

УДК.711.062

Петруня О.М.,
Київський національний університет будівництва і архітектури

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ ТЕХНІЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ ЛЕГКОВОГО ІНДИВІДУАЛЬНОГО АВТОМОБІЛЬНОГО ТРАНСПОРТУ В МІСТАХ УКРАЇНИ

Представлено аналіз розвитку ринку автосервісу в Україні. Проведено аналіз продажу нових легкових автомобілів за марками на території України за 2009-2011 роки. Встановлені фактори, що впливають на якості послуг з технічного обслуговування. Виділені перспективи розвитку СТО.

Ключові слова: автосервіс, СТО, парк автомобілів, Україна, автозапчастини, динаміка, аналіз.

Можливість підтримання автомобілів в технічно справному стані характеризується рівнем розвитку та умовами функціонування виробничо-технічної бази підприємств автомобільного транспорту, що являють собою сукупність будівель, споруд, обладнання, оснащення та інструменту, призначених для технічного обслуговування (ТО), текучого ремонту (ТР) та зберігання рухомого складу.

В Україні більше 8000 різних СТО, 95% з яких не можуть гарантувати повноту і якість виконуваних робіт, наявність автозапчастин і обґрунтувати вартість своїх послуг. Як правило, це авто мийки, шиномонтажні ділянки, пункти заміни масла і виконання деяких слюсарних робіт по ходовій [1].

До 2002 року розвиток ринку йшов за рахунок наповнення України автомобілями з країн Європи. Надалі парк ріс за рахунок імпорту нових автомобілів, причому, з усе зростаючими темпами, які були зупинені кризою 2008 р. Приріст парку в 2008р склав 860 тис. автомобілів (табл. 1).

Таблиця 1.

Парк за роками випуску, од.(Україна)

Назва показника	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	2004	2003	2002	2001	2000	1999	1998 і раніше
Легкові автомобілі всього	220029	181458	175165	610212	514801	395503	278453	225557	162428	120411	89769	54338	55130	512461 3

З іншого боку, до теперішнього часу в експлуатації перебуває близько 60% автомобілів, придбаних до 1991 р. Очевидно, що такі зміни - старіння

існуючого парку і приріст нового - висуває нові вимоги до розвитку автосервісу.

За роки ринкової економіки автомобільний парк виріс, змінилася його структура. По більшості параметрів вона не відповідає структурі парку (70% території України не має автосервісу), по друге, він значно відстає в технологіях, не забезпечений технологічної та технічною інформацією і, що найголовніше - він зовсім не задовольняє вимогам клієнтів за рівнем сервісу. При чому, це в однаковій мірі стосується як оригінального (OES) автосервісу, так і незалежного (Automotive Aftermarket). Обумовлено це, перш за все, об'єктивними причинами: автомобільний ринок Україною, це ринок, що розвивається. Тому для економіки країни важливе значення має забезпечення ефективної організації сервісного обслуговування і ремонту автомобілів [2].

В 2005-2006 рр. на автомобільному ринку України спостерігався автобум. На сьогоднішній день це автомобілі з терміном експлуатації 3-4 роки, які вже мають потребу в послугах СТО. За період 2007-2009 р.р. приріст парку склав 220 тис. автомобілів. В 2010-2011 спостерігається незначне пожвавлення ринку – 162 тис. автомобілів (таблиця 2).

За час кризи відтік клієнтів з дилерських станцій склав близько 20%. Увага приділяється ремонтам, необхідним виключно для роботи автомобіля. Період бурхливого зростання попиту на машини, тепер змінився періодом стагнації: сильне падіння попиту на послуги з технічного обслуговування через зростання цін на них та погіршення якості обслуговування, а так само високий рівень конкуренції. В такому випадку переваги мають ті СТО, які не просто пропонують послуги, але і здатні забезпечити їх високу якість, відповідну до світових стандартів. Сучасна ринкова економіка надає нові вимоги до якості продукції, робіт, послуг, від якого в сучасному світі залежить виживання будь-якого підприємства, його стійке положення на ринку товарів та послуг, рівень конкуренції.

Висока якість обслуговування автомобілів корисна для суспільства в цілому, бо сприяє підвищенню надійності автотранспорту, безпеки на дорогах, покращенню екологічного стану різних міст. На формування і роботу системи технічного обслуговування легкових автомобілів індивідуального користування, зручність їх розміщення в містах впливають ряд факторів: екологічні, економічні, містобудівні, соціально-демографічні та природно-кліматичні.

Таблиця 2.

Продажі нових легкових автомобілів за марками, шт. (Україна)

Бренд	2011		2010		2009		Динаміка 2010- 11рр, %
	Продажі, шт.	Частка ринку, %	Продажі, шт.	Частка ринку, %	Продажі, шт.	Частка ринку, %	
ВАЗ (Lada)	29025	12,77	24901	14,41	33826	19,31	16,56
Hyundai	22774	10,02	13848	8,01	13560	7,74	64,46
ZAZ	20380	8,97	14900	8,62	6862	3,92	36,78
Toyota	13731	6,04	10005	5,79	9918	5,66	37,24
Renault	11944	5,26	8529	4,93	3704	2,11	40,04
Chevrolet	11544	5,08	8812	5,1	9455	5,4	31
Skoda	11075	4,87	7476	4,33	6517	3,72	48,14
Volkswagen	10928	4,81	4718	2,73	6306	3,6	131,62
Ford	10825	4,76	7829	4,53	4036	2,3	38,27
Nissan	9935	4,37	5558	3,22	6361	3,63	78,75
KIA	9892	4,35	7294	4,22	7770	4,44	35,62
Mitsubishi	7793	3,43	7784	4,5	8905	5,08	0,12
Daewoo	6674	2,94	3109	1,8	7830	4,47	114,67
Geely	6651	2,93	4098	2,37	4411	2,52	62,3
Chery	4811	2,12	8557	4,95	7752	4,43	-43,78
Peugeot	3383	1,49	1257	0,73	728	0,42	169,13
Honda	3284	1,45	3223	1,86	5520	3,15	1,89
Ssang Yong	2768	1,22	2545	1,47	1196	0,68	8,76
Lexus	1998	0,88	2117	1,22	1464	0,84	-5,62
Suzuki	1835	0,81	1763	1,02	2926	1,67	4,08
Mazda	1820	0,8	2597	1,5	3663	2,09	-29,92
Mercedes-Benz	1796	0,79	1660	0,96	1892	1,08	8,19
BMW	1751	0,77	1362	0,79	948	0,54	28,56
Citroen	1572	0,69	305	0,18	462	0,26	415,41
Audi	1553	0,68	988	0,57	810	0,46	57,19
Subaru	1464	0,64	1764	1,02	2131	1,22	-17,01
Fiat	1455	0,64	904	0,52	1333	0,76	60,95
Opel	1338	0,59	669	0,39	2455	1,4	100
Land Rover	931	0,41	696	0,4	201	0,11	33,76
Seat	924	0,41	515	0,3	1164	0,66	79,42
Інші	11396	5,01	13045	7,55	11059	6,31	-12,64
Всього	227250	100	172828	100	175165	100	

На якості послуг з технічного обслуговування, впливають: рівень організації технологічного процесу застосування інформаційних систем та програмного забезпечення, в тому числі технологічних карт на види робіт з вказаними нормами часу на виконання окремих операцій, переліку потрібних запчастин і матеріалів); технологічне проектування та оснащення підприємства технологічним обладнанням (автоматизація, механізація і комп'ютеризація); кваліфікація працівників усіх категорій; використання деталей (якість запчастин, створення локальної мережі бази даних, своєчасна доставка); методи управління автосервісом; організація маркетингової діяльності; управління фінансовою діяльністю підприємств; правильність планування діяльністю підприємства та ін. [3].

Сучасні економічні умови суттєво змінюють відносини між виробником і споживачем. Тому автосервіс треба розглядати у широкому розумінні — як елемент інфраструктури автомобільного транспорту. Сьогодні автосервіс вважається досить прибутковою галуззю промисловості, за короткий проміжок часу виникли сотні нових підприємств різного профілю. Цьому сприяли два фактори - зростання рівня автомобілізації населення та досить обмежений ринок послуг.

Кожний сучасний легковий автомобіль характеризують наступні параметри: робочий об'єм циліндрів двигуна, кількість провідних колес, тип і призначення кузова. За розміром легкові автомобілі поділяються на класи: А-клас (особливо малий), В-клас (малий), С-клас (малий середній, компактний, гольф-клас), D-клас (середній,) Е-клас (вищий середній, бізнес-клас) [4].

Минулий 2011 рік знаменувався стрімким збільшенням популярності та продажів авто А-класу (в 2,25 рази). Традиційно швидко зростає сегмент люксових і спортивних автомобілів. Значно збільшився обсяг первинних продажів легкових машин С-класу. Даний сегмент сьогодні становить половину продажів на всьому українському авто ринку. Минулого року в Україну було продано 222 250 нових легкових авто. А це означає, що ринок виріс на 35%. Таке зростання було викликане трьома складовими: реальним збільшенням попиту (реальне зростання зарплат громадян склало в 2011-м 8,7%), розвитком кредитно-лізингових програм і досить категоричними запевненнями експертів стрімкого подорожчання автомобілів в майбутньому [2].

Автомобільний ринок показує, що минулий рік був посткризовим. Результат продажів 2011-го - переформатування ринку. Мова йде про зміну як класових, так і брендів уподобань українських покупців. Daewoo Matiz (59% сегмента), завидну динаміку показали також Peugeot 107 (+567%) і Citroen C1 (+3857%). Завдяки агресивному маркетингу і більш привабливими цінами французам вдалося обійти корейських конкурентів KIA Piccanto і Hyundai i10.

Динаміка зростання обсягу продажів авто В-класу скромніше, зате за абсолютними показниками таких машин продається набагато більше. Локомотивом сегмента залишається Chevrolet Aveo, визнана ринком співвідношення між ціною і якістю і широкі можливості персоналізації. Зате друге місце хетчбека Volkswagen Polo говорить про те, що «бєбі- Незважаючи на кризу, СТО як об'єкт ведення бізнесу продовжує залишатися досить рентабельним і привабливим.

Автомобілі С-класу традиційно користуються в Україні найбільшим попитом. У групі іномарок відразу два лідери. У народному сегменті це Hyundai Accent, в умовно преміальному сегменті С-High - Skoda Octavia A5.

Автомобілі вітчизняного складання стабільно демонструють позитивну динаміку продажів. Виняток склали лише «давньоруські» моделі, зняті з виробництва самим Тольятті. Так, зростання продажів за маркою ZAZ склав без малого 37%. Продажі Geely зросли на 62,3%, Ssang Yong - на 8,8%. Ці цифри доводять, що вимоги захистити вітчизняного виробника від іномарок надумані і продукуються для того, щоб провести реконструкцію знаходяться в приватній власності підприємств за рахунок держави і споживачів.

Прагнучи зберегти монополію на внутрішньому ринку, вітчизняні автовиробники зробили все, щоб заблокувати будівництво у нас сучасних заводів світових автоконцернів. В результаті такі підприємства придбали Словенія, Чехія, Туреччина, Росія та Румунія. Зараз до їхнього числа може приєднатися Болгарія. При цьому деякі з перерахованих країн (у першу чергу, Румунія і РФ) націлюють свої заводи в тому числі і на Україну. В таких умовах зведення нових виробничих потужностей у нашій країні позбавлене всякого сенсу, а існуючі підприємства не представляють цінності для іноземних виробників.

Ситуація зміниться на краще, якщо поставити на конвеєрне виробництво цікаві для ринку моделі. У цьому сенсі початок виробництва ZAZ Vida в Запоріжжі виглядає досить сміливим і сильним кроком. Але за умови, що Vida не буде дорожче Aveo. Після зняття з конвеєра «Таврії» найдешевшим автомобілем став доміант А-класу Matiz. Але жоден з українських автовиробників не намагається організувати складання подібних моделей. В якості альтернативи запропоновано ZAZ Forza (локалізована версія Chery A13).

Спостерігається зміна класових і брендів уподобань українських покупців. Швидше ростуть продажі більш якісних і дорогих моделей автомобілів. Це можна було б пояснити розвитком кредитно-лізингових програм, однак у минулому році продаж машин в розстрочку мала частку 11-13% і не грала вирішальну роль. Переважають придбання нового авто в позику з першим внеском у розмірі більше половини вартості машини. Українці стали

більш відповідально ставитися до кредитів. Тому число кредитних покупок з номінальним першим внеском скоротилося. Процес «кредитної докупки» пояснює і брендову переорієнтацію. Так, якщо друге місце Hyundai виглядає логічно - в минулому році корейський виробник представив багато доступних за ціною новинок, то інакше не пояснити четверту позицію марки Toyota, автомобілі якої не можна назвати дешевими. З тих же причин зросли продажі Volkswagen. Серед брендів здивувало падіння продажів дуже популярних у нас авто Lexus (-5,6%), марки Acura (-61,6%), Maserati (-35,7%), Mazda (-29,9%) [5].

Очікування цінової стабільності та збереження слабого економічного зростання дають людям можливість відкладати кошти на покупку нових автомобілів. Мабуть, сама драматична ситуація складеться в «слов'янському» сегменті С-класу, де початок масової збірки Lada Granta витіснить з російського ринку запорізький Chance. Це стане причиною надлишку машин сімейства Lanos в нашій країні. Положення на ньому стане катастрофічним у разі масових поставок Lada Granta на наш ринок.

На основі проведених статистичних досліджень за 2011 рік (зростання попиту на окремі марки автомобілів сьогодні та представленою динамікою продажів в цілому по Україні), можна зробити висновок, що потреба в автосервісі буде зростати. Як наслідок виникає необхідність у створенні додаткових СТО в найближчому майбутньому.

На даний час розвиток мережі підприємств по обслуговуванню і ремонту автомобілів відбувається хаотично, без використання науково-обґрунтованих методів. Розміщення СТО, їх кількість, оснащеність та екологічна безпека не відповідають ні потребам в обслуговуванні, ні забезпеченню комфортного життєвого середовища міст. Необґрунтоване розміщення таких підприємств негативно впливає на формування інфраструктури міста, транспортної мережі на оточуюче середовище. Інтенсифікація виробництва для автосервісу та підвищення його ефективності полягає в удосконаленні управління, прогнозування та планування усіх напрямків діяльності автотранспортного підприємства будь-якої форми власності.

Література

1. Марков О.Д. Станции технического обслуживания автомобилей. - К.: Кондор, 2008. - 536 с.
2. <http://www.autoconsulting.com.ua>.
3. Фастовцев Г.Ф., Сучасний автосервіс. - М.: Знання, 1980. - 64 с.
4. Петруня О.М. Характеристика парку легкового автомобільного транспорту в Україні// Містобудування та територіальне планування. Науково-технічний збірник. – К.: КНУБіА, 2009. – вип. 32 – 516 с.

5. <http://sd.net.ua>.

Аннотация

В статье представлен анализ развития рынка автосервиса в Украине. Был проведен анализ продажи новых легковых автомобилей за марками на территории Украины за 2009-2011 года. Установлены факторы, которые влияют на качества услуг по техническому обслуживанию. Выделены перспективы развития СТО.

Ключевые слова: автосервис, СТО, парк автомобилей, Украина, автозапчасти, динамика, анализ.

Annotation

The paper presents an analysis on marketing development, in the field of auto-service centers in Ukraine. Has been analyzed the sales of light vehicles by brands in the territory of Ukraine for 2009-2011. Are defined the factors, that affect on the quality of manning of technical services. The perspective of development in the field of technical stations for cars is identified.

Keywords: auto-service centers, technical stations, car park, Ukraine, spares, evolution, analysis.