

Совершенствование процесса приемки автомобиля на СТО в условиях Республики Узбекистан

**Раджабов М.А (студент магистратуры)
Научный руководитель: доц. Мусаджанов М.З.**

В Республике Узбекистан уровень обеспеченности автомобилем на 1000 жителей в 2014 году прогнозируется 92,8 единиц [1]. В Республике Узбекистан создана и успешно функционирует широкая сеть автосервисных предприятий, обеспечивающих поддержание в технически исправном состоянии автомобилей, принадлежащих гражданам и мелким фирмам и компаниям. Станции технического обслуживания автомобилей (СТОА) являются основным предприятием в автосервисе.

Наиболее распространенными СТОА являются фирменные, принадлежащие заводам-изготовителям и независимые. Прибывающие на СТОА автомобили сначала подвергаются уборочно-моечным работам, а затем поступают на пост приёмки.

Приёмка – это комплекс работ, направленных на выявление отказов и неисправностей, определение необходимого объёма работ по техническому обслуживанию и ремонту, установление стоимости работ и назначение последовательности выполнения операций.

Пост приёмки может быть напольным или оборудован подъёмником.

Во многих СТОА приёмка осуществляется преимущественно со слов клиента. Клиент рассказывает, что неисправно на автомобиле, а приёмщик на основании рассказанного выписывает заказ-наряд. Квалифицированный приёмщик может указать и на другие неисправности автомобиля, при согласии клиента работа включается в заказ –наряд, при отказе клиента выполняются только согласованные работы. Это объясняется конкретной рыночной и социально-экономической ситуацией, кто-то не имеет средств, а кто-то не знает, что и когда делать автомобилю.

Для приёмки подъёмник может быть установлен в мастерской или перед её входом. На многих станциях приёмка ведётся и на рабочем месте.

Многие фирменные СТОА имеют пост прямой приемки (ПП).

ПП предназначена для постоянных клиентов и для сложных работ.[2] Причем, некоторые из них имеют ПП с полным комплексом диагностики, а

на некоторых установлен подъёмник и ПП не организована в отдельном помещении, что не позволяет работать с клиентом диалоговым режиме в нормальных условиях.

ПП предназначена для увеличения заинтересованности клиентов, как можно больше знать о своей машине. ПП начинается с начального контакта с клиентом по телефону, предварительной записи сделанной заранее в соответствии с пожеланиями клиентов. Приёмщик назначает время приёма, по прибытию приветствует, демонстрируя, что его ждут. Приёмщик проводит всестороннюю экспертизу автомобиля вместе с клиентом на участке ПП. Большая часть клиентов с интересом изучает свой автомобиль, поэтому объяснение и рекомендации приёмщика клиентом принимается. Работа расценивается по прейскурантной цене и её стоимость сообщается клиенту. Когда обслуживание автомобиля завершено, приёмщик лично передаёт автомобиль клиенту, что усиливает контакт между СТОА и клиентом. Участок ПП должен быть идентифицирован, доступен и чист, оснащен подъёмником, тестером быстрой диагностики и другим оборудованием.

ПП предусмотрена почти во всех проектах фирменных (авторизованных) СТОА.

Например, в проекте “Автоцентр Chevrolet” для дилерских предприятий (рис.1) предусмотрена активная (интерактивная) приёмка (рис.2), соответствующая другим проектам фирм ПП или диалоговой приемке.

В интерактивной приемке предусмотрены:

- а) стенд для диагностики тормозной системы и подвески;
- б) ножничный подъёмник для визуального осмотра днища и ходовой части автомобиля.



Рис. 1. Автоцентр Chevrolet

Рис. 2. Активная приемка

По такому проекту было построено в Зангиотинском районе Ташкентской области по Ташкентской кольцевой дороге дилерский центр “DRIVERS VILLAGE” и функционирует успешно.

По данным концерна «Декра» при ПП с осмотром автомобиля на подъёмнике клиент заказывает 90% работ, если клиент отказывается от предварительной проверки, то удается выявить только 24% неисправностей [3]. Благодаря ПП увеличивается количество постоянных клиентов, продажа запасных частей, трудоёмкость одного заказа до 30%. [3]

Целесообразно организовывать в перспективе прямые приемки (диалоговые приемки, интерактивные приемки) как в фирменных, так и ведущих независимых СТОА.

Использованная литература:

1. Отчет статистического центра “Состояние и перспективе развития автомобильной промышленности Республики Узбекистан” (2013/8)
2. Волгин В.В. АВТОБИЗНЕС. Техника, сервис, запчасти. В 2-х томах – книготорговый центр «Маркетинг», 2003 – 848с.
3. Марков О.Д. Станция технического обслуживания автомобилей. – К.: Кондор, 2008 –536с.