (більше \$ 150 тис.). Щоб забезпечити його повне завантаження і окупність, організовують мережу представників у різних регіонах які здійснюють приймання коробок на місці, відправку їх в центр з доставки споживачам. Так само роблять і у випадку ремонту інших агрегатів, наприклад електрообладнання, турбокомпресорів, базових деталей двигуна або відновлення деталей.

Таблиця 2.5

Спеціалізація СТО за видами робіт

	Специализация	Особенности
1	Шиномонтаж и балансировка	монтаж, ремонт и балансировка колес
2	Ремонт и восстановление шин	ремонт порезов грузовых и легковых шин
3	Быстрая замена масла	использование специального оборудования для быстрой замены масла
4	Ремонт автоматических коробок передач	использование специального оборудования для регулировки технических характеристик АКП
5	Ремонт турбокомпрессоров	использование специального оборудования и технологий для ремонта и балансировки турбин
6	Ремонт и регулировка топливных насосов высокого давления	использование специального оборудования и инструмента, а также диагностических приборов для ремонта и регулировки ТНВД
7	Ремонт электрического оборудования автомобилей	использование специального оборудования для диагностики и ремонта стартеров, генераторов, систем зажигания
8	Восстановление и ремонт базовых деталей двигателя	использование специальных станков, инструментов, а также технологий для ремонта блоков цилиндров, головок блока цилиндров, клапанов
9	Ремонт и балансировка карданных валов	использование современных технологий, балансировочного оборудования для восстановления карданных валов
10	Ремонт кондиционеров, холодильников, автономных обогревателей	использование специализированных технологий и оборудования

Продовження таблиці 2.5

11	Установка противоугонных и охранных систем	разработка, сборка, установка противоугонных систем, аудиоаппаратуры, звуковой сигнализации
12	Тюнинг	тюнинг кузова, трансмиссии, двигателя, систем впрыска; перепрограммирование процессоров
13	Обслуживание и ремонт систем впрыска и систем зажигания	ремонт карбюраторов, промывка инжекторов, ремонт и регулировка систем зажигания
14	Мойка автомобилей и двигателей, обработка салона	туннельная, порталная, бесконтактная, ручная мойка автомобилей; полировка автомобиля; химическая чистка салона; удаление ржавчины, устранение царапин; другие работы
15	Изготовление и ремонт систем выпуска газов	специальное оборудование для изготовления элементов системы выпуска газов
16	Ремонт и окраска кузовов	выполнение рихтовочных, сварочных и окрасочных работ на основе специального оборудования
17	Антикоррозионная обработка кузова	использование специального оборудования и технологий для антикоррозионной обработки кузова
18	Установка, тонировка стекол	использование специального оборудования, материалов и технологий при установке и тонировке стекол
19	Обивка салона, изготовление чехлов	использование специального оборудования, материалов и технологий для обивки салона, изготовления чехлов
20	Установка, обслуживание и ремонт газобаллонного оборудования	использование специального инструмента и приспособлений для установки и настройки газобаллонного оборудования.
21	Ремонт бензиновых топливных насосов	использование специального оборудования и технологий для восстановления ТН
22	Реставрация автомобилей	выполнение работ по реставрации антикварных автомобилей
23	Восстановление деталей	восстановление деталей (шаровых опор, наконечников рулевых тяг, прочее)
24	Разборка автомобилей	разборка автомобиля, дефектовка деталей и организация их продажи
25	Предпродажная подготовка автомобилей*	восстановление кузова автомобиля путем полировки, ремонт узлов и агрегатов, подготовка к продаже автомобилей БУ
26	Использование ультразвука в автосервисе	использование специальных разработок для создания ультразвуковых аппаратов очистки деталей
27	Установка звуковой аппаратуры	подбор и установка аудиоаппаратуры; тонкости в «звуковом» оформлении салона

Продовження таблиці 2.5

28	Специализация по узкому перечню ремонтных услуг	ограниченный перечень услуг (быстрая замена тормозных колодок, амортизаторов, шаровых опор и т. п.) и ориентация на срочность выполнения работ обуславливают специфику организации обслуживания (отдельные выезды, наличие запасных частей, выполнение работы вдвоем, подбор специальных приспособлений и специнструментов)
----	---	---

* Є в розвинених країнах. У нас поки не набули розвитку.

На деяких видах спеціалізації зупинимося докладніше. Тюнінг автомобіля, як дизайнерський, так і технічний, - новий самостійний напрям автомобільного бізнесу зі своїми особливостями і традиціями. Тюнінг широко застосовується в області установки додаткового обладнання, форсування двигуна, програмного забезпечення, дизайну автомобіля. У розвинених країнах цей напрям давно і міцно утвердилось як серйозний технічний вид діяльності, у нас воно швидко і плідно розвивається.

Спеціалізація робіт з тюнінгу салону обумовлена специфікою роботи, особливостями обладнання, матеріалів і технологій. Для тюнінгу сидінь застосовуються спеціальні автомобільні шкіри і тканини, а також спеціальне обладнання для ремонту та тюнінгу елементів салону. Фахівець у галузі тюнінгу салону, зрозуміло, ніякого відношення до автомобіля як технічній системі не має, скоріше він дизайнер та майстер меблевого мистецтва.

Реставрація автомобілів, яка у нас має давні традиції як аматорський вид діяльності, отримує все більший розвиток, знаходить свої напрацювання, традиції, підходи. Цей специфічний вид діяльності може з часом перетворитися на високопрофесійний, престижний, ексклюзивний.

Ще один вид спеціалізації - установка охоронних систем. Цей напрямок автомобільного бізнесу побудовано на використанні електроніки, тому їм займаються фахівці цієї галузі знань. Застосування знань в автомобільній галузі змушує їх заглиблюватися в питання автомобільної електроніки, а також в деякі особливості самого автомобіля. Сфера автомобільної електроніки і протиугінних систем недостатньо освоєна, тому фахівців у цій галузі не вистачає. Спеціалізовані підприємства з установки охоронних систем не єдині, хто займається цим бізнесом. Їх конкурентами є авторизовані дилери, які під загрозою «відлучення» від гарантії забороняють своїм клієнтам встановлювати охоронні системи «на стороні». Ця конкуренція, тим не менш, не зупиняє розвиток цього спеціалізованого спрямування. Подальший розвиток спеціалізованих підприємств по установці охоронних систем обумовлено зростанням обсягів продажів автомобілів, а кожен новий автомобіль і кожен другий старий обладнується протиугінною системою.

Широке поширення набули спеціалізовані підприємства по обслуговуванню автомобілів (мийка, шиномонтаж, регулювання систем упорскування). До умовам, які забезпечують їх переваги, можна віднести

зручність розташування, швидкість виконання робіт, якість обслуговування автомобіля і повний перелік спеціалізованих видів робіт (наприклад, більше 70 видів послуг з догляду за автомобілем), просту схему обслуговування клієнтів і розрахунків. Якщо раніше мийка і шиномонтаж були переважно послугами СТО, то в даний час вони все більше виділяються в самостійний вид сервісу. Є фірми, розвиваючі в місті тільки шиномонтаж або тільки мийки. Зручно розташовані пункти по шиномонтажу мають до 10 робочих місць для монтажу коліс легкових і вантажних автомобілів. Вони продають шини і виконують повний комплекс шиномонтажних і шиноремонтних робіт. Пункти з обслуговування систем упорскування спеціалізуються на виконанні цих робіт для різних автомобілів і різних інжекторних систем. Вони мають достатнє завантаження, спеціальне обладнання і вузькоспеціалізований кваліфікований персонал.

2.4. Зарубіжний досвід розвитку мережевого автосервісу *

Як вже зазначалося, крім авторизованих СТО по маркам автомобілів, у всьому світі існують мережі авторизованих СТО продавців обладнання і запасних частин, так званий мережевий автосервіс. Під мережевим автосервісом ми розуміємо мережі СТО, об'єднані корпоративними структурами, що продають запасні частини, матеріали чи обладнання. Мережа СТО є споживачем продукції певної корпоративної структури. Всі СТО мережі об'єднані під логотипом одного бренду, вони мають єдині стандарти обслуговування клієнтів, загальну технічну і ринкову політику, єдиний фірмовий стиль.

Об'єктивною передумовою створення мережевого автосервісу є зацікавленість операторів автомобільного ринку, скажімо, продавця запасних частин або продавця обладнання (або того й іншого), у продажу через автосервісну мережу своєї продукції. Інтерес до створення власної мережі СТО приходить до продавця, наприклад, магазину запасних частин, після питання покупця: «А де я можу встановити придбану у вас запчастина?» Продавець будь-якого, навіть самого маленького, магазину після такого питання задумується про доцільність встановлення поряд з магазином підйомника та іншого обладнання, що не тільки буде сприяти збільшенню продажів запасних частин, а й принесе додатковий прибуток. Багато мережних автосервісів різних країн світу починалися з такого, поставленого покупцем або самим продавцем, питання. У всякому разі, більшість мережевих автосервісів отримали свій початок від фірм, що займаються продажем запасних частин.

Канадська фірма Speedy відкрила свій перший магазин з продажу запасних частин в 1956 р. Протягом 37 років Speedy розвивалася як продавець запасних частин на всій території Канади. В 1993 р, маючи більше 120 магазинів по всій країні, фірма перейшла до швидкого обслуговування автомобілів. Це була практично перша мережа швидкого обслуговування. Мережа створювалася незалежно від магазинів. Стандартами обслуговування клієнтів фірми Speedy передбачалася можливість одержання однакового сервісу в будь-якому місці Канади. В даний час мережа автосервісів Speedy представлена більш ніж в 100 населених пунктах Канади. Є її СТО і в Європі.

Чим мережу Speedy відрізняється від не пов'язаних між собою СТО? Тим, що мережа має єдині стандарти. Перш за все, всі СТО мають єдиний фірмовий стиль. Це стосується логотипу, колірної гами, вивісок, фірмового одягу, прапорів та інших атрибутів фірмової ідентифікації.

Мережа має єдині стандарти обслуговування на будь СТО на всій території. Завдяки цьому поліпшуються відносини клієнта з СТО (клієнт звикає до певного способу і певною процедурою обслуговування). Мережа надає єдину гарантійну підтримку на товари і послуги (що забезпечує спокій і впевненість споживачів). У мережі розроблені єдині технічні програми навчання персоналу.

Рекламна підтримка торгової марки Speedy поширюється на всю мережу, що зменшує питомі витрати на рекламу і підвищує її ефективність. Всі СТО мережі мають єдині програмні продукти, що сприяє стандартизації управління СТО та обслуговування клієнтів.

Американська фірма Midas почала створювати мережу в 1956 р. Протягом року вона мала в США більше 100 СТО. У 60-і роки Midas створює свої станції в Канаді, Австралії, Мексиці. В даний час Midas в 23 країнах на 5 континентах має більш 2800 СТО. Мережа станцій цієї фірми працює за такими єдиними стандартами:

- будь-яка СТО цієї мережі в будь-якій країні світу має однаковий режим роботи: з 8.00 до 18.30 без обіду з понеділка по п'ятницю. У суботу з 8.00 до 17.00 без обіду;
- обов'язкова наявність товару на складі автосервісу;
- єдині норми гарантії на всі товари і послуги;
- єдині норми та порядок обслуговування клієнтів;
- єдині ціни на товари та послуги;
- власні етапи експертизи та рекомендації водіям.

У 2001 р на станціях Midas у Франції було обслуговано 1300 ТОВ клієнтів. Дві тисячі співробітників фірми, що працюють в цій країні під

торговою маркою Midas, дають оборот 184 млн євро на рік (один працівник за рік виконує 650 обслуговувань - 2,2 обслуговування в день).

Фірма AUTU CREW має мережу СТО Auto Teil Unger, які обслуговують легкові та вантажні автомобілі в Нідерландах, Німеччині, Польщі, Швеції, Чехії, Австрії. Загальні принципи мережевого сервісу такі:

- реклама;
- сервіс для клієнтів;
- електронна обробка даних;
- управління підприємством;
- технічна підтримка;
- навчання фахівців.

У мережі не регламентуються види робіт і їх обсяг.

Одним з яскравих представників мережевого сервісу є торгова фірма TEMOT INTERNATIONAL, що займається продажем запасних частин в Європі, в тому числі в Україні. Вона є творцем закупівельного союзу, до складу якого входять 24 учасники з різних країн. Постачальниками закупівельного союзу TEMOT є провідні виробники запасних частин і матеріалів з усього світу. У закупівельний союз приймається тільки одна компанія країни-є лідером продажів. В Україні такою компанією була обрана Valmi Automotive.

Закупівельний союз TEMOT має мережевий сервіс AUTOFIT, призначений для підтримки клієнтів. При цьому має мережу автосервісів обслуговування легкових автомобілів AUTOFIT® і мережа вантажних автосервісів TRUCKFIT®. Всі програми з підтримки клієнтів доповнюються програмним забезпеченням TEMOT IT.

AUTOFIT® - зареєстрована торгова марка, яка застосовується для всіх незалежних СТО, об'єднаних в мережу TEMOT. Усі станції, що входять в мережу AUTOFIT®, мають єдиний фірмовий стиль, використовують рекомендоване сертифіковане TEMOT обладнання, користуються запасними частинами TEMOT, мають єдині типові технологічні рішення і типову технологічну планування, єдине програмне забезпечення, типові процедури і однаковий порядок обслуговування клієнтів, систему підготовки та підвищення кваліфікації персоналу.

Основні принципи організації AUTOFIT®:

- єдина європейська торгова марка,
- професійне і високоякісне обслуговування клієнтів та їх автомобілів,
- склад авто товарів на СТО,
- єдина гарантія на товари та послуги за підтримки дистриб'ютора,
- єдині ціни на товари та послуги в межах всієї мережі,
- єдине зовнішнє і частково внутрішнє оформлення,
- єдиний програмний продукт, доступ до єдиної клієнтської бази,
- єдина маркетингова і рекламна підтримка мережі.

У мережі AUTOFIT® використовується єдиний технологічний процес обслуговування клієнтів і автомобілів:

- приймання автомобіля,
- діагностика автомобіля,
- постановка автомобіля в ремонт,
- отримання або замовлення запасних частин,
- ремонт автомобіля,
- контроль виконаних робіт,
- передача автомобіля клієнтові.

При цьому на кожній стадії дотримується єдиний порядок оформлення необхідних документів:

- з'ясування проблем, отримання документів (сервісної книжки, технічного паспорта),
- складання акта приймання-передачі автомобіля,
- складання діагностичної карти,
- внесення в електронну базу чернетки замовлення наряду,
- складання заявки на роботи та запасні частини,
- внесення в електронну базу даних замовлення-наряду, оформлення видаткової накладної, акта виконаних робіт,
- оформлення сервісної книжки (гарантії).

Інформаційна мережа AUTOFIT® в будь-якій країні має портал, за допомогою якого відбувається обмін інформацією, пошук, підбір запасних частин, замовлення і оплата їх у реальному режимі часу.

Концепція AUTOFIT® в Україні, яку реалізує компанія Valmi Automotive, припускає наявність таких складових інформаційно-аналітичної системи СТО:

- бази даних по товарах,
- електронної системи обліку торгових операцій,
- баз даних технічної та технологічної інформації по автомобілях,
- програмного забезпечення і бази даних соціального, аналітичного та консалтингового блоку.

Членство в мережі AUTO FIT® надає власнику незалежної СТО такі переваги:

- фахівці знають, як ремонтувати (навчання і технічна інформація);
- у фахівців є ніж ремонтувати (запасні частини, устаткування);
- відсутність вкладень у рекламу (при добрій і ефективній рекламі і впізнаваності імені);
- відсутність збитків у зв'язку з рекламациями за рахунок загальної гарантії мережі;
- збільшення клієнтської бази та відповідно доходів.

У Європі і в усьому світі широко представлена мережа універсальних СТО Bosch KarServis (Бош Авто Сервіс), веде свою історію з 1921 року. В даний час мережа нараховує більше 12 тис. Станцій. Bosch Car Service - це універсальні станції технічного обслуговування автомобілів, які виконують обслуговування та ремонт агрегатів і пристроїв Bosch на обладнанні Bosch, з запасними частинами Bosch, за технологіями Bosch з їх гарантією.

З січня 2002 німецький концерн Robert Bosch GmbH реалізує в Україні проект по створенню мережі універсальних станцій технічного обслуговування під торговою маркою Bosch Car Service. Ця мережа СТО - втілення концепції універсальних авторизованих станцій з європейською якістю обслуговування автомобілів від провідних виробників світу. Проект реалізується спільно з Європейським банком реконструкції та розвитку.

Переваги Bosch Car Service:

- в можливості надання повного комплексу послуг для легкових і вантажних автомобілів провідних світових марок;
- в наявності сучасного діагностичного та гаражного обладнання та програмного забезпечення;
- в наявності технічно грамотного персоналу, навченого і протестованого за спеціальними програмами для Bosch Car Service;
- в наявності складу запасних частин Bosch та інших виробників;
- у можливості експрес-поставки запасних частин з німецької складу Bosch допомогою DHL-міжнародної транспортної компанії з експрес-доставки вантажів, з якою Bosch має довгострокову угоду;

- в більш низьких порівняно з фірмовими станціями цінах на послуги та запасні частини, в системі накопичувальних знижок, а також в інших методах стимулювання збуту;
- у швидкому та якісному обслуговуванні та використанні новітніх технологій, використанні «гарячої лінії» Bosch в діагностиці та ремонті автомобілів;
- в можливості проведення сертифікації та технічного огляду автомобілів за заявками ДАІ.

Bosch Car Service виконує необхідні вимоги до підготовки персоналу, місцем розташування, площі території і розмірам СТО (повинні бути відповідно не менше 2 500 м² і 450 м²), використовує тестуючі обладнання Bosch для оснащення постів діагностики запалювання, упорскування, електрики, розвалу-сходження і лінії діагностики ходової частини автомобіля. Має необхідний рівень виробничих запасів запасних частин Bosch та інших фірм, погоджених з Bosch. Виконує вимоги до корпоративного стилю і дизайну приміщень, спецодягу, ділових паперів. При зазначених площах має 12 працівників, з них 7 механіків і електриків. Має ліцензійне програмне забезпечення ESI [tronic] (розробник Robert Bosch), бере участь у рекламних акціях Bosch, проводить спеціальні сервісні та торговельні акції для збільшення продажів, виконує гарантійне обслуговування продукції Bosch.

Мережа Bosch Car Service має такі типи спеціалізованих СТО:

- Car Servis - технічне обслуговування, діагностика, ремонт легкових автомобілів та мікроавтобусів;
- Car Servis, Thik Servis - технічне обслуговування, діагностика, ремонт легкових автомобілів і мікроавтобусів, вантажних автомобілів, автобусів, напівпричепів;
- Car Servis, Diesel Servis - технічне обслуговування, діагностика, ремонт легкових автомобілів і мікроавтобусів, ремонт дизельних паливних насосів високого тиску;
- Diesel Center - технічне обслуговування, діагностика, ремонт всіх систем управління дизельними двигунами Bosch, дизельних паливних систем та їх компонентів всіх типів;
- Diesel Servis - технічне обслуговування, діагностика, ремонт всіх систем управління дизельними двигунами, дизельних паливних систем та їх компонентів обмеженого переліку типів ТНВД [110].

Перелік послуг для легкових автомобілів, які можуть бути виконані на станції Bosch Service:

- діагностика і ремонт бензинових і дизельних систем впорскування, систем запалювання, стартерів і генераторів, двигуна, електричного та електронного обладнання (подушок безпеки, автоматичної трансмісії, антиблокувальних і антибуксирвальних гальмівних систем, електронних іммобілайзерів, бортових комп'ютерів; радіо акустичних систем, парк-пілотів, кліматичних установок);

- діагностика і ремонт гальмівних систем;

- установка протиугінних і сигналізують систем, протитуманних фар, системи автоматичного прогріву двигуна і салону, проведення технічного обслуговування, діагностика і ремонт ходової частини.

Перелік послуг для вантажного автомобіля включає в себе діагностику, регулювання і ремонт дизельних паливних насосів високого тиску на стенді Bosch, стартерів і генераторів, електричного та електронного обладнання. Додатково: мийка, проведення щорічного техогляду, кузовний ремонт і фарбування.

Фірма Bosch пред'являє наступні вимоги до кандидатів, які хочуть отримати право на використання торгової марки Bosch Car Service:

- мати приватну форму власності компанії;
- навички та досвід роботи у сфері автосервісу та / або торгівлі запчастинами;
- відсутність авторизації інших торгових марок виробників запчастин;
- володіння будівлею (або оренда мінімум на 10 років), яке розташоване на проїзному, добре видному з проїжджої частини місці;
- придбання у Robert Bosch або у офіційних дилерів тестуючого устаткування для постів діагностики запалювання, упорскування, електрики, розвалу-сходження і лінії діагностики ходової частини автомобіля;
- придбання в узгодженому обсязі у Robert Bosch або у офіційних дилерів запасних частин Bosch і продаж їх зі свого складу; продаж товарів інших марок - за погодженням з Robert Bosch;
- виконання вимог до корпоративного стилю і дизайну приміщень, спецодягу, ділових паперів;
- використання ліцензійного програмного забезпечення Bosch ESI [tronic];
- підготовка персоналу в навчальному центрі Bosch, який знаходиться в Києві;
- виконання після продажного гарантійного обслуговування автозапчастин Bosch.

Зі свого боку компанія Robert Bosch надає комплексну підтримку кандидатам з організації станції «під ключ». Консультує з питань проєктування будівлі, розміщення обладнання, планування приміщень станції та організації роботи автосервісу, організації оптової та роздрібно торгівлі. Надає технічну документацію по обладнанню та технології ремонту автомобілів. Організовує та проводить технічні

тренінги, а також тренінги з продажу та маркетингу. Для співробітників СТО Bosch Service організована «гаряча лінія» постачання необхідною технічною інформацією. Для підтримки та просування торгової марки, збільшення

продажів компанія Robert Bosch проводить національні та регіональні рекламні акції в мережі CTO Bosch Service.

В даний час в Україні повністю відповідають корпоративним стандартам 20 авторизованих станцій Bosch Service. Ще з 32 CTO вже підписані сервісні договори. У найближчих планах компанії Robert Bosch - створення мережі з 60-70 CTO Bosch Service, яка б охопила всю територію України.

Kwik-Fit (Великобританія) - крупна компаній, що спеціалізується на послугах автосервісу. Існує з 1971 р В даний час є власністю Ford Motor Company. Kwik-Fit належить більше 5000 станцій технічного обслуговування в Англії, Уельсі, Шотландії, Ірландії, Голландії, Бельгії, Швейцарії, Німеччині, Польщі, Іспанії та Франції. У компанії більш 22000 працівників. Вона має єдиний фірмовий стиль, загальні для всіх CTO стандарти обслуговування. У мережі досягнуті високі показники ефективності і задоволеності клієнтів - 98,2%. Одна з передумов такого результату - єдиний підхід до обслуговування клієнтів. Нижче наведені стандарти обслуговування клієнтів в компанії Kwik-Fit.

Співробітники нашого центру незмінно гарантують:

- Дбайливе ставлення до вашого автомобіля і обов'язковий захист сидінь спеціальними чохлами.
- Проведення огляду вашого автомобіля кваліфікованим представником технічного персоналу.
- Огляд автомобіля у вашій присутності, надання об'єктивної оцінки його стану та переліку робіт, які необхідно виконати.
- Надання до початку робіт обов'язкового списку розцінок, що включає в себе всі додаткові витрати.
- Вашу поінформованість про те, що зняті з вашого автомобіля і не підлягають обміну вузол або деталь ви можете забрати собі.
- Виконання роботи в повному обсязі відповідно до затверджених компанією приписами.

Негайне інформування про будь ускладненнях або затримках.

- Перевірку виконаної роботи технічно компетентним представником персоналу.

Пропозиція про проведення контролю виконаної роботи разом з вами під час здачі-приймання робіт.

Німецька компанія AUTODIENSTZENTRAL - представник оптового продавця запасних частин фірми PS MARKET GROSHANDELGESELLSCHAFT mbH. Мережа компанії розвинена в Німеччині та багатьох країнах Європейського Союзу. AUTO

DIENST ZENTRAL має спільні принципи обслуговування клієнтів і автомобілів. Забезпечує входять в мережу CTO запасними частинами, надає

суттєві знижки при закупівлі запасних частин і матеріалів за рахунок того, що ці станції в сукупності набувають великі обсяги продукції.

Фірма Shell Helix має розвинену мережу пунктів заміни масла і ремонту автомобілів. Основні вимоги до організації роботи таких пунктів зафіксовані у фірмових стандартах. Вони стосуються обслуговування клієнтів, виконання робіт з обслуговування та ремонту автомобілів і заміни масел. Стандартами передбачені типові проектні рішення, якими регламентується складу виробничих, підсобних і побутових приміщень, перелік обладнання, перелік основних і додаткових видів послуг, розташування, порядок роботи.

Стандартизуються обладнання, фірмовий стиль, операції, приміщення, (наприклад, обов'язковою є наявність зони відпочинку і туалету для клієнтів, магазину для продажу матеріалів і кафе, наявність матеріалів Shell Helix, наявність клієнтської бази, утилізація відходів). У відповідності зі стандартами Shell Helix центр заміни мастил повинен мати асортимент матеріалів Shell Helix у великих і малих упаковках. Стандартним є також перелік послуг, які поділяються на основні (платні) і додаткові (безкоштовні). До додаткових послуг відноситься, наприклад, перевірка рівня масла. У разі необхідності доливання клієнт платить тільки за масло. При виконанні платних послуг з метою залучення клієнтів обов'язково повинні виконуватися додаткові безкоштовні послуги: протирання лобового, заднього і бічних стекол, фар і задніх ліхтарів, дзеркал заднього виду.

Shell Helix стандартизує також планування центру по заміні масла. У відповідності зі стандартами можуть бути двох- і трьохпостові центри, а їх кількість - один на 50-70 тис. Автомобілів, які експлуатуються на одній території, наприклад у місті. Для кожного типу центрів рекомендується перелік і кількість застосовуваного обладнання та інструменту.

Регламентується також перелік обладнання для обслуговування клієнтів. Регламентується і структура персоналу, в якій окрім безпосередніх виконавців (механіків) є інші працівники. Стандартами Shell Helix передбачений керуючий мережі, начальник зміни (супервайзер), продавець - консультант (касир), промоутер (вітає). Чи не стандартизуються ціни на додаткові, крім перерахованих, види послуг (центр може займатися шиномонтажем, мийкою і ремонтом автомобілів за умови, що це не обмежує виконання основних видів послуг).

В Україні мережевий сервіс отримав розвиток в основному завдяки зусиллям фірм - продавців запасних частин, масел, обладнання. Поряд з BOSCH,

TEMOT INTERNATIONAL вітчизняні фірми з продажу запасних частин і масел розвивають мережі або на основі стандартів зарубіжних фірм, або створюють свої, адаптовані стандарти для мережі. Існує, наприклад, мережа СТО фірми, що продає масла Q8, Liki Moli.

Значну роботу з розвитку мережевого сервісу проводить компанія Valmi Automotive. Зокрема була створена громадська асоціація Automotive Alliance, мета якої - відстоювати інтереси незалежного автосервісу і його споживачів, а також залучати більш незалежним СТО до співпраці в мережі Valmi.

У чому вигода незалежної ремонтної майстерні або СТО від входження в мережу Valmi. Насамперед у тому, що в цьому випадку підприємства отримують такі переваги:

- інформаційну технологічну базу даних по автомобілях,
- рекламну та маркетингову підтримку,
- програмне забезпечення,
- стандарти якості, обладнання, інструмент та запасні частини,
- підготовку та підвищення кваліфікації персоналу за програмами Valmi AUTOFIT,
- єдиний фірмовий стиль, впізнаваність і довіру клієнтів,
- імідж цивілізованого автосервісу європейського рівня.

Робота компанії спрямована не тільки на створення широкої мережі СТО під єдиним логотипом Valmi, але і на створення цивілізованого, якісного автосервісу в Україні. Valmi Automotive ставить перед собою завдання підняти якість мережевого автосервісу в Україні до рівня європейських і світових стандартів.

2.5. Класифікація підприємств автосервісу за категоріями

Залежно від матеріально-технічного забезпечення, номенклатури та якості наданих послуг, а також рівня обслуговування клієнтів підприємству автосервісу може бути присвоєна одна з наступних категорій:

- Еліт-клас,
- Престиж-клас,
- I клас,
- II клас,
- III клас,
- Без класу.

Показники для віднесення підприємств до певного класу наведені в таблиці

2.6. У той же час будь-яка станція технічного обслуговування, незалежно від класу, повинна мати зручні під'їзні шляхи з необхідними дорожніми знаками і покажчиками, майданчик з твердим покриттям для стоянки автомобілів

клієнтів і співробітників, естетичний зовнішній вигляд, вивіску із зазначенням «СТО» та / або її назвою, місце приймання клієнтів. Кожна СТО повинна відповідати вимогам «Керівного документа із сертифікації послуг» (наказ Державного комітету по стандартизації, метрології та сертифікації України № 520 від 28.08.1997 р):

- бути забезпеченою нормативною і технічною документацією, що встановлює вимоги до технічного обслуговування і ремонту дорожніх транспортних засобів та їх складових;
- мати технологічне обладнання та інструмент, передбачений технологічною документацією;
- мати засоби вимірювання та випробувальне обладнання, передбачене нормативною і технічною документацією;
- виконувати вимоги Декрету Кабінету Міністрів України «Про забезпечення єдності вимірювань» № 40-93 від 26.04.1993 р .;
- мати персонал, який виконує роботу і контролює її якість, що володіє достатньою кваліфікацією, знаннями та досвідом;
- використовувати для ремонту та обслуговування запасні частини та матеріали, якість і безпека яких підтверджені відповідним сертифікатом;

Вимоги до станцій певної категорії

- мати виробничі та допоміжні площі і територію, що відповідають вимогам норм проектування і забезпечують дотримання вимог охорони праці та техніки безпеки, санітарних та екологічних норм і норм пожежної безпеки.

Таблиця 2.6

Требования к станциям определенной категории

Требования	Класс				
	3	2	1	Пр	Э
Здания и территория					
Внешняя вывеска освещаемая или светящаяся	+	+	+		
Внешняя вывеска светящаяся с эмблемой				+	+
Оформление СТО в соответствии с фирменным стилем		+	+	+	+
Стоянка для автомобилей клиентов					
1,5–2 места на рабочий пост	+	+			
3–4 места на рабочий пост			+		
Количество мест, исключаящее случай отсутствия места стоянки для автомобилей клиентов				+	+

Продовження таблиці 2.6

Стоянка для автомобилей клиентов охраняемая				+	+
Шлагбаум и рабочее место охранника расположены так, чтобы клиент мог передать ему документы не выходя из автомобиля	+	+	+	+	+
Разметка стоянки, территории, чистота, порядок, ухоженность	+	+	+	+	+
Техническое обеспечение					
Полный комплект технологической документации, обновляемой в соответствии с требованиями производителя автомобилей	+	+	+	+	+
Онлайн-линия с центральной лабораторией технического обслуживания и ремонта производителя				+	+
Оборудование и инструмент от фирм — сертифицированных производителей				+	+
Специнструмент и приспособления					
Общего назначения	+	+			
Специализированный по маркам автомобилей			+		
Специализированный по моделям автомобилей				+	+
Электроснабжение					
От общей сети	+	+	+	+	+
От сети и автономное резервное энергоснабжение для аварийного подъема или опускания автомобиля				+	
От сети и автономное резервное энергоснабжение, обеспечивающее автономную работу станции					+
Снабжение сжатым воздухом					
Общая система подачи сжатого воздуха от автономного компрессора	+	+	+	+	+
Наличие системы, например резервного компрессора, обеспечивающей подачу сжатого воздуха при аварийном выходе из строя основной системы				+	+
Система отопления помещений					
Централизованная или автономная, обеспечивающая температуру в соответствии с санитарными нормами	+	+	+	+	+
Автономная регулируемая система отопления, обеспечивающая комфортную постоянную температуру воздуха в цехах и помещениях				+	+
Кондиционирование воздуха в помещениях, в рецепции, столе заказов, офисных помещениях		+	+	+	+
Автосалон					
Наличие автосалона для презентации автомобилей	+	+	+	+	+
Демонстрационный зал позволяет презентовать весь модельный ряд продаваемых автомобилей			+	+	+
Автосалон имеет имиджевую зону, зону презентации автомобилей, консультационную зону, зону аксессуаров				+	+

Продовження таблиці 2.6

Наружная площадка для демонстрации новых автомобилей	+	+	+	+	+
Наружная площадка для демонстрации автомобилей traid-in	+	+	+	+	+
Комната для передачи автомобиля клиенту «Счастливы момент»			+	+	+
Площадка для тест-драйва с различным покрытием, имитирующим разные дорожные условия				+	+
Запасные части					
Номенклатура оригинальных запасных частей на складе на 95% обеспечивает потребности производства					+
Номенклатура запасных частей на складе и система управления запасами позволяют обеспечить выполнение заказов без переноса сроков				+	
Номенклатура запасных частей на складе, система управления запасами и система предварительной записи обеспечивают выполнение 95% заказов без переноса срока	+	+	+		
Склад-магазин или склад может отсутствовать	+				
Номенклатура и качество предоставляемых услуг					
Наличие сертификата на все виды услуг		+	+	+	+
Оказание всех видов услуг непосредственно на СТО или по субподряду		+	+	+	+
Удельный вес постоянных клиентов не менее 80%			+	+	+
Уровень удовлетворенности клиентов, %	95	95	98	98	100
Уровень обслуживания					
Количество клиентов на одного приемщика в течение смены, чел.	15	15	12	10	7
Менеджер по работе с клиентурой (основная функция — работа с клиентами в то время, когда они не заняты с техническими работниками)			+	+	+
При покупке автомобиля клиент знакомится с инженером по гарантии и получает его контактные телефоны	+	+	+	+	+
Доставка и приемка автомобиля осуществляется без непосредственного участия клиента					+
Приемка автомобиля осуществляется без непосредственного участия клиента (клиент оставляет ключи от автомобиля)			+	+	+
Обслуживание по принципу «забота об автомобиле» (СТО берет на себя заботу о техническом состоянии автомобиля, ведение «истории болезни» автомобиля)			+	+	+
Предоставление автомобиля напрокат				+	+
Эвакуатор для доставки автомобиля круглосуточно				+	+
Инфраструктура для клиентов и уровень обслуживания					
Гостевая ложа			+	+	+
Комната для VIP-клиентов					+

Продовження таблиці 2.6

Комната для клиентов	+	+	+	+	+
Наличие телевизора, радио, свежей прессы, цветов			+	+	+
Кафе-бар				+	+
Кафе	+	+	+		
Стол заказов	+	+	+	+	+
Оформление СТО в соответствии с фирменным стилем	+	+	+	+	+
Продажа аксессуаров	+	+	+	+	+
Туалет для клиентов (мужской, женский; умывальник, мыло, разовые полотенца)	+	+	+	+	+
Телефон для клиентов, обмен валют		+	+	+	+
Транспортное обслуживание, прокат автомобиля, услуги банка, страховые услуги				+	+
Качество услуг					
Сформулированная и действующая миссия и этические нормы (корпоративная культура)				+	+

Висновки:

Автосервісні підприємства за належністю діляться на авторизовані, основне завдання яких - продаж автомобілів бренду, і незалежні, для яких технічне обслуговування та ремонт автомобілів, продаж запасних частин є основними видами діяльності та основними джерелами доходу.

Комплексна задача мережевого автосервісу-забезпечення підтримки і відновлення працездатності автомобілів, а також просування на ринок автомобільних продуктів: запасних частин, масел, матеріалів, аксесуарів.

Основною ознакою універсальної СТО є обслуговування нею декількох марок автомобілів і надання різноманітних видів послуг.

До спеціалізованих СТО відносяться станції, що спеціалізуються на обслуговуванні автомобілів однієї марки або ж на одному виді або обмеженому переліку послуг.

Виділяють такі типи підприємств автосервісу:

- Пункт обслуговування автомобілів (ПОА);
- Пункт обслуговування на АЗС;
- Авторемонтна майстерня (АРМ);
- Станція технічного обслуговування автомобілів (СТОА);

- Автоцентр (АТ);
- Станція інструментального контролю;
- Станція відновлювального ремонту.

За якістю матеріально-технічного забезпечення, послуги обслуговування підприємство може бути віднесено до однієї з наступних категорій:

- Еліт-клас,
- Престиж-клас,
- I клас,
- II клас,
- III клас,
- Без класу.

Питання для самоконтролю:

1. Що таке незалежний автосервіс і які її завдання?
2. Які переваги фірмового автосервісу?
3. У чому полягає специфіка мережевого автосервісу?
4. Розкажіть про спеціалізовані СТО по маркам автомобілів і за видами робіт.