

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ СЕРВИСНОЙ ПОЛИТИКИ ОРГАНИЗАЦИИ, ПРОИЗВОДЯЩЕЙ СПЕЦИАЛЬНУЮ ТЕХНИКУ

IMPROVING THE EFFICIENCY OF THE SERVICE POLICY OF AN ORGANIZATION THAT PRODUCES SPECIAL EQUIPMENT

Короткевич Л. М., Пармон А. С.
Korotkevich L. M., Parmon A. S.

Белорусский национальный технический университет
Belarusian National Technical University

В статье рассматривается целесообразность открытия сервисных центров для предприятий, производящих специальную технику и реализующих ее на территории Российской Федерации.

The article discusses the feasibility of opening service centers for enterprises that produce special equipment and sell it on the territory of the Russian Federation.

В современном мире производственно-экономических отношений потребителю специальной техники недостаточно только приобрести качественную, инновационную технику, отвечающую всем требованиям безопасности и экологии. Не маловажными является также мероприятия по долгосрочному сервисному обслуживанию и ремонту, которые, как услуги, могут и должны быть оказаны организацией, производящей специальную технику.

В условиях пандемии и введения санкций производителям машиностроительной продукции приходится диверсифицировать каналы распределения с целью расширения своего влияния и увеличения сбыта.

Компания «Святовит» была создана в 1997 году. С самого своего основания она занимается производством экскаваторов-планировщиков на различных автомобильных и гусеничных шасси, которые являются основным ее продуктом (целевым), линейка продуктов периодически меняется и расширяется. Все продукты компании подходят под категорию специальной строительно-дорожной техники. Сейчас в линейке представлена также установка горизонтально-направленного бурения в двух вариациях: самоходная и несамоходная, с тяговым усилием на 15 тонн и 8 тонн соответственно.

Однако основным товаром, товаром «узнавания» является именно экскаватор-планировщик.

На сегодняшний день основными рынками сбыта СП «Святовит» ООО: Республика Беларусь; Россия; Украина; Казахстан; Туркменистан.

Основные конкуренты в России – RM-Тегех и «Мотовилиха», являются очень бюджетными вариантами для потребителей за счет своих комплектующих, но не всегда качественными и долговечными. Однако при политике импортозамещения у потребителя чаще всего не остается выбора. Покупатель предпочтет машину импортного производства и с импортной комплектацией, но при отсутствии многим компаниям разрешено покупать машины белорусского производства, пусть и с комплектующими из-за рубежа.

Основным каналом распределения СП «Святовит» ООО является компания BELMASH, которая выступает в качестве торгового представителя в РФ, а также осуществляет услуги по сервисному обслуживанию.

Расположение центров оптовых продаж BELMASH представлено на рис. 1. Голубым цветом обозначены существующие центры, красным – предлагаемые к открытию.

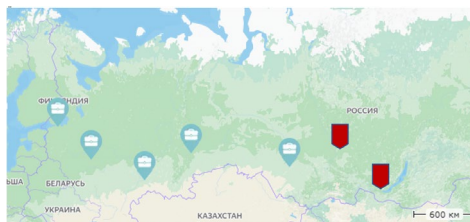


Рис. 1. Расположение торгового представителя и новых сервисных центров

Компания СП «Святовит» ООО имеет близкий к высокому показатель цены среди конкурентов. Это обусловлено как отличными от других компаний комплектующими, так и ценовой политикой, которую приняла данная компания. Она заключается в «справедливых ценах», а также в качественном сервисном обслуживании и узком ассортименте товаров, которые предлагает компания.

Однако многие потребители, особенно если это компании с тяжелым финансовым положением, предпочитают покупать более дешевую продукцию, такую как «RM Тегех» или ПАО «Мотовилихинские заводы». Подобные цены обусловлены тем, что комплектация у продуктов данных компаний считается менее качественной. Например, если используется двигатель российского производства, а не немецкого, цена на конечный продукт будет дешевле, однако при использовании российского двигателя следует также

учитывать мнение потребителей. При последнем замечено гораздо больше поломок, и как следствие больше жалоб от покупателей. И даже при хорошей службе сервиса подобные поломки задерживают работу, требуют дополнительных затрат на починку, и как следствие уровень доверия к компании падает. Однако при использовании импортного двигателя (и других комплектующих) поломок гораздо меньше, товар сразу внушает покупателю ощущение дороговизны, эксклюзивности и качества (однако это не относится к комплектующим из Китая). Следовательно, многие предпочитают переплатить вначале, чем рисковать потом.

С целью повышения уровня конкурентоспособности специальной техники СП «Святовит» ООО предлагается открыть сервисные центры в регионах, где сбыт продукции затруднен. Улучшение послепродажного обслуживания путем перехода на работу с концепцией «Контракта жизненного цикла» позволит увеличить объем продаж. Особенно это актуально для регионов, где выделенная квота землеройной техники не реализуется в установленные сроки.

Контракт жизненного цикла – смешанный договор, включающий в себя элементы договоров на закупку объекта, на эксплуатацию, обслуживание и ремонт объекта, возмездного оказания услуг по объекту. Контракт жизненного цикла – это многосторонний договор, в котором помимо производителя (сервисной организации) и заказчика продукции (эксплуатирующая организация) участвуют также и производители комплектующих деталей и расходных материалов. Специфика контракта жизненного цикла состоит в том, что в его составе присутствует производственная и эксплуатационная части.

Производственная часть контракта жизненного цикла характеризуется реализационной ценой конечной продукции и включает в себя в общем виде: производственную себестоимость, административные расходы, расходы на сбыт продукции, налог на добавленную стоимость и т.д.

Реализационная цена является постоянной величиной контракта жизненного цикла. Реализационная цена рассчитывается по классической схеме управлением экономики и труда, конкретного предприятия с поправкой на специфику производства. Эксплуатационная часть контракта жизненного цикла характеризуется такой величиной как ВУН/на километр пробега. В данной части должны быть рассчитаны: количество мероприятий по техническому обслуживанию (ЕО, ТО-1, ТО-2, СО), количество мероприятий по ремонту (ТР, СР, КР), нормативное количество запасных частей и материалов на период эксплуатации техники, фонд оплаты труда работников, занятых в эксплуатационной части контракта жизненного цикла. Показатель ВУН/на километр пробега является варьируемой величиной контракта жизненного цикла.

Далее необходимо определиться с точным месторасположением сервисного центра. Для этого будем использовать метод центра гравитации. Основная идея данного метода состоит в том, чтобы разместить склад таким образом, чтобы обеспечивалась минимальная величина суммарных затрат на доставку груза с этого склада всем потребляющим данный груз агентам. Поскольку же такие затраты определяются объемами соответствующих перевозок и расстояниями доставки, то размещение склада целесообразно осуществлять в точке т.н. «центра гравитации», т.е. в таком географическом пункте, для которого взвешенные расстояния доставки ко всем пунктам получения являются минимальными.

Расчет по выбранной методике показал, что наиболее целесообразно открытие сервисных центров: в Иркутской области – г. Иркутск, в Красноярском крае – г. Красноярск. С точки зрения привлекательности конкурентоспособности региона, эти регионы становятся для нас более конкурентоспособными, и мы предполагаем, что сможем там осуществлять реализацию продукции в достаточном количестве, а также сэкономить на перевозке техники до ближайших к данным городам сервисных центров.

Открытие сервисных центров позволит значительно сэкономить расходы на транспортировку техники и снизить себестоимость проекта по внедрению контракта жизненного цикла продукции. Проект является эффективным с динамическим сроком окупаемости 4,5 года.

Литература

1. Василевич, В. И. Организация производства и управление предприятием. Пособие / В. И. Василевич, Л. М. Короткевич. – Минск: БНТУ, 2015
2. Костюкевич, Е. Н. Электронный учебно-методический комплекс по дисциплине «Организация производства» / Е. Н. Костюкевич. – Рег. № 1061404094 от 12.06.2014. – Минск: НИРУП «ИППС», 2014.5. ГОСТ 2.105-95. ЕСКД. Общие требования к текстовым документам.
3. Стратегия «Наука и технологии: 2018–2040. /Постановление Президиума Национальной академии наук Беларуси 26.02.2018 № 17. [Электронный документ]. Режим доступа: http://nasb.gov.by/congress2/strategy_2018-2040.pdf.