

УДК 338.46

DOI: 10.34670/AR.2025.28.80.020

Зарубежный опыт развития комплекса услуг послепродажного обслуживания автомобилей

Семенов Даниил Александрович

Аспирант,
Казанский кооперативный институт (филиал)
Российский университет кооперации,
420081, Российская Федерация, Казань, ул. Николая Ершова, 58;
e-mail: danil.s.25.10@gmail.com

Аннотация

Статья посвящена теме зарубежного опыта послепродажного обслуживания автомобилей. В статье рассматриваются различные аспекты послепродажного обслуживания иностранных автомобильных компаний. Особое внимание уделяется характерным особенностям сервисного обслуживания таких автомобильных компаний, как BMW, Mercedes-Benz, Toyota и KIA. Акцент сделан на внедрении современных технологий, благодаря которым послепродажное обслуживание становится более качественным и оперативным, а эксплуатация автомобиля – более безопасной и комфортной для клиента. Также в статье рассматривается исследование удовлетворенности качества послепродажного обслуживания, ежегодно проводимое компанией J.D. Power. Проанализированы выводы, сделанные специалистами компании по результатам исследования, и возможность реформирования на их основе процесса послепродажного обслуживания в дилерских центрах. В ходе исследования сделан вывод о том, что иностранные автомобильные компании уделяют огромное внимание послепродажному обслуживанию, внедряют инновационные технологии, позволяющие анализировать техническое состояние автомобиля и передавать информацию специалистам сервисного центра. Также некоторые компании предлагают бесплатное устранение технических неполадок, возникших после окончания срока гарантийного обслуживания. Важными составляющими сервисного обслуживания также являются поддержание высокого уровня квалификации персонала, обеспечению сервисных центров достаточным количеством запасных частей.

Для цитирования в научных исследованиях

Семенов Д.А. Зарубежный опыт развития комплекса услуг послепродажного обслуживания автомобилей // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2025. Том 15. № 1А. С. 211-216. DOI: 10.34670/AR.2025.28.80.020

Ключевые слова

Послепродажное обслуживание, автомобили, зарубежный опыт, сервис, техническое обслуживание.

Введение

Важным фактором, оказывающим влияние на объем спроса на автомобиль, является качество и доступность послепродажного обслуживания. Современные автомобили становятся все более технологичными благодаря установке мультимедийных систем, большого количества камер и датчиков, что делает процесс вождения более комфортным и безопасным, но усложняет самостоятельное техническое обслуживание транспортного средства. Исходя из этого, можно сделать вывод о том, что значимость качества послепродажного обслуживания для потребителей будет только повышаться и будет оказывать значительное влияние на выбор автомобиля.

Основная часть

Компании-автопроизводители уделяют серьезное внимание развитию послепродажного обслуживания. Mercedes-Benz имеет обширную сеть дилерских центров и постоянно поддерживает связь с клиентами. Кроме того, после продажи покупатели лично осматривают транспортное средство, после чего направляют его в авторизованный фирменный сервисный центр для предпродажной проверки. Сотрудники сервисного центра осуществляют настройку автомобиля для комфортной и безопасной эксплуатации, после чего доставляют его покупателю, информируют его об аспектах, которым следует уделить внимание при вождении. Также клиенты получают уведомления о времени следующего технического осмотра. Данный алгоритм работы позволяет обеспечить безопасную эксплуатацию автомобиля, выявить заводской брак до передачи автомобиля покупателю и снизить риск возможных репутационных потерь из-за выявления технических проблем в ходе эксплуатации клиентом.

Немаловажным элементом послепродажного обслуживания является обеспечение сервисных центров запасными частями, для чего необходимо их производство в достаточном количестве и создание международных логистических цепей поставок. На локальных складах компаний хранятся наиболее востребованные запасные части, что позволяет восстановить потребительские свойства автомобиля в кратчайшие сроки. Также необходимые запасные части могут быть доставлены авиатранспортом.

Важной составляющей качественного послепродажного обслуживания является высокий уровень квалификации персонала. Для реализации данной цели компания Mercedes-Benz создала отдел, в обязанности которого входят обучение персонала и постоянное проведение курсов повышения квалификации в различных географических регионах [Ксенофонтова, 2023].

Кроме того, компания Mercedes-Benz предлагает клиентам установку программного обеспечения «Mercedes me Adapter», которое анализирует техническое состояние автомобиля и, при условии получения согласия клиента, передает данные сведения авторизованному дилеру Mercedes-Benz. Приложение заблаговременно сообщит клиенту о необходимости сервисного обслуживания. Кроме того, при возникновении непредвиденной поломки в ходе эксплуатации автомобиля, у владельца есть возможность воспользоваться горячей линией Mercedes-Benz, которая работает круглосуточно. В процессе звонка происходит автоматическая отправка сведений о геолокации и техническом состоянии автомобиля [Mercedes-Benz Autoforum, WWW].

Компания Mercedes-Benz демонстрирует один из самых высоких показателей индекса потребительской лояльности, основанного на опросе владельцев автомобилей данной марки

[Козловский и др., 2021].

В рамках послепродажного обслуживания автомобилей, для клиентов компании BMW AG действует программа технического обслуживания BMW Service Inclusive, которая предполагает бесплатное плановое техническое обслуживание согласно нормативным требованиям, а также индикации на дисплее управления автомобиля, включая все необходимые работы, запасные части и расходные материалы. Программа BMW Service Inclusive действует 4 года с даты приобретения автомобиля или до момента достижения автомобилем пробега 80 000 км.

В автомобилях BMW установлена система «Техническое обслуживание по состоянию». Бортовой компьютер транспортного средства самостоятельно рассчитывает километраж/время, по истечению которого необходимо проведение технического обслуживания и сообщает об этом владельцу автомобиля BMW за 2 000 км или за один месяц до наступления срока [BMW AG, WWW].

Послепродажное обслуживание японских автомобильных компаний соответствует философии «Омотэнаси», которая предполагает гостеприимство и душевный настрой с целью предоставления «экстраординарного» сервиса, опирается на японские национальные традиции и является не просто концепцией работы сферы услуг, а национальной идеей.

Компания Toyota предлагает клиентам программу «7 лет уверенности», которая начинает действовать после истечения гарантийного срока и предполагает устранение неисправностей автомобиля, возникших вследствие производственных недостатков. Также в течение 3 лет действует программа «Помощь на дороге», которая предполагает круглосуточную информационную поддержку и ремонт на месте поломки на безвозмездной основе [Toyota Motor Co., WWW].

Южнокорейский автопроизводитель Kia Motors предлагает клиентам программу Kia Connect, которая позволяет управлять различными функциями автомобиля со смартфона. Кроме того, сервисы, работающие на основе искусственного интеллекта, проводят диагностику технического состояния автомобиля и напоминают о необходимости проведения технического обслуживания [Kia Corporation, WWW].

Американская компания J.D. Power ежегодно проводит исследования удовлетворенности качества послепродажного обслуживания клиентов путем опроса владельцев и арендаторов транспортных средств. По результатам исследования, опубликованного в 2024 году, аналитики компании пришли к следующим выводам:

1. Клиенты ожидают оперативной записи на послепродажное обслуживание. Если покупатели не получают обслуживание в дилерских центрах в желаемый срок, они все чаще предпочитают обращаться в сторонние сервисные центры (35% клиентов в массовом сегменте предпочитают сервисные центры дилерским из-за возможности получить необходимые услуги в кратчайшие сроки). Для 34% покупателей решающим фактором при выборе становится более низкая стоимость. Для большинства клиентов, пользующихся услугами неофициальных сервисов технического обслуживания автомобиля ключевую роль играет более удобное расположение.

2. Использование современных информационно-телекоммуникационных технологий повышает качество послепродажного обслуживания. По данным опросов, проведенных J.D. Power, 68% процентов клиентов предпочитают получение информации о ходе обслуживания автомобиля путем текстовых сообщений в мессенджерах или СМС. Кроме того, направление специалистом по техническому обслуживанию автомобиля фотографий и видеозаписей, отражающих ход диагностики транспортного средства, значительно повышает уровень

удовлетворенности клиента качеством обслуживания [J.D. Power, 2024].

Из вышеизложенного следует, что срок послепродажного обслуживания, а также удобство расположения дилерского центра, играют важную роль для клиентов [Автомаркетолог, WWW]. Создание большого количества дилерских центров послепродажного обслуживания с целью конкуренции с неофициальными сервисными центрами за покупателей, предпочитающих последние из-за удобного расположения, может быть нецелесообразным с точки зрения рентабельности. Возможным способом повышения конкурентоспособности дилерских центров может стать сокращение времени записи клиентов на послепродажное обслуживание путем увеличения числа сотрудников, осуществляющих послепродажное обслуживание.

Сокращению времени проведения сервисного обслуживания может способствовать его автоматизация с использованием камер видеонаблюдения, интегрированных в комплекс программных средств, которые позволят распознавать регистрационный знак транспортного средства, поступившего на техническое обслуживание, осуществлять поиск информации по данному автомобилю в базе данных сервисного центра и передавать ее сотрудникам, что будет способствовать более оперативному техническому обслуживанию [Толкачева и др., 2021].

Использование современных технологий при проведении послепродажного обслуживания и взаимодействии с клиентами повышает уровень их лояльности. В связи с этим, необходимо взаимодействовать с клиентами посредством мессенджеров, сократив количество звонков или исключив их. Также важно предоставлять клиенту полную информацию о ходе сервисного обслуживания, выявленных технических неполадках, направляя фотографии и видеозаписи осмотра автомобиля, что повысит уровень доверия клиента дилерскому центру.

Заключение

Таким образом, зарубежные компании придают важное значение послепродажному обслуживанию автомобилей. На автомобилях BMW, Mercedes-Benz и KIA устанавливается программное обеспечение, которое позволяет анализировать техническое состояние автомобиля и предупреждать владельца о возникших неисправностях, а также напоминать о необходимости проведения планового технического обслуживания. Компания Toyota предлагает клиентам программу устранения неисправностей, проявившихся после окончания срока гарантийного обслуживания. Также Toyota, Mercedes-Benz гарантируют оперативную помощь в решении технических проблем, возникших в ходе эксплуатации автомобиля, в том числе, ремонт автомобиля на месте поломки на безвозмездной основе. Кроме того, взаимодействие с клиентами осуществляется с использованием мобильных приложений, в ходе проведения послепродажного обслуживания клиент оперативно получает всю необходимую информацию, в том числе, фотографии и видеозаписи, что повышает уровень осведомленности владельца и ходе сервисного обслуживания.

Библиография

1. Козловский В.Н., Благовещенский Д.И., Шахов Н.Р., Айдаров Д.В. Эффективная дилерская сеть как ключевой фактор обеспечения качества процессов продажи и послепродажного обслуживания автомобилей // Известия ТулГУ. Технические науки. 2021. №4. С. 241–250.
2. Ксенофونتова Т. Ю. Обзор новых маркетинговых инструментов по удержанию лидерства на рынке на примере конкретного бренда // Инновации и инвестиции. 2023. №6. С. 72–75.
3. Толкачева Е.С., Леонов С.С., Гляделов Д.С., Рагозина М.А. Особенности использования информационных технологий в организациях // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. 2021. Т. 2. С. 1012–1013.

4. Официальный сайт Mercedes-Benz Автофорум Москва [Электронный ресурс] // URL: <https://sales.mercedes-autoforum.ru/service-and-accessories/mercedes-me/connect/>.
5. Официальный сайт BMW AG [Электронный ресурс] // URL: https://www.bmw.ru/ru/topics/offers-and-services/current_offers/service-inclusive.
6. Омотэнаси // Википедия. [Электронный ресурс] URL: <https://ru.wikipedia.org/?curid=5670685&oldid=140171104>.
7. Официальный сайт Toyota Motor Co. [Электронный ресурс] // URL: <https://www.toyota.ru/>.
8. Официальный сайт Kia Corporation [Электронный ресурс] URL: <https://www.kia.ru/service/kiacconnect/>.
9. Официальный сайт J.D. Power and Associates [Электронный ресурс] URL: <https://www.jdpower.com/business/press-releases/2024-us-customer-service-index-csi-study>.
10. «Влияние времени ожидания на удовлетворенность клиентов» [Электронный ресурс] // Официальный сайт Автомаркетолог. URL: <https://automarketolog.ru/vliyanie-vremeni-ozhidaniya-na-udovletvorennost-klientov/>.

International Experience in Developing Automotive After-Sales Service Systems

Daniil A. Semenov

Postgraduate Student,
Kazan Cooperative Institute (Branch),
Russian University of Cooperation,
420081, 58 Nikolai Ershov str., Kazan, Russian Federation;
e-mail: danil.s.25.10@gmail.com

Abstract

This article examines international practices in automotive after-sales service. The study analyzes various aspects of after-sales service systems implemented by foreign automotive companies, with particular focus on the distinctive service features of BMW, Mercedes-Benz, Toyota, and KIA. Special attention is given to the implementation of modern technologies that enhance service quality and efficiency while improving vehicle safety and customer comfort. The research incorporates findings from J.D. Power's annual customer satisfaction surveys on after-sales service quality, analyzing experts' conclusions and their potential for reforming service center operations. The study reveals that international automakers prioritize after-sales service by introducing innovative technologies for vehicle diagnostics and real-time data transmission to service centers. Some manufacturers even offer complimentary repairs for post-warranty technical issues. Additional critical success factors include maintaining highly qualified personnel and ensuring adequate spare parts availability at service centers.

For citation

Semenov, D.A. (2025). Zarubezhnyy opyt razvitiya kompleksa uslug posleprodazhnogo obsluzhivaniya avtomobiley [International experience in developing automotive after-sales service systems]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 15 (1A), pp. 211-216. DOI: 10.34670/AR.2025.28.80.020

Keywords

After-sales service, automobiles, international experience, vehicle servicing, maintenance

References

1. Kozlovskiy V.N., Blagoveshchenskiy D.I., Shakhov N.R., Aidarov D.V. Effective dealer network as a key factor in ensuring the quality of car sales and after-sales service processes // News of TulSU. Technical sciences. 2021. No. 4. pp. 241-250.
2. Ksenofontova T. Y. Review of new marketing tools for maintaining market leadership using the example of a specific brand // Innovations and investments. 2023. No. 6. pp. 72-75.
3. Tolkacheva E.S., Leonov S.S., Glyadelov D.S., Ragozina M.A. Features of the use of information technologies in organizations // Actual problems of aviation and cosmonautics. 2021. Vol. 2. pp. 1012-1013.
4. Official website of Mercedes-Benz Auto Forum Moscow [Electronic resource] // URL: <https://sales.mercedes-autoforum.ru/service-and-accessories/mercedes-me/connect/>.
5. Official BMW AG website [Electronic resource] // URL: https://www.bmw.ru/ru/topics/offers-and-services/current_offers/service-inclusive.
6. Omotenashi // Wikipedia. [Electronic resource] URL: <https://ru.wikipedia.org/?curid=5670685&oldid=140171104>
7. Official website of Toyota Motor Co. [Electronic resource] // URL: <https://www.toyota.ru/>.
8. Official website of Kia Corporation [Electronic resource] URL: <https://www.kia.ru/service/kiaconnect/>.
9. The official website of J.D. Power and Associates [Electronic resource] URL: <https://www.jdpower.com/business/press-releases/2024-us-customer-service-index-csi-study>.
10. "The impact of waiting time on customer satisfaction" [Electronic resource] // Official website of the Automarketologist. URL: <https://automarketolog.ru/vliyanie-vremeni-ozhidaniya-na-udovletvorennost-klientov/>.