

УДК 631.152

**ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ  
ЭФФЕКТИВНОСТИ ДИЛЕРСКОГО ЦЕНТРА В ИНФРАСТРУКТУРЕ  
АГРАРНОГО СЕКТОРА**

**Миненко А.В.**

*канд. экон. наук, доцент*

*ФГБОУ ВО Алтайский государственный аграрный университет*

*Барнаул, Россия*

**Домюца И.А.**

*магистрант*

*ФГБОУ ВО Алтайский государственный аграрный университет*

*Барнаул, Россия*

**Аннотация**

Актуальность исследования обусловлена тем, что в условиях настоящего времени экономическая ситуация в стране меняет многие приоритеты в финансово-хозяйственной деятельности компаний. Затрагивает это, безусловно, и сферу экономического анализа деятельности, в частности оценку работы дилерского центра. Увеличение объемов продаж, связанное с ростом рынков и увеличением спроса у потребителей, характерное для последних нескольких лет, постепенно уходит в прошлое. Сейчас наиболее актуальной задачей для руководителей компаний становится повышение эффективности работы дилерской сети, увеличение «отдачи» от дилеров, улучшение качества их работы. Это имеет первостепенное значение еще и по той причине, что грамотно созданная дилерская сеть нацелена на долгосрочное партнерство с торговыми посредниками – а именно так достигается стабильность закупок даже при снижении рынка, характерного для современной ситуации в стране. Цель исследования – анализ направлений повышения экономической эффективности дилерского центра. Научная новизна результатов исследования заключается в рассмотрении повышения экономической эффективности

дилерского центра как системы взаимосвязанных процессов и на этой основе разработки единого плана.

**Ключевые слова:** экономическая эффективность, дилер, дилерский центр, рынок, послепродажное обслуживание, сервис, инфраструктура аграрного сектора.

***MAIN DIRECTIONS OF INCREASING THE ECONOMIC EFFICIENCY OF  
THE DEALER CENTER IN THE INFRASTRUCTURE OF THE  
AGRICULTURAL SECTOR***

***Minenko A.V.,***  
*Ph.D. in Economics, Associate Professor*  
*FSBEI HE Altai State Agrarian University*  
*Barnaul, Russia*

***Domyutsa I. A.,***  
*graduate student*  
*FSBEI HE Altai State Agrarian University*  
*Barnaul, Russia*

**Annotation**

The relevance of the study is due to the fact that the current economic situation in the country changes many priorities in the financial and economic activities of companies. This certainly affects the sphere of economic analysis of activities, in particular the evaluation of the dealer center. The increase in sales volumes associated with the growth of markets and increased demand from consumers, characteristic of the last few years, is gradually becoming a thing of the past. Now the most urgent task for the heads of companies is to improve the efficiency of the dealer network, increase the "return" from dealers, improve the quality of their work. This is of paramount importance also for the reason that a well-established dealer network is aimed at long-term partnership with Resellers – and this is how the stability of purchases is achieved even with a decrease in the market, characteristic of the current

situation in the country. The purpose of the study is to analyze the directions of increasing the economic efficiency of the dealership. The scientific novelty of the results of the study is to consider the increase in the economic efficiency of the dealership as a system of interrelated processes and on this basis to develop a single plan.

**Keywords:** economic efficiency, dealer, dealership, market, after-sales service, service, agricultural sector infrastructure.

Определение сущности понятия «эффективности» в настоящее время является актуальным, потому что это оказывает влияние не только на выбор показателей и критериев эффективности, но и на пути ее увеличения. В словаре С.И. Ожегова «эффективность» трактуется как «действенный, дающий эффект», а понятие «эффект» определяется в качестве формы действия или результата чего-либо [15].

Эффективность являясь результативностью процессов, проектов, операций, определяется отношением эффекта, результата к затратам, которые определяющим его появление. Кроме того, эффективность можно охарактеризовать как плодотворность определенных затрат труда и усилий.

По мнению О.В. Мартыановой, эффективность является показателем фактического достижения результата, способностью предприятия эффективно поддерживать объемы продукции, которые будут являться достаточными для поддержания баланса системы [14].

Эффективность – это довольно сложная категория, потому что она формируется под воздействием большого количества внешних и внутренних факторов - экономических, правовых, социальных и др. Необходимо отметить, что внутренние факторы являются контролируемыми, то есть предприятие имеет возможность ими управлять, а внешние - неконтролируемыми. Следовательно, предприятие не сможет оказывать на них воздействия [18].

По мнению Л.Г. Садыковой, как и большинства экономистов - если эффект является результатом, то эффективность непосредственно определяет результативность. Результат в свою очередь порождает затраты факторов производства, и поэтому он не может находиться в отрыве от тех отношений, которые проявляются непосредственно в самом производстве. Выявить результативность производственного процесса, означает выявить связь эффекта с затратами факторов производства, а также взаимосвязь продукта с производственными отношениями и производственным процессом. Следовательно, анализ эффективности прежде всего связан непосредственно с выявлением причинно-следственных связей результата и затрат, а не взаимосвязи между ними.

Сущность эффективности заключается не в осуществлении сравнения затрат и результата, а показывает взаимоотношения возникающие в процессе производства, распределения и обмена, обуславливающие уменьшение объема затрат необходимых для получения экономического эффекта [14].

Дилер – компания, осуществляющая реализацию товара или услуги конечному потребителю, которому были предоставлены полномочия представлять головную компанию. Финансовые обязательства по закупке, реализации и продвижению товаров или услуг дилеры осуществляют самостоятельно на закрепленной территории или в выбранном сегменте рынка.

Как отмечает Я.П. Атанов, цель дилера, в отличие от иных посредников, заключается в обслуживании конечных потребителей с помощью работников необходимой квалификации [2]. Дилерство характеризуется разнообразием форм обслуживания покупателей, большим, чем дистрибуция. Дилеры применяют методы продажи с помощью продавцов или самообслуживания, проводят консультации покупателей, осуществляют продажи через автоматы, по каталогам, по телефону и используя другие средства современных коммуникаций.

По мнению Кошпаевой М.Р., основным формам дилерства относят:

- специализированную торговлю (узкий ассортимент специального товара);
- торговлю со смешанным ассортиментом (универсальную торговлю большим ассортиментом товаров);
- установку, монтаж оборудования по заказу клиента;
- ремонт и сервисное обслуживание клиентов [11].

Таким образом, эффективность дилерского центра можно определить как критерий полноты и качества решения задачи, которая поставлена перед ним.

В качестве основных направлений повышения эффективности дилерского центра являются можно выделить такие как: совершенствование материально-технической базы, оптимизация поставок техники и запасных частей, обеспечение качественного технического сервиса, повышения квалификации и мотивации сотрудников [2].

На объём продаж техники и запасных частей влияет множество факторов, которые носят вероятностный характер и в зависимости от ситуации могут постоянно изменяться [11].

Как отмечает А.Р. Алимova, основные факторы, влияющие на продажу техники и запасных частей, включают в себя составляющие, которые обеспечивают изменение значений вероятности фактора и изменяют объём продаж: ассортимент товаров, система скидок, реклама и маркетинговые мероприятия [1].

Ассортимент техники и запасных частей зависит от: финансовой возможности дилера; условий дилерских договоров; появления или исключения моделей техники; возможности хранения техники и запасных частей. Скидки, маркетинговые программы и реклама включают в себя: рекламные кампании по продвижению техники и услуг; демонстрация техники; участия на выставках;

кредит; лизинг; процентные скидки; страхование; маркетинговые мероприятия; лотереи и конкурсы; другие способы рекламирования и софинансирования.

Необходимо отметить, что платежеспособность сельских товаропроизводителей зависит от: стоимости сельскохозяйственной техники и запасных частей; доходов предприятий; уровня цен и величины спроса на сельскохозяйственную продукцию; технологической потребности.

Профессионализм менеджеров и сервисных инженеров обуславливается уровнем их подготовки и квалификации, профессиональном развитии, социальном обеспечении, мотивации и стимулировании – как материальном, так и нематериальном.

По мнению Ю.В. Катаева, важную роль в повышении эффективности дилерского центра также является государственная поддержка, которая включает бюджетное финансирование; дотации; налоговые льготы; лизинг; принятие законов, направленных на развитие сельского хозяйства [8].

Предпочтения покупателей складываются за счёт: удовлетворённости от технического обслуживания и качества техники и запасных частей, качества и скорости оказания услуг, уровня цен, возможности рассрочки и кредитования. Кроме того, немаловажным фактором выбора того или иного дилерского центра потребителем выступает качество осуществления предпродажного, гарантийного и послегарантийного обслуживания.

Современным развивающимся дилерским предприятиям целесообразно постоянно совершенствовать материально-техническую базу. Укрепление материально-технической базы способствует качественному и своевременному осуществлять технический сервис техники. Обеспеченность дилерского центра всем необходимым оборудованием, инструментарием способствует качественному проведению работы по предпродажному, послепродажному и гарантийному обслуживанию.

Следовательно, для увеличения эффективности деятельности дилерского центра необходима оптимизация состава диагностического и измерительного оборудования, совершенствование приспособлений, наличие универсального и мобильного оборудования. Важным условием совершенствования материально-технической базы является сочетание оптимальных затрат и полученного экономического эффекта [8].

Имидж и эффективность деятельности дилерского центра непосредственно зависят от качества оказываемых услуг, особенно технического сервиса, которые во многом определяют конкурентоспособность дилера.

Осуществление предупредительных мероприятий должно быть ориентировано на осуществление устранения эксплуатационных отказов, вследствие этого основная часть работ по техническому обслуживанию и ремонту, например, сельскохозяйственной техники производится, по возможности, до наступления напряжённых периодов использования машин или после их окончания на базе мастерских станции. В полевых условиях с помощью передвижных средств технического осмотра и ремонта выполняются трудоёмкие и простые работы [17].

Для решения проблем поставок техники и запасных частей необходимо учитывать ряд мероприятий, таких как:

- проведение анализа рынка сельскохозяйственной техники и запасных частей;
- проведение мероприятий по совершенствованию системы материально-технического обеспечения;
- планирование и организация поставок запасных частей и расходных материалов;
- оперативное управление заявками и поставками товаров;

- формирование оптимального объема товаров и запасных частей на складе;
- использование средств автоматизации процессов;
- проведение мониторинга износа деталей и отказов реализованной техники.

В связи с тем, что потребность в запасных частях, особенно в период подготовки техники и а также в период проведения полевых работ, является очень высокой, необходимо более подробно рассмотреть формирование их запаса. Запас запасных частей – это те их объёмы и номенклатура, которые позволят обеспечить поддержание машинно-тракторного парка в работоспособном состоянии. Норматив запаса зависит от: обслуживаемого парка сельскохозяйственной техники и остаточного моторесурса его отдельных машин; частоты завоза запасных частей; платёжеспособности покупателей; технически обоснованных норм расхода запасных частей в течение года на одну машину.

Таким образом, эффективность дилерского центра в аграрном секторе можно определить как критерий полноты и качества решения задачи, которая поставлена перед ним. В качестве основных направлений повышения эффективности дилерского центра являются можно выделить такие как: совершенствование материально-технической базы, оптимизация поставок техники и запасных частей, обеспечение качественного технического сервиса, повышения квалификации и мотивации сотрудников.

#### **Библиографический список:**

1. Алимова Л.Р. Анализ состояния дилерских сетей в России / Л.Р. Алимова // Вестник университета. – 2018. - №3. – С. 17-19
2. Атанов Я.П. Внедрение показателей финансово-хозяйственной деятельности автомобильного дилерского центра / Я.П. Атанов, О.А. Хвостенко // Межвузовский сборник научных трудов. – 2016. - №2. – С. 36-40



3. Гусев С.А. Стандарты официального дилера в автомобильном бизнесе / С.А. Гусев // Вестник университета. – 2016. - №4. – С. 17-20
4. Дидманидзе О.Н. Технический сервис в АПК / О.Н. Дидманидзе, В.М. Корнеев. - М.: УМЦ «Триада», 2015. - 110 с.
5. Дистергефт Л.В. Результативность, эффективность, производительность или что необходимо измерять предприятию / Л.В. Дистергефт // Методы менеджмента качества. - 2015. - №6. - С. 24-29.
6. Дорохов А.С. Технический сервис в системе инженерно-технического обеспечения АПК / А.С. Дорохов, В.М. Корнеев, Ю.В. Катаев // Сельский механизатор. - 2016. - № 8. - С. 2-5.
7. Илюшина О.С. Анализ методических подходов к оценке экономической эффективности деятельности предприятия / О.С. Илюшина, Ю.К. Стуколова // Молодой ученый. - 2017. - №19. - С. 127-131.
8. Катаев Ю.В. Анализ направлений повышения эффективности дилерской деятельности на предприятиях / Ю.В. Катаев, Е.Ф. Малыха // Наука без границ. – 2018. - №6. – С. 62-67
9. Корнеев В.М. Логистика технического сервиса / В.М. Корнеев, И.Н. Кравченко, Е.Н. Корнеева. - М.: РГАУ-МСХА, 2016. - 142 с.
10. Коршунов В.В. Экономика организации (предприятия): Учебник и практикум / В.В. Коршунов. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 407 с.
11. Кошпаева М.Р. Анализ логистической деятельности дилерского центра / М.Р. Кошпаева // Молодой ученый. - 2018. - №49. - С. 360-363.
12. Малыха Е.Ф. Дилерская форма организации технического сервиса машин / Е.Ф. Малыха, Ю.В. Катаев, Д.Г. Вялых // Наука без границ. - 2017. -№8. - С. 29-34.
13. Малыха Е.Ф. Современные формы организации технического сервиса / Е.Ф. Малыха, Ю.В. Катаев // Экономика сельского хозяйства России. - 2018. - №3. - С. 27-33.

14. Мартьянова О.В. Анализ эффективности деятельности организации / О.В. Мартьянова // Бухгалтерский учет. - 2015. - №5. - С. 123-125.
15. Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений / С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова: Российская академия наук. Институт русского языка им. В.В. Виноградова. – 4-е изд., дополненное. - М.: ООО «ИТИ Технологии», 2007. - 944 стр.
16. Романова А.Т. Экономика предприятия: Учебное пособие / А.Т. Романова. - М.: Проспект, 2016. - 176 с.
17. Сабетова Л.А. Экономика сельскохозяйственного предприятия: Учебник / И.А. Минаков, Л.А. Сабетова, Н.П. Касторнов. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 363 с.
18. Садыкова Л.Г. К вопросу о сущности категории «эффективность» / Л.Г. Садыкова // Молодой ученый. - 2016. - №12. - С. 142-144.
19. Шапеева Е.А. Концепция построения дилерской сети / Е.А. Шапеева // Студенческий форум: электрон. научн. журн. - 2018. №8. - URL: <https://nauchforum.ru/journal/stud/29/34663>
20. Янковская В.В. Планирование на предприятии: Учебник / В.В. Янковская. - М.: НИЦ Инфра-М, 2016. - 425 с.

*Оригинальность 79%*