

УДК 631.17.171

©І.О. Хітров, к.т.н., О.З. Буднза, к.т.н., Я.О. Бабич, к.т.н.

Національний університет водного господарства та природокористування

## **ОРГАНІЗАЦІЯ ТЕХНІЧНОГО СЕРВІСУ МАШИН ДИЛЕРСЬКИМ ПІДПРИЄМСТВОМ**

*У статті висвітлено організаційні засади формування дилерської мережі. Розкрито ключові аспекти виконавчих функцій підприємств та їх роль в організації технічного сервісу машин.*

**ТЕХНІЧНИЙ СЕРВІС, ТЕХНІЧНЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ, ЕКСПЛУАТАЦІЯ, СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКА МАШИНА, ДИЛЕР.**

**Постановка проблеми.** Основним завданням технічного сервісу є підтримання техніко-експлуатаційних показників машини в заданих межах протягом всього періоду її експлуатації. Перспективним напрямом розвитку технічного сервісу є створення підприємствами-виробниками фірмових технічних центрів, ремонтно-обслуговуючих кооперативів і дилерських підприємств, які займатимуться реалізацією машин, їх технічним обслуговуванням і ремонтом.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Наукові джерела містять відносно невелику кількість публікацій, присвячених особливостям діяльності дилерських сервісних підприємств з сільськогосподарських, будівельних, дорожніх, меліоративних машин. Значний внесок у вирішенні питань, пов'язаних з функціонуванням дилерських підприємств внесли такі вчені як В.П. Бичков, Я.К. Білоусько, В.В. Волгін, П.І. Гайдучий, П.А. Денисенко, В.О. Питулько, Г.М. Підлісецький, П.Т. Саблук, В.С. Шебанін та інші. Проте, незважаючи на високий науковий рівень робіт, окремі аспекти цієї багатогранної проблеми залишаються недостатньо дослідженими, зокрема розвиток сервісної дилерської мережі з обслуговування техніки.

**Метою досліджень** є обґрунтування організаційних засад формування мережі і структури дилерських підприємств для надання послуг з технічного сервісу машин найвищого рівня.

**Результати дослідження.** Необхідність створення мережі дилерських підприємств в Україні не викликає сумнівів. Проте цей процес через кризовий стан економіки сільськогосподарських товаровиробників, заводів сільськогосподарського машинобуду

вання і агротехсервісних підприємств розвивається дуже повільно. Формування сучасного ринку машин, технічних та виробничих послуг, особливо в умовах фінансово-економічної кризи, вимагає запровадження нових підходів у взаємовідносинах між його суб'єктами. Провідна роль у цих процесах має належати машинобудівним заводам (виробникам), що є продавцями на ринку машин, і тим посередницьким структурам, які здатні разом з виробниками забезпечувати їх реалізацію та якісне сервісне обслуговування. Найповніше ці вимоги втілюються через створення системи дилерських пунктів і підприємств [1].

У світовій практиці, незалежно від організаційних форм обслуговування техніки, відповідальність за її роботоздатність протягом усього періоду експлуатації лежить на фірмі-виробнику. Причому цей принцип закріплено законодавчими актами, які забороняють продаж технічних засобів без організації їх технічного обслуговування через мережу незалежних дилерських підприємств. Близько 90 % компаній-виробників сільськогосподарської техніки у світі працюють саме за такими принципами.

Направлена роль виробника з реалізації технічної і комерційної політики здійснюється через розгалужену мережу „виробник-покупець” (рис. 1). В основному мережа характеризується своєю довжиною, тобто кількістю ланок, які входять у ланцюг і розподілом функцій між цими ланками.

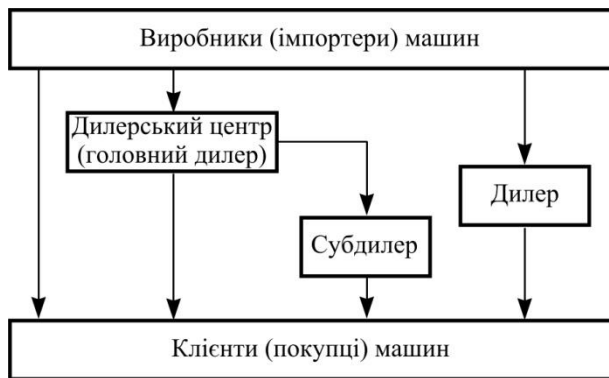


Рис. 1 – Схема взаємозв'язку виробників і покупців машин

Відповідно до критерію довжини ланцюга розрізняють прямий ланцюг, коли виробник безпосередньо здійснює комплекс

завдань з реалізації машин покупцю, і непрямі ланцюги, тобто такі, які мають певну кількість проміжних ланок (посередників). Непрямі ланцюги можуть бути довгими і короткими. Коротким прийнято називати ланцюг який складається з одного виробника у сукупності одного представника. Довгий ланцюг включає, як мінімум, одного додаткового посередника [2].

Саме формування і розвиток дилерської мережі в Україні має сприяти зацікавленню заводів-виробників у тому, щоб стати безпосередніми суб'єктами ринку машин. Використання матеріально-технічної бази сервісних, ремонтних, торгово-посередницьких підприємств дозволить організувати єдину дилерську мережу і значно зменшити потребу в інвестиціях на її формування. Причому, дилерські підприємства зможуть обслуговувати не лише окремі заводи-виробники, але перейти до реалізації машин з декількома, не конкуруючими між собою, виробниками.

Основні взаємовідносини виробників і дилерів повинні базуватися на наступних принципах:

1. Надання своєчасної і повної інформації про нові машини та зміни в конструкціях існуючих.
2. Забезпечення нормативно-технічною документацією (інструкції з монтажу, пуску, регулюванню та обкатки машин; керівництво з експлуатації і ремонту; каталоги деталей та складальних одиниць; прейскуранти цін та ін.).
3. Навчання дилерів і технічного персоналу в навчальних центрах, їх атестування.
4. Виконання гарантійних зобов'язань виробника машини щодо технічного обслуговування та усунення несправностей у гарантійний період експлуатації. Створення умов для проведення якісного сервісного обслуговування у післягарантійний період.
5. Удосконалення договірних і економічних відносин.

Важливу роль відіграє співпраця з торговими, сервісними і ремонтними підприємствами з різними варіантами поділу виконавчих функцій (табл.). В її основі лежать договірні відносини про сумісну роботу з чітким визначенням їх прав і взаємних зобов'язань. Незалежно від обраного варіанту поділу функцій здійснюється прийнятий порядок оформлення і передачі покупцеві проданої машини за якістю і комплектністю, виконання гарантійних зобов'язань, розгляд претензій та ін.

Таблиця. Варіанти поділу виконавчих функцій підприємств

Функції служби підприємства*	Підприємства			
	дилерські	торгові	ремонтні	інші
Маркетинг, реклама	+	+	-	±
Передпродажний сервіс	+	+	-	-
Продаж машин	+	+	±	±
Поставка запасних частин	+	+	±	±
Гарантійне обслуговування	+	±	±	±
Договірне обслуговування	+	-	+	±
Гарантійний і комерційний ремонт	+	-	+	±
Надання технічних послуг	+	-	±	-
Продаж машин і запчастин, які були у використанні	+	-	-	-

\*Виконання функцій: повністю (+), частково (±), не виконуються(-).

В повній мірі дилерська мережа представляється дилерськими центрами і дилерами з наступним розподілом функцій. Дилер безпосередньо працює з потенційними підприємствами (покупцями). Він приймає заявки на поставку машин, здійснює передпродажне, гарантійне і післягарантійне обслуговування. Дилерський центр своєчасно замовляє у виробника машини, поставляє їх дилеру, здійснює контроль за чітким функціонуванням відповідних відділів та комплектуванням їх відповідними засобами для проведення сервісних робіт, організовує вторинний ринок машин, здійснює рекламний супровід та ін.

Дилером може виступати юридична або фізична особа, яка, виконуючи функції продавця, здійснює закупівлю машин для наступного їх продажу і надає послуги з технічного сервісу. При цьому можуть створювати власні підприємства, або використовувати об'єкти ремонтно-обслуговуючої бази колишнього колективного сільськогосподарського підприємства або ремонтно-транспортного. Це дасть можливість створювати дилерські універсальні підприємства за всіма видами машин, які використовуються в зоні діяльності.

Враховуючи особливості експлуатації сільськогосподарських, будівельних, дорожніх машин в дилерському підприємстві використовується як планово-попереджувальна система технічного обслуговування і ремонту, так і заявлена.

Система технічного сервісу дилерського підприємства передбачає весь комплекс робіт з підготовки до продажу, гарантійного та післягарантійного обслуговування і відновлення робото здатності машин (рис. 2).

Підготовка машин в період продажу включає:

- комплекс робіт з розконсервування і дозбирання, перевірки наявності масел і спеціальних рідин, перевірки і регулюванню агрегатів, вузлів і систем, перевірки технічної документації;
- комплекс робіт з ліквідації виявлених несправностей;
- комплекс робіт щодо встановлення додаткового обладнання.

Покупець, який має необхідну матеріально-технічну базу для кваліфікованого виконання робіт з технічного обслуговування, може придбати техніку з відповідною скидкою, а особливими умовами договору купівлі-продажу передбачити виконання робіт з технічного обслуговування власними силами і за власні кошти.

Гарантійне обслуговування передбачає проведення технічного обслуговування, діагностування або ремонту, надання консультацій з правил експлуатації і зберігання, основ обслуговування, безпеки праці, прав і зобов'язань покупця, умов гарантії.

Після виконання робіт виконавець вилучає з експлуатаційного документу відривний талон на технічне обслуговування, у якому записує зміст виконаних робіт.

Для використання прав на гарантійне обслуговування покупець зобов'язаний: дотримуватись правил експлуатації і зберігання машини; використовувати машину за призначенням; не допускати аварійних випадків та пошкоджень; не вносити самостійних змін до її машини; не виконувати ремонтні роботи без згоди виробника (продавця).

В післягарантійний період експлуатації технічне обслуговування і ремонт здійснюється відповідно до періодичності обслуговування з переліком і об'ємом операцій, визначених заводом-виробником, але за рахунок коштів власника.

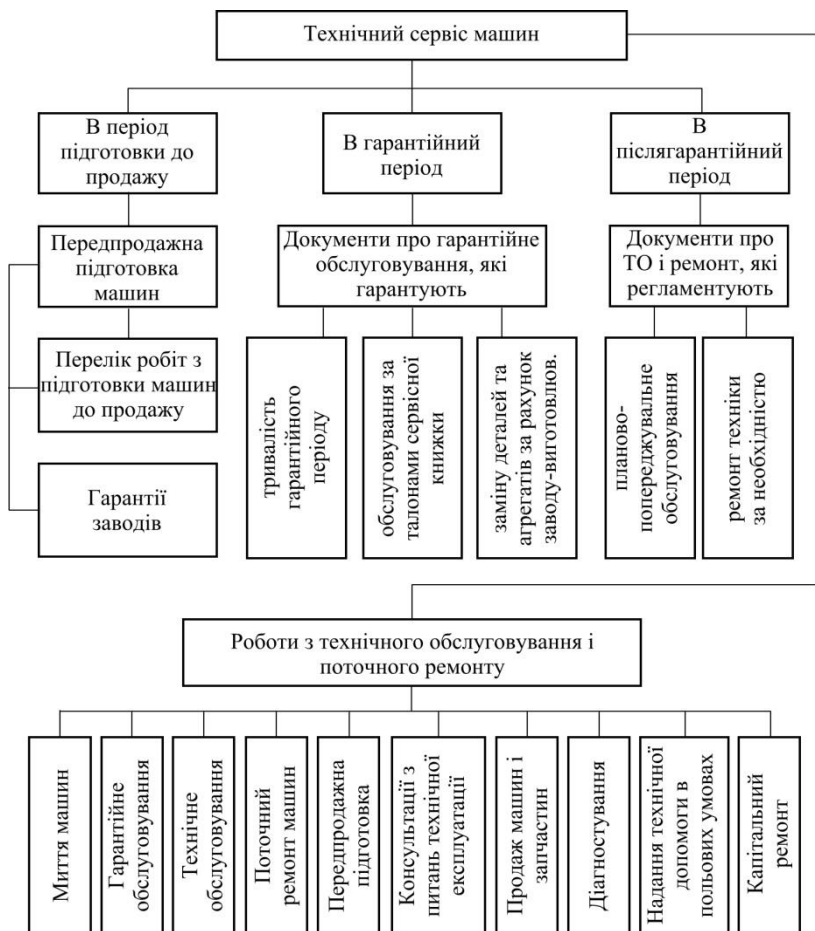


Рис. 2 – Структурна схема організації технічного сервісу дилерського підприємства

Надходження машини в технічний центр для обслуговування або ремонту оформляється спеціальною картою-нарядом, в якій машині присвоюється цифровий код, який містить номер моделі та серії, вказується завод-виробник, рік випуску, дата придбання, прізвище власника та інші відомості. Після завершення робіт клієнту виставляється рахунок згідно калькуляції. Причому гарантія після ремонту дорівнює або більше заводської.

Для своєчасного надання сервісних послуг і аналізу ефективності використання створюється внутрішній банк даних для кожної одиниці техніки відповідно до індивідуального коду. В адресу цього коду заносяться відомості про наробіток машини і всі послідовні операції з її ремонту і обслуговування (включаючи витрати) за весь період експлуатації.

Головний принцип технічного сервісу полягає в тому, що відповідальність за технічний стан машин протягом всього терміну її експлуатації несе виробник через систему дилерів [3].

Склад і структура дилерських підприємств залежать від їх розміру і призначення, сервісного і технічного забезпечення регіону, наявності умов для спеціалізації і кооперації та інших факторів (рис. 3).

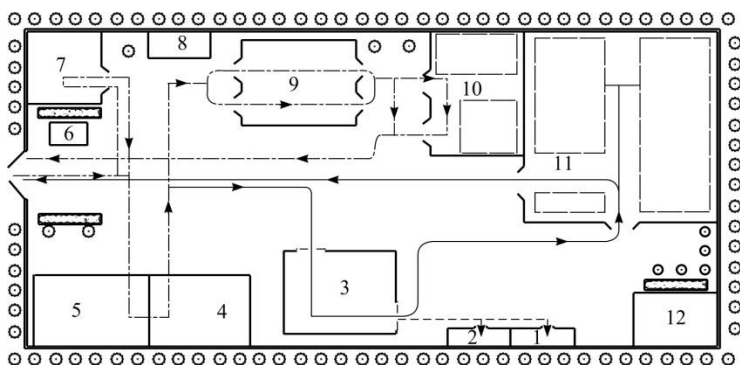


Рис. 3 – Типовий план дилерського підприємства:

- 1 – склад агрегатів; 2 – склад запасних частин;
- 3 – ремонтно-механічна майстерня; 4 – пост очікування;
- 5 – пост приймання і видачі машин; 6 – пост охорони;
- 7 – пост миття машин; 8 – очисні споруди; 9 – пост технічного обслуговування і діагностування машин;
- 10 – пост зберігання машин; 11 – пост продажу нових машин;
- 12 – адміністративний корпус

Організація виробничого процесу дилерського підприємства здійснюється за наступною схемою (рис. 4).

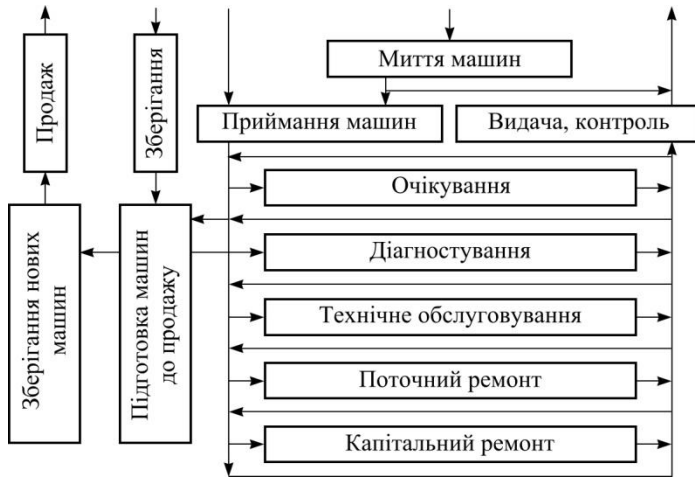


Рис. 4 – Функціональна схема дилерського підприємства

Якщо дилерське підприємство продає машини, то вони направляються на пост їх підготовки до продажу і за необхідністю на відповідну ділянку для усунення несправностей, а потім – в зону зберігання.

Машини, які прибувають для технічного сервісу, проходять миття, поступають на пост приймання для встановлення обсягу робіт і через зону очікування (або минаючи її) направляються на відповідний виробничий пост.

Пост приймання і видачі машин призначений для зовнішнього огляду, перевірки комплектності машини, її технічного стану, визначення орієнтовного обсягу робіт, контролю виконаних робіт та їх випуску.

За необхідності для усунення причин несправностей машина направляється на пост технічного обслуговування, діагностування, де визначаються скриті несправності двигуна, системи живлення, електрообладнання, прогнозується залишковий ресурс, усуваються незначні несправності та контролюється якість виконання робіт.

В ремонтно-механічній майстерні дилерського підприємства здійснюють планово-попереджувальний, заявлений поточний і капітальний ремонт, виконаний, як правило, індивідуальним методом.



Зменшення вартості машин можна досягти шляхом їх збирання і наступним обкатуванням на самому дилерському підприємстві (рис. 5).

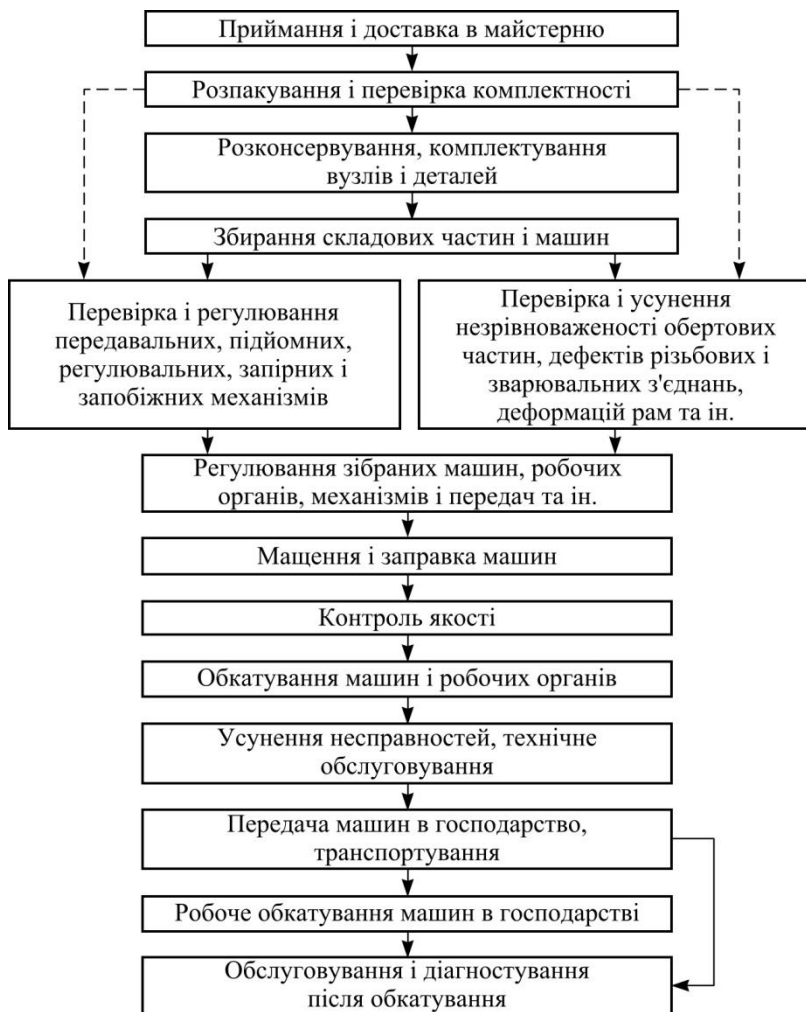


Рис. 5 – Схема технологічного процесу збирання, регулювання та обкатування нових машин в дилерському підприємстві

**Висновки.** Формування і розвиток мережі дилерських підприємств забезпечить споживачеві своєчасну поставку машин, підтримання їх у справному і роботоздатному стані, шляхом надання якісних сервісних послуг і ефективного використання з мінімальними трудовими і матеріальними затратами.

Розвиток дилерських підприємств забезпечить підвищення надійності та ефективності використання наявної техніки шляхом надання сервісних послуг.

Створення дилерського підприємства в регіоні забезпечить відповідне технічне забезпечення господарств і своєчасно надасть сервісні послуги.

### **Література**

1. Економічні аспекти державної технічної політики в агропромисловому комплексі / Я.К. Білоусько, М.Я. Дем'яненко, В.О. Питулько, В.Я. Товстопят – К.: ІАЕ, 2005. – 134 с.
2. Торондо Ж.-К., Ксардель Д. Дистрибуция: Пер. с франц. под ред. В.И. Черенкова. – СПб.: Издательский дом «Нева», 2003. – 127 с.
3. Хітров І.О. Ключові стандарти задоволення покупців при купівлі сільськогосподарських машин на підприємстві дилера / Техніка АПК. – №11-12. – 2007. – С. 45-48.