

Paziņojums medijiem  
Ceturtdiena, 2012.gada 23.augusts

## **Pētījums: Auto remontu darbu kvalitāte, cena un personīgā attieksme ir noteicošie kritēriji, izvēloties auto servisu**

**Remonta darbu kvalitāti par svarīgu izvēles faktoru ir atzinuši 93% no autobraucējiem, bet remonta pakalpojumu izmaksas ir nozīmīgas 82% autobraucēju, savukārt kopumā 79% no visiem autobraucējiem visaugstāk vērtē auto servisu personīgo attieksmi, bet 77% svarīgs auto servisa izvēles faktors ir komunikācija ar klientu, izskaidrojot veiktos remonta darbus un to nepieciešamību, liecina *Wolk after sales experts GmbH* konsultanta Krišjāņa Āboltiņa veiktā Latvijas autobraucēju aptauja.**

Aptaujā arī noskaidrots, ka tikai 15% respondentu, pirms auto servisa izvēles, ļoti svarīgi ir veikt piedāvājumu izpēti un cenu salīdzināšanu, bet nedaudz vairāk (16%) aptaujāto ir atzinuši, ka cenu izpētes kritērijs ir nesvarīgs, bet 20% autobraucēju par ļoti svarīgu faktoru atzinuši citu ieteikumus un rekomendācijas. Vien 3% atzīst, ka noteicošākais auto servisa izvēlē ir bijusi reklāma medijos, dažādām servisa akcijām un cenu atlaidēm kā svarīgākajam izvēli ietekmējošam faktoram uzmanību pievērš 13% aptaujāto. Auto servisa attālumu kā ļoti svarīgu faktoru ir novērtējuši tikai 18% no aptaujātajiem, bet 34% autobraucēju atzīst, ka noteicošā nozīme ir iespējai nekavējoties saņemt nepieciešamos servisa pakalpojumus.

Veiktā aptauja arī liecina, ka 19% respondentu remonta darbus savai automašīnai visbiežāk veic pašu spēkiem, 20% izmanto radu vai paziņu palīdzību, 27% pārsvarā izmanto kādu no neatkarīgajām remonta darbnīcām, 20% - tikai neatkarīgās remonta darbnīcas, bet 14% savus spēkratus remontē auto ražotāja autorizētā servisā.

33% Latvijas autobraucēju transportlīdzekļa remonta pakalpojumus izmanto divas reizes gadā, 23% - trīs reizes gadā, 8% respondentu norāda, ka remonta pakalpojumi ir nepieciešami retāk kā vienu reizi gadā, bet 10% autobraucēju savu spēkratu tehniski aprūpē biežāk nekā 5 reizes gadā.

Lielākā daļa jeb 43% ir atzinuši, ka nākotnē neplāno samazināt auto remonta izmaksas.

„Vēsturiski daudzi auto dīleri pēcpārdošanas tirgu attīstījuši tikai kā atbalstu automobiļu pārdošanai, taču pēdējos gados, mainoties ekonomiskai situācijai, notiek nozares uzņēmumu prioritāšu maiņa un pārorientēšanās no automobiļu tirdzniecības uz automobiļu pēcpārdošanas pakalpojumu sniegšanu. Rietumeiropā automobiļu dīleri no pēcpārdošanas aktivitātēm iegūst aptuveni 20% no apgrozījuma, bet aptuveni 60% - no kopējās uzņēmumu peļņas.

Pašreiz Latvijā dominē neatkarīgais pēcpārdošanas tirgus, jo 93% no visām automobiļu remontu darbnīcām ir neatkarīgās, piemēram, salīdzinoši Vācijā, kas ir Eiropas automobiļu

nozares citadele, neatkarīgās remonta darbnīcas ir vien 56%. Jāņem vērā, ka Rietumeiropā augstu remonta darbu kvalitāti nodrošina auto servisu koncepti – ķēdes. Latvijā, atšķirībā no Rietumeiropas, nav attīstīti servisu koncepti, tikai neliels skaits no visām neatkarīgajām auto remonta darbnīcām iekļaujas kādā no servisu konceptiem, piemēram, *Bosch Car Service*. Domāju, ka Latvijā ir lielas iespējas attīstīties gan neatkarīgajiem servisu konceptiem, gan autorizētiem servisu tīkliem, nodrošinot autobraucējus ar kvalitatīviem pakalpojumiem un rezerves daļām”, automobiļu pēcpārdošanas tirgus tendences skaidro *Wolk after sales experts* GmbH konsultants Krišjānis Āboltiņš.

LPAA viceprezidents Ingus Rūtiņš: „Šīs aptaujas rezultāti ir svarīgs signāls auto servisu īpašniekiem, jo visbiežāk servisā nenotiek elementāra komunikācija ar klientu – netiek izskaidrots, kas viņa automobilim ir remontēts, kāpēc un cik tas maksā. Virsbūvju remonta uzņēmumu sertifikācijas ietvaros, sniedzot konsultācijas auto remonta uzņēmumu pārstāvjiem, nākas secināt, ka lielai daļai joprojām aktuāla ir kvalitātes kontroles sistēmas izveide, rēķina saskaņošana ar darba pasūtījumu, automobiļu pieņemšanas un nodošanas kārtības pareiza ievērošana un daudzi citi jautājumi, kas patērētājam atvieglotu izpratni par kvalitatīvu pakalpojumu un tā cenu.”.

Pētījumā tika aptaujāti 728 Latvijas autobraucēji: 348 sievietes un 380 vīrieši, respondentu vidējais vecums – 39,8 gadi. No visiem aptaujātajiem 69% dzīvo pilsētās, bet 31% - lauku reģionos, t.i., 48% dzīvo Rīgā, 16% - Zemgalē, 8% - Latgalē, 15% - Kurzemē un 13% - Vidzemē.

*Wolk after sales experts GmbH..ir Eiropas automobiļu pēcpārdošanas tirgus konsultāciju un izpētes uzņēmums. Wolk after sales experts svarīgākās Eiropas aktivitātes ir pētījumi Car aftermarket in Europe (35 Eiropas valstīs) un Garage service concepts in the European car aftermarket, kā arī rezerves daļu kalkulatora izveide (instruments nacionālo/reģionālo rezerves daļu tirgus apjomu aprēķināšanai), auto nozares uzņēmumu adresu datu bāzes izveide un uzturēšana, stratēģijas semināri "Nākotnes orientācija mainīgajā pēcpārdošanas tirgū" (vairumtirgotājiem, servisu/konceptu ķēdēm, auto dīleriem).*

Sagatavoja:  
**Zane Rone**  
Projektu vadītāja  
Latvijas Pilnvaroto Autotirgotāju Asociācija  
Tālrunis: 67529979  
e-pasts: zane@lpaa.lv  
www.lpaa.lv

Sagatavoja:  
**Krišjānis Āboltiņš**  
Wolk after sales experts GmbH  
Technologie Park  
Friedrich-Ebert-Strasse  
D 51429 Bergisch Gladbach  
Germany  
Tel.: +49 (2204) 8425-36  
Fax: +49 (2204) 8425-39  
krisjanis.aboltins@wolk-aftersales.de  
http://www.wolk-aftersales.com  
District Court Cologne, HRB 66105