

Методологія визначення категорії дилерського підприємства

Розроблені стандарти дилерського підприємства з урахуванням основних видів їхньої діяльності. Запропонована методика визначення категорії автомобільного дилера за параметрами відповідності стандарту.

Ключові слова: дистриб'ютор, дилер, стандарт, категорія, діяльність.

Постановка проблеми. На автомобільному ринку України функціонують такі основні типи посередницьких формувань: дистриб'ютори, дилери, субдилери, агенти, кожен з яких вирішує чітко окреслене коло завдань. Так, дистриб'ютори, прагнучи охопити якомога більшу кількість споживачів, створюють власну дилерську мережу, чітко розподіляючи зону відповідальності дилерів за географічно-регіональним принципом. Дистриб'ютори намагаються уникнути будь-яких ризиків, які можуть призвести до банкрутства дилера, оскільки це спричиняє втрату дистриб'ютором своїх позицій у даному регіоні, що в подальшому знижує його конкурентоспроможність. У свою чергу, виробники вкладають значні кошти у технології, які посилюють зв'язки між ними, дистриб'юторами та іншими посередниками [1].

Дилери автомобільного ринку свою діяльність здійснюють за багатьма видами економічної діяльності (КВЕД), основними з яких є торгівля новими автомобілями, торгівля запасними частинами та автомобільним приладдям, надання послуг з технічного обслуговування та ремонту транспортних засобів. Особливість дилерських мереж, створених дистриб'юторськими компаніями, полягає у тому, що на цих підприємствах застосовуються єдині економічні, організаційні, правові, технологічні засади.

Залежно від того, який перелік завдань з просування товарів і послуг здатен вирішувати той чи інший дилер, дистриб'ютор може присвоїти йому відповідну категорію, що позначається, зрештою, на розмірі дилерської винагороди. Присвоєння категорій дилерам має на меті вирішення кількох задач, а саме: запровадження єдиного стандарту дистриб'ютора в усій дилерській мережі задля втілення єдиної маркетингової стратегії та зайняття відповідного сегменту ринку, визначення розміру винагороди дилерам за реалізацію автомобілів залежно від якості й повноти дотримання дилерських стандартів, стимулювання дилерів до досягнення стандартів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Наукові джерела містять відносно невелику кількість публікацій, присвячених особливостям діяльності автомобільних дилерів. Дослідження В. В. Волгіна, В. П. Бичкова, Н. В. Пеньшина, С. О. Солнцева, В. В. Стадніченка охоплюють широке коло питань, пов'язаних з функціонуванням основних підрозділів дилерів, однак у їхніх працях не пропонується реальної методики визначення категорії дилера для оцінки дистриб'ютором стану готовності дилера до просування продукції на регіональному ринку та втілення політики дистриб'ютора, стану ресурсної бази дилера, а також для визначення розміру винагороди дилеру.

Формулювання цілей статті. Метою даної статті є розроблення методичних підходів і пропонування організаторам дилерських мереж реальної методики

Прицюк Людмила Анатоліївна, аспірант Львівської комерційної академії, завідувач відділу науково-пошукової роботи, інноваційних технологій та зовнішніх зв'язків Вінницького кооперативного інституту.

© Л. А. Прицюк, 2011

визначення категорії дилера. Проблема визначення і присвоєння категорії дилерам може бути вирішена шляхом розроблення і запровадження відповідних параметрів оцінки дилерського підприємства на основі уніфікованого стандарту, який включає в себе специфічні вимоги до основних напрямів діяльності дилера.

Викладення основного матеріалу дослідження з обґрунтуванням одержаних результатів. У процесі створення дилерської мережі категорія дилера визначається дистриб'ютором шляхом аналізу відповідності того чи іншого підприємства дилерському стандарту. Як правило, стандарт включає в себе групу спеціальних вимог до кожного напрямку діяльності дилера та надає можливість оцінити відповідність кожного з них зазначеним вимогам.

Шляхом анкетного опитування автодилерів Подільського регіону нами визначено перелік вимог, які висувуються дистриб'юторськими компаніями до дилерських підприємств. Ці результати покладені в основу запропонованої нами методики оцінки дилерського підприємства на основі уніфікованого стандарту. Оцінка дилера на предмет відповідності зазначеним стандартам із присвоєнням певної кількості балів зводиться до визначення підсумкового коефіцієнта відповідності дилера зі значеннями від 0 до 1.

Після досягнення переважною більшістю підприємств дилерської мережі основних параметрів, які відповідають встановленому дистриб'юторською компанією стандарту дилера, категорії дилерським підприємствам можуть надаватися залежно від ефективності роботи, основними критеріями оцінки якої лишаються обсяги реалізації автомобілів, обсяги реалізації запасних частин та обсяги послуг із гарантійного і після-гарантійного обслуговування автомобілів та їхнього ремонту. Категорія визначається з обов'язковим урахуванням якості роботи дилера.

Після оцінки актуальності складових анкетування нами запропонований деталізований перелік вимог для включення їх до стандартів оцінки дилера (таблиці 1, 2, 3, 4) та алгоритм оцінки дилерів з присвоєнням їм відповідної категорії. Беручи до уваги, що вимоги дистриб'юторів до дилерських підприємств стосуються як реалізації автомобілів, так і сервісу та реалізації запчастин, складення цих вимог найбільш доцільно здійснювати як у цілому, так і за напрямками роботи дилера. Такий підхід дозволяє конкретизувати вимоги до дилера за відповідним напрямком діяльності.

З урахуванням результатів зазначеного вище опитування для автомобільних дилерів нами запропоновано використання таких стандартів:

1. Стандарт оцінки дилера щодо організації дилерського підприємства.
2. Стандарт оцінки дилера щодо реалізації автомобілів.
3. Стандарт оцінки дилера щодо гарантійного та сервісного обслуговування автомобілів.
4. Стандарт оцінки дилера щодо реалізації запасних частин до автомобілів.

Створюючи власну дилерську мережу або включаючи до її структури вже існуючі підприємства, дистриб'ютори керуються переліком мінімально необхідних організаційних параметрів, яким повинне відповідати дилерське підприємство. Для входження в дилерську мережу організація кожного з підприємств повинна відповідати уніфікованим стандартам дистриб'ютора, що обумовлено потребою в управлінні, оперативному обміні інформацією, запровадженні оптимальних логістичних схем. Окрім того, дистриб'юторські компанії вибудовують власну стратегію розвитку, що потребує чіткого розуміння як наявних потужностей дилерської мережі у кожному регіоні, так і можливості її розвитку в перспективі.

Задача уніфікації організації дилерських підприємств вирішується шляхом запровадження відповідного стандарту, яким визначається наявність планів розвитку, порядок обробки інформації, рівень інформаційних технологій, політика підбору персоналу та підвищення його кваліфікації. Оцінка рівня організації дилерського

ЧАСТИНА 2 НАУКОВІ ПОВІДОМЛЕННЯ

підприємства на предмет відповідності стандарту дає можливість дистриб'ютору визначити готовність кожного з підприємств щодо включення його до складу дилерської мережі. Запропонований нами стандарт оцінки дилера щодо організації дилерського підприємства наведено у таблиці 1.

Таблиця 1 – Стандарт оцінки дилера щодо організації дилерського підприємства

Складові стандарту	Вимоги щодо дотримання стандарту	Кількість балів
Розвиток підприємства	Наявність та дотримання плану розвитку підприємства (технічне переозброєння, ремонт, реконструкція, будівництво, розвиток власної мережі автосалонів, торгових майданчиків і сервісних центрів)	5
Обробка інформації та виконавча дисципліна	Наявність власної Web-сторінки	1
	Обробка телефонних дзвінків клієнтів упродовж робочого дня*	1
	Обробка письмових запитів клієнтів упродовж трьох днів*	1
	Лояльність до споживачів: відсутність скарг, спорів, у т.ч. судових*	1
Інформаційні технології	Дотримання умов дилерських договорів щодо продажу автомобілів, реалізації запчастин, підтримання гарантії*	1
	Забезпечення інформаційної безпеки	1
	Сумісність комп'ютерної техніки дилера з інформаційною системою дистриб'юторської компанії*	1
Розвиток персоналу	Використання рекомендованих дистриб'ютором програмних продуктів*	1
	Політика підбору персоналу за кваліфікаційними вимогами	1
	Інтенсивність навчання персоналу і підвищення його кваліфікації	1
	Наявність власного навчального центру та порядок його роботи	2
Сумарна максимальна кількість балів		18

* Вимоги, обов'язкові для виконання

Пропонований нами Стандарт оцінки дилера щодо реалізації автомобілів включає у себе перелік вимог дистриб'ютора до якості організації продажу автомобілів. Найголовнішими з-поміж них є вимоги дистриб'ютора до пристосованого і відповідно обладнаного приміщення автосалону необхідних розмірів, оформлення екстер'єрів і інтер'єрів та реклами з дотриманням відповідної кольорової гами, належного використання товарних знаків, шрифтів написів тощо, організація робочих місць персоналу з мінімально необхідним переліком обладнання, організація зовнішнього виставкового майданчика.

Серед інших вимог до автосалонів, на наш погляд, важливими повинні бути такі складові: наявність складів-накопичувачів для зберігання товарних запасів, місць для паркування автомобілів клієнтів, зручної для покупців зони відпочинку й очікування, використання поліграфічної продукції та інших видів носіїв інформації і реклами.

Після максимального наближення дилера до створення вищезазначених передумов якісної роботи дистриб'ютор акцентує свою увагу на чіткому дотриманні процедури продажу автомобілів, рівні кваліфікації персоналу, своєчасному і повному обміні інформацією щодо реалізації автомобілів.

Наступний етап здійснення даного комплексу робіт з впровадження запропонованих нами стандартів повинен передбачати здійснення дистриб'ютором періодичних перевірок щодо дотримання зазначених вище вимог та поточного контролю за ефективністю роботи дилера.

Кінцевим результатом запровадження стандарту оцінки дилера щодо реалізації автомобілів має бути визначення ступеня відповідності дилера таким стандартам та підрахунок розміру винагороди дилеру за реалізацію автомобілів. Запропонований нами Стандарт оцінки дилера щодо реалізації автомобілів наведено в таблиці 2.

Зважаючи на те, що специфіка реалізації автомобілів полягає у підтриманні

гарантійних зобов'язань продавця на реалізовану продукцію обумовленої виробниками необхідності періодичного технічного обслуговування автомобілів, підтриманні гарантії, дистриб'юторські компанії зацікавлені в організації якісного сервісу, дотриманні дилерами вимог виробника щодо обслуговування і ремонту автомобілів. До найважливіших вимог стандарту необхідно віднести наявність відповідно обладнаного приміщення необхідних розмірів, оснащення його сучасним обладнанням і приладами, наявність спеціального інструменту та кваліфікованого персоналу з сервісу [2].

Таблиця 2 – Стандарт оцінки дилера щодо реалізації автомобілів

Складові стандарту	Вимоги щодо дотримання стандарту	Кількість балів
Автосалон	Наявність приміщення (будівлі) автосалону чи торгового майданчика, площа, висота приміщень*	2
	Відповідність вимогам ідентифікації марок і моделей автомобілів	1
	Відповідність вимогам законодавства (наявність правовстановлюючих документів, дозволів)*	1
Експонування автомобілів	Наявність облаштованого місця очікування і відпочинку клієнтів, куточка покупця, кафе, пункту оплати (відділення банку)*	1
	Вимоги до розташування автомобілів	1
	Вимоги до внутрішнього та зовнішнього стану	1
Інформаційно-рекламні матеріали і засоби	Вимоги до оформлення екстер'єру, цінників	1
	Наявність каталогів, брошур, буклетів, доступність їхнього отримання споживачами	1
Умови для автомобілів клієнтів	Наявність елементів зовнішньої реклами та ідентифікації (вивіски, лайт-бокси, пілони, прапори тощо)*	2
	Наявність окремого місця для паркування автомобілів клієнтів із твердим покриттям	1
Елементи ідентифікації та стилю	Дотримання вимог ідентифікації дилера під час оформлення фасаду, торгового майданчика, внутрішніх приміщень*	2
Персонал	Визначення кількісного й якісного складу працівників	1
	Визначення рівня кваліфікації і підготовки персоналу	1
Дотримання вимог дистриб'ютора під час продажу автомобілів	Дотримання процедур продажу, порядку надання заявок на постачання автомобілів*	1
	Своєчасне подання звітів щодо продажу*	1
	Своєчасний перерахунок коштів покупцями*	1
Зберігання і приймання автомобілів	Наявність площі для розвантаження автовозів	1
	Дотримання процедур приймання-передачі товарних автомобілів*	1
	Наявність площі для зберігання нормативної кількості товарів*	1
План продажу автомобілів	Захист і охорона місць зберігання товарних автомобілів*	1
	Виконання планів реалізації автомобілів, встановлених дистриб'юторською компанією	5
Сумарна максимальна кількість балів		29

* Вимоги, обов'язкові для виконання

До стандартних вимог також доцільно віднести: облаштування зони приймання замовлень, місць для паркування автомобілів клієнтів, зони відпочинку і очікування клієнтів. Окремий блок вимог повинен стосуватися організації роботи гарантійної служби, яка б забезпечувала чітке дотримання процедур гарантії.

Кінцевим результатом запровадження стандарту оцінки дилера щодо гарантійного та сервісного обслуговування має бути можливість визначення ступеня відповідності дилера таким стандартам та додатковою складовою - можливість розрахунку розміру винагороди дилеру. Запропонований нами Стандарт оцінки дилера щодо гарантійного та сервісного обслуговування автомобілів наведено в таблиці 3.

Експлуатація автомобілів пов'язана з необхідністю поставок відповідних запчастин і матеріалів, що використовуються в обслуговуванні й ремонті автомобілів, тому

ЧАСТИНА 2 НАУКОВІ ПОВІДОМЛЕННЯ

дистриб'юторські компанії зацікавлені у дотриманні дилерами вимог щодо своєчасного і повного задоволення попиту на запчастини до автомобілів.

Таблиця 3 – Стандарт оцінки дилера щодо гарантійного та сервісного обслуговування

Складові стандарту	Вимоги щодо дотримання стандарту	Кількість балів
Станція технічного обслуговування (СТО)	Наявність мийки	1
	Наявність будівлі і обладнаних приміщень для спеціалізованого ремонту, площа, висота приміщень, комунікації*	5
	Наявність поста діагностики автомобілів	1
	Наявність побутових приміщень для працівників	1
	Наявність зони приймання клієнтів (стола замовлень)*	2
	Наявність облаштованого місця очікування і відпочинку клієнтів, куточка покупця, кафе, пункту оплати (відділення банку)*	1
	Наявність окремого місця для паркування автомобілів клієнтів із твердим покриттям	1
Забезпечення СТО обладнанням, інструментом	Рівень укомплектування СТО спеціалізованим обладнанням, приладами, спеціалізованим інструментом, оргтехнікою, програмними продуктами*	5
Організація роботи гарантійної служби	Наявність законодавчої та нормативно-технічної документації щодо гарантії	1
	Оформлення документації щодо гарантійного обслуговування і ремонту*	1
	Подання звітів щодо гарантійного ремонту*	1
	Випадки відхилень дистриб'ютором заявок на компенсацію за гарантійний ремонт	1
	Відсутність скарг клієнтів на роботу служби гарантії	1
	Визначення кількісного та якісного складу працівників служби гарантії	1
	Дотримання порядку утилізації рекламаних запчастин*	1
Організація роботи СТО	Наявність законодавчої та нормативно-технічної документації	1
	Оформлення документації на виконання робіт*	1
	Відсутність скарг клієнтів на роботу СТО	1
	Визначення кількісного та якісного складу працівників СТО	1
Сумарна максимальна кількість балів		28

* Вимоги, обов'язкові для виконання

Можливість визначення готовності дилерів дотримуватись усіх вимог дистриб'юторської компанії у даному аспекті має бути забезпечена в Стандарті оцінки дилера щодо реалізації запчастин.

Найважливішими вимогами такого Стандарту є наявність відповідно обладнаного складського приміщення необхідного розміру, робочих місць для персоналу, в першу чергу – фахівців, безпосередньо зайнятих реалізацією запчастин клієнтам.

До стандартних вимог також входить наявність затвердженої дистриб'ютором системи складського обліку, дотримання процедури подачі заявок на поставку запчастин та їхню реалізацію. Окремо дистриб'ютором відслідковується дотримання дилерами цінової політики.

Кінцевим результатом запровадження Стандарту оцінки дилера щодо реалізації запчастин має бути можливість визначення ступеня відповідності дилера таким стандартам та додатковою складовою – можливістю розрахунку розміру винагороди дилеру. Запропонований нами Стандарт оцінки дилера щодо реалізації запчастин наведено в таблиці 4.

З урахуванням запровадження запропонованих автором Стандартів зведена оцінка дилера на предмет відповідності вищезазначеним стандартам із присвоєнням певної

кількості балів має зводитися до визначення підсумкового коефіцієнта відповідності дилера (Квд) зі значенням від 0,5 до 1.

Таблиця 4 – Стандарт оцінки дилера щодо реалізації запасних частин

Складові стандарту	Вимоги щодо дотримання стандарту	Кількість балів
Місця реалізації запасних частин	Експозиція запасних частин до окремих марок на закріплених за ними стелажах	1
	Наявність обладнаного приміщення або робочого місця фахівця з продажу запчастин*	2
	Наявність системи попереднього замовлення	1
	Наявність каталогів запчастин в електронному вигляді*	1
Склад запасних частин	Наявність складу для зберігання нормативного та максимального запасу запчастин, площа, висота приміщень*	1
	Наявність спеціалізованого складського обладнання	1
	Дотримання вимог зберігання товарів*	1
	Наявність комп'ютерної та оргтехніки	1
	Дотримання порядку адресного зберігання запчастин та складського обліку	1
Персонал служби реалізації запасних частин	Визначення кількісного та якісного складу працівників служби реалізації запасних частин	1
Дотримання вимог дистриб'ютора під час реалізації запасних частин	Дотримання цінової політики дистриб'ютора у взаємовідносинах з оптовими покупцями та покупцями в роздрібній торгівлі*	1
	Виконання обмежень дистриб'ютора на реалізацію неоригінальних запчастин	1
Плани закупівлі і реалізації запасних частин, розрахунки	Дотримання форм і строків подання заявок на поставку запчастин*	1
	Виконання плану закупівлі запчастин*	5
	Виконання плану реалізації запчастин	5
	Відсутність дебіторської заборгованості*	1
Сумарна максимальна кількість балів		25

* Вимоги, обов'язкові для виконання

Визначення підсумкового коефіцієнта відповідності дилера Квд:

$$K_{\omega} = \frac{K_o + K_d}{100},$$

де K_o – сумарна кількість балів за виконання обов'язкових вимог стандарту;

K_d – сумарна кількість балів за виконання додаткових вимог стандарту.

Слід зазначити, що недотримання дилером вимог стандартів, які в системі збуту продукції певного товаровиробника мають бути обов'язковими до виконання, стримує й ускладнює просування товарів і послуг на ринку, тому під час створення і задля подальшої ефективної роботи дилерської мережі доцільно забезпечувати суворий контроль дистриб'ютора за дотриманням дилерами вимог, які включені до стандарту.

Таким чином, значення підсумкового коефіцієнта відповідності дилера (Квд) не може бути меншим за 0,5 (таблиця 5).

Підсумковий коефіцієнт відповідності дилера доцільно також застосовувати безпосередньо для визначення розміру дилерської винагороди за реалізацію автомобілів:

$$B_d = B_{\max} * K_{\omega}$$

де: B_{\max} – максимальний розмір дилерської винагороди, визначений дистриб'ютором;

K_{ω} – підсумковий коефіцієнта відповідності дилера.

Таблиця 5 – Визначення категорії дилера за параметрами відповідності стандарту

Показник	Значення Квд	Категорія дилера
Підсумковий коефіцієнт відповідності дилера	від 0,5 до 0,65	3
	від 0,65 до 0,8	2
	від 0,8 до 1,0	1

За умови систематичних перевірок дилерських підприємств щодо дотримання відповідності стандартів, у дистриб'ютора з'являється можливість визначати та фіксувати розмір дилерської винагороди за реалізацію автомобілів між черговими перевірками. Однак, запропонована методика не виключає незначної похибки, оскільки «знання, компетенція та психологічні особливості різних експертів можуть відрізнитись» [4].

Висновки. Запровадження запропонованих стандартів та застосування градації дилерів за категоріями з одного боку може бути використане як організаційний механізм впорядкування і регулювання взаємозв'язків дистриб'ютора і дилера, з іншого слугуватиме дистриб'ютору параметром для визначення розміру дилерської винагороди.

Після досягнення переважною більшістю підприємств дилерської мережі основних параметрів, які відповідають встановленому дистриб'юторською компанією стандарту дилера, категорії дилерським підприємствам можуть надаватись в залежності від ефективності роботи, основним критерієм оцінки якої є обсяги реалізації автомобілів, обсяги реалізації запасних частин та обсяги послуг з гарантійного та післягарантійного обслуговування автомобілів і їхнього ремонту. Категорію доцільно визначати з обов'язковим урахуванням якості роботи дилера.

1. *Маркетинг і менеджмент інноваційного розвитку* : монографія ; за заг. ред. д.е.н., проф. С. М. Ілляшенка. – Суми : Університетська книга, 2006. – 728 с.
2. *Солнцев С. О.* Дослідження методів оцінки господарської діяльності торговельних посередників [Електронний ресурс] / С. О. Солнцев, В. В. Стадніченко. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/PSPE/2008-3/Solncev_308.htm.
3. *Бычков В. П.* Эффективность производства и предпринимательство в автосервисе : учебное пособие / В. П. Бычков, Н. В. Пеньшин. – Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2007. – 304 с.
4. *Шильковский О. В.* Разработка и анализ эффективности стратегии в сфере посреднического предпринимательства (на примере автомобильного дилерства) : автореф. дис. на соискание ученой степени кандидата экономических наук : спец. 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством Область исследования : предпринимательство [Електронний ресурс] / О. В. Шильковский. – Москва, 2009. – 22 с. – Режим доступу : www.mosap.ru/attachments/130_avtoref_shilikovsky.doc.

Отримано 26.01.2011 р.

Л. А. Прицюк

Методология определения категории дилерского предприятия

Разработаны стандарты дилерского предприятия с учётом основных видов их деятельности. Предложена методика определения категории автомобильного дилера по параметрам соответствия стандарта.

Ключевые слова: дистрибьютор, дилер, стандарт, категория, деятельность.

L. A. Prytsyuk

Determination methodology of the dealer's enterprise category

The standards of dealer's enterprise are worked out when proceeding from the main kinds of their activities. The determination methods of the automobile dealer's category by the parameters of standard accordance are suggested.

Keywords: distributor, dealer, standard, category, activity.