

Концепція фірмового технічного сервісу в Україні

С.І. Томляк, *ст. гр. ІАТ-10,*

В.П. Кужель, *доцент, канд. техн. наук.*

Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця

Як правило, несправність автомобіля не завжди очевидна. Найкраще вже на початку виникнення ознак несправності – відразу їхати на спеціалізовані станції з ремонту автомобіля. Для визначення технічного стану автомобіля необхідні технічні знання, пристрої і діагностичне устаткування. Тому виникає необхідність у створенні підсистеми виявлення несправностей і визначення параметрів стану автомобіля а також їх відповідності технічним вимогам. З метою організації обслуговування та ремонту автомобілів створюються автосервісні підприємства. Автосервіс включає в себе: торгівлю автомобілями і запасними частинами, а також аксесуарами до авто; систему підтримування та відновлення роботи автомобілів протягом усього терміну їх експлуатації; систему, що забезпечує технічну експлуатацію автомобілів; систему, що забезпечує використання автомобілів; систему, що забезпечує безпеку рух і усунення шкідливих наслідків від автомобілів. В свою чергу виробники автомобілів зацікавлені в розвитку мережі фірмового технічного сервісу на території країни, де продаються автомобілі певних марок.

Фірмові станції технічного обслуговування – це організації, що використовують систему взаємовідносин між виробником і споживачем промислової продукції, що характеризується особистою участю виробника в забезпеченні ефективного використання виробу протягом всього життєвого циклу, в підтримці машин, устаткування, пристроїв в постійній готовності до використання. В основі цієї системи є відповідальність виробника за організацію обслуговування випущеного ним виробу протягом усього терміну служби цього виробу. Основні правила організації фірмового технічного сервісу: 1. Вибір стратегії розвитку. Проведення маркетингових досліджень – вивчення ринку, виявлення потреби в конкретних послугах. 2. Встановлення зв'язку з клієнтами, довіри клієнтів. 3. Чіткі вимоги для співробітників автосервісу. 4. Створення безперервної системи надання послуг. Навчання і постійне підвищення кваліфікації співробітників. 5. Скорочення часу надання, підвищення якості послуг. 6. Оцінка якості обслуговування саме клієнтом. Вивчення думки клієнтів (анкетування).

До основних переваг фірмового сервісу належать:

- можливість підвищення рівня індустріалізації робіт із технічного обслуговування і ремонту, широке застосування профілактичних заходів;
- здійснення постійного інформаційного відстеження якості виробів на всіх етапах життєвого циклу і підвищення ефективності конструкторських рішень компанії;
- надання споживачу комплексу послуг, пов'язаних із консультуванням з експлуатації, забезпеченням запасними частинами, інформацією про технічні новинки;
- раціоналізацію процесів утилізації залишків виробів, що відпрацювали свій термін, посилення орієнтації на вторинні ресурси при виготовленні продукції.

Отже, сформулюємо проблеми розвитку фірмового автосервісу:

- поряд зі збільшенням фірмових центрів залишається велика кількість нелегальних автосервісів;
- фірмові сервісні центри зустрічаються, як правило, лише у великих містах;
- складний процес ліцензування автосервісу пов'язаний із рядом процедур, які або взагалі невігідні, або неможливі для приватних підприємців;
- послуги існуючих невеликих станцій технічного обслуговування значно дешевші.