

В.В. ВОЛГИН

# АВТОСЕРВИС

# ТОРГОВЫЕ ОПЕРАЦИИ

ПРАКТИЧЕСКОЕ ПОСОБИЕ

- ✓ ТОВАРОВЕДЕНИЕ
- ✓ РЫНОК ЗАПАСНЫХ ЧАСТЕЙ
- ✓ РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ
- ✓ УПРАВЛЕНИЕ ЗАПАСАМИ
- ✓ СЛУЖБА ЗАПАСНЫХ ЧАСТЕЙ



# **Владислав Васильевич Волгин**

## **Автосервис.**

### **Торговые операции:**

### **Практическое пособие**

*Текст предоставлен правообладателем*

*[http://www.litres.ru/pages/biblio\\_book/?art=4929841](http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=4929841)*

*Автосервис. Торговые операции: Практическое пособие / В. В. Волгин. – 4-е изд.: Дашков и К°; Текст предоставлен правообладателем; 2012 ISBN 978-5-394-01586-1*

#### **Аннотация**

При управлении предприятиями технического обслуживания и ремонта колесной и гусеничной техники возникает немало проблем в обеспечении сервиса запасными частями. Настоящая книга предназначена для оказания практической помощи в их решении. Книга входит в серию практических пособий по профессиональной информации о современных методах организации деятельности сервисных предприятий, обеспечении их конкурентоспособности. Подготовлена на основе инструктивных материалов зарубежных производителей техники, практики ремонтных предприятий в разных странах и многолетнего опыта автора в торговле техникой и запасными частями на внешнем рынке. Служит надежным советчиком для принятия стратегических, тактических и текущих решений.

Написана подробно и доступно для самообразования. Для предпринимателей и руководителей сервисных предприятий, в качестве образовательного ресурса – для профессионалов автосервиса, студентов вузов и техникумов.

# Содержание

К читателю	6
Товароведение	9
Торговать в техцентре выгодно	9
Что такое запасные части?	15
Товарные особенности	16
Номенклатура	16
Применяемость	18
Взаимозаменяемость	20
Колебания спроса	20
Ограничения объемов сбыта	21
Заменители	22
Термины	29
Торговые марки	37
Сертификация	43
Производители запасных частей	46
Конкурирующие детали	47
Информационное обеспечение товара	51
Каталоги	53
Нумерация деталей автомобилей	60
Конец ознакомительного фрагмента.	62

**Владислав  
Васильевич Волгин  
Автосервис.  
Торговые операции:  
Практическое пособие**

**Автор:**

*В. В. Волгин*—экономист-международник, инженер-механик, член Международной академии наук информации, информационных процессов и технологий (МАН ИПТ), автор книг для предпринимателей и автомобилистов. <http://autoknigi.ru>, <http://volginvv.by.ru>

# К читателю

Мною принята миссия – подготовка серии практических пособий для формирования базовых знаний руководителей предприятий авторыннка и афтермаркета. Практические пособия удалось подготовить благодаря многолетней работе на внешнем рынке, изучению корпоративных материалов автокомпаний, публикаций и информации, почерпнутой из бесед с дистрибьюторами и дилерами. Мои книги получили высокие оценки бизнесменов, их активно используют для обучения руководящих кадров в автодилерских и сервисных предприятиях. Они стали основой целевой подготовки специалистов в институтах, техникумах, на различных курсах.

Эта серия книг – образовательный ресурс и ежедневный справочник для начинающих, а также имеющих опыт менеджеров всех уровней. В серии подробно освещены специфические аспекты автобизнеса, а также затронуты некоторые взаимосвязанные темы, общие для всех видов бизнеса, с тем чтобы диапазон информации, необходимой начинающим управленцам, был достаточным для успешного старта. Моя практика консультирования показывает, что большинство менеджеров, включая обучавшихся у зарубежных поставщиков техники, при достаточно высокой квалификации все же нуждается в углублении и систематизации знаний, расширении кругозора. Это заметно в периоды кризисов, ко-

гда требуются тщательно проработанные или нестандартные решения.

Приведенные в книге рекомендации – изложение методов, применяемых дилерами крупнейших автокомпаний в разных странах и на российском рынке. Изучая приведенные рекомендации, следует учитывать:

- конкуренция – не “гримасы” рынка, а естественная среда обитания участников рынка;
- конкурентная борьба – это соревнование менеджеров, т. е. квалификации, качества логистики и управления;
- практически все, что должны делать менеджеры для эффективной работы на рынке колесной и гусеничной техники, известно из векового опыта зарубежных коллег – это облегчает задачу нахождения решений.

В этом бизнесе нет волшебных решений и быстрых результатов. Только высокая квалификация и кропотливое применение всей совокупности современных средств маркетинга, менеджмента, логистики, IT-, HR-, и PR- технологий служат ключом к рентабельности и устойчивому положению на рынке. Не вкладывая средств и знаний, не следует ожидать прибыли. Модели машин меняются, но рынок будет только ужесточать требования к сервису и обеспечению запасными частями. Условия этого вида деятельности диктует потребитель. Потребность в квалифицированных организаторах и менеджерах всегда будет велика.

Российский рынок техники, запасных частей и сервиса

переживает период становления и почти все руководители предприятий автобизнеса в той или иной степени черпают знания из моих книг или их ксерокопий. До появления моих книг с 1997 г. подобной литературы в стране не было и пока нет. Первые в истории нашей высшей школы лекции по маркетингу запасных частей были прочитаны мной в МГИУ и МАДИ в мае 1997 г. на основе моих книг, первых по этой проблематике<sup>1</sup>.

Положительные отзывы практиков о моих книгах, включение текстов из них в обучающие системы предприятий, в курсы лекций институтов<sup>2</sup>, десятки дипломов и диссертаций, подготовленных на их основе, ссылки на мои книги в книгах других авторов, включение целых страниц из моих книг без указания моего авторства в книги плагиаторов подтверждают практическую ценность предлагаемой информации и дают основания полагать, что моя миссия важна для России.

*Автор Владислав Волгин*

---

<sup>1</sup> Волгин В. В. Автомобильный дилер. – М.:Ось-89, 1997; Волгин В. В. Запасные части: особенности маркетинга и менеджмента. – М.:Ось-89, 1997.

<sup>2</sup> МАДИ, МГИУ, ЛГТУ, Челябинский политехнический и др.

# Товароведение

*Предложив запасную часть немедленно, сервис оказывает клиенту услугу по решению его проблем, и эта услуга запоминается лучше рекламных мер.*

## Торговать в техцентре выгодно



Торговля запасными частями и сопутствующими товарами в техцентре экономически эффективна, но далеко не все ремонтные предприятия ее организуют.

Наличие службы продажи запасных частей и сопутствующей

щих товаров при ремонтном предприятии полезно не только клиентам, но, прежде всего, самому предприятию. Обеспечивая номенклатуру запасных частей для торговли, предприятие обеспечивает достаточные запасы запасных частей для ремонта, закупленных по оптовым ценам и сокращает дорогостоящие срочные закупки деталей на рынке. Управление запасами товаров эффективнее, когда есть два крупных потребителя – ремонтный цех и розничные покупатели.

Специализация магазинов запасных частей и сопутствующих товаров при станциях техобслуживания обычно зависит от специализации станций. Помимо склада запасных частей обычно существует служба снабжения, закупающая запасные части по мере необходимости.

Организация работы магазина запасных частей при станции техобслуживания не отличается от организации работы независимого магазина. Разница в том, что номенклатура запасных частей ориентирована на клиентов станции, а на выбор клиентами запасных частей или сопутствующих товаров можно оказывать активное влияние рекомендациями механиков.

Наличие магазина запасных частей при станции техобслуживания предполагает значительный объем капиталовложений в площади под склад и торговый зал, а также в товарные запасы. Для успешной работы магазина запасных частей нужны квалифицированные специалисты, знающие предмет торговли, товарный рынок, умеющие и желающие торговать.

У руководящего состава предприятия должны быть знания и навыки организации и управления многопрофильной коммерческой структурой.

Формирование коллектива высокопрофессиональных продавцов запасных частей требует качественного “исходного материала”, основательной организации обучения, а также условий труда, стимулирующих стабильность коллектива. Хорошей практикой для изучения номенклатуры и основ учета для будущих продавцов является работа на складе с параллельным обучением необходимым навыкам и основам знаний продавца.

Обязательным для закрепления способных сотрудников является создание на предприятии условий для их карьерного роста. Каждый продавец должен знать, что ему гарантировано продвижение при условии отличной работы, критерии оценки которой ясны всем, и параллельное получение высшего образования (если его не было). Например, для крупной фирмы карьерная “лестница” может выглядеть так: сотрудник склада – продавец розницы – менеджер оптовых продаж – менеджер закупок – менеджер управления запасами товарной группы (уровень зам. начальника или начальника отдела). На этом последнем уровне есть несколько должностей, требующих опыта и высокой квалификации – начальник склада, начальник отдела закупок, продаж, развития кадров и др.

На каждом уровне сотрудник должен работать не более

трех лет, а особо способные – меньше. Первый год – освоение и азарт новизны, второй год – совершенствование навыков, удовлетворение собственными достижениями, третий год – все знакомо, ничего нового, стимулирующего развитие способностей, скука. После трех лет обычно наступает усталость от однообразия, и сотрудника следует передвигать по горизонтали или вертикали. Каждый сотрудник должен знать, чего он может добиться через 3-5-10 лет, чтобы не думать о другом месте работы. У каждого есть семья и необходимо удовлетворять ее потребности.

Обучение новых менеджеров и продавцов магазина должно производиться под контролем руководства и специалиста отдела кадров, отвечающего за подготовку и повышение квалификации продавцов и непосредственного руководителя продавца.

*Программа обучения должна включать:*

- ◆ изучение материалов этой книги;
- ◆ изучение должностной инструкции;
- ◆ инструктажи по технике безопасности, об обеспечении сохранности коммерческих секретов предприятия, о поведении при проверках контролирующих организаций;
- ◆ изучение материалов своего предприятия по ряду конкретных тем и вопросов, перечень которых приведен ниже.

*Темы по материалам предприятия:*

Цели и задачи предприятия, его структура, функции подразделений.

Освоение работы с необходимыми компьютерными программами.

Изучение правил нумерации деталей в каталогах оригинальных запчастей к конкретным моделям машин.

Изучение правил нумерации деталей в каталогах неоригинальных запчастей к конкретным моделям машин.

Изучение структуры каталогов запасных частей – книжных, микрофишей, электронных.

Обучение работе с аппаратом для чтения микрофишей.

Обучение работе с электронными каталогами и поисковыми системами оригинальных запчастей.

Обучение работе с электронными каталогами и поисковыми системами неоригинальных запчастей.

Ознакомление с видами техдокументации по запчастям – каталоги, дополнения к ним, информация о конструктивных изменениях, особенностях установки и т. п.

Изучение наименований деталей на соответствующих иностранных языках, если предприятие работает с номенклатурой запчастей к импортным машинам.

Изучение моделей и модификаций автомобилей.

Изучение структуры прейскурантов, системы скидок, правил продажи различным группам клиентов.

Торговая наценка, постоянные затраты, переменные за-

траты.

Освоение работы с ККМ, если продавец одновременно является кассиром.

Изучение правил продажи запчастей в обмен на неисправные узлы и агрегаты.

Освоение технического контроля узлов и агрегатов, принимаемых для последующего восстановления.

Изучение правил продажи запчастей, принятых на комиссию.

Освоение технического контроля узлов и агрегатов, принимаемых на комиссию.

Особенности и запросы разных групп потребителей в том секторе рынка, где работает предприятие.

Возможности расширения сбыта по каждой категории потребителей.

Сопоставительный анализ положения предприятия среди конкурентов.

Выявление сильных и слабых сторон в работе предприятия.

Потенциальные возможности развития продаж.

# Что такое запасные части?

Запасные части – это новые или восстановленные части машин (детали, узлы и агрегаты), предназначенные для замены соответствующих изношенных частей. Первые автомобили ремонтировались путем изготовления новых деталей при каждом случае ремонта. Создание системы замены деталей новыми из запасов заранее изготовленных деталей – заслуга Генри Форда.

Помимо специально сконструированных для каждой машины деталей, при сборке и ремонте машин применяются стандартные детали крепежа: болты, шпильки, винты, гайки, саморезы, шайбы, штифты, шпонки, шплинты, хомуты, пружинные кольца и др.

Кроме того, для сборки и ремонта применяются стандартные подшипники, электролампы, шланги, а также унифицированные сальники, манжеты, резиновые кольца и другие детали.

# Товарные особенности

## Номенклатура

Каждый автомобиль или трактор собирается из нескольких тысяч деталей, и в период эксплуатации может потребоваться замена практически любой.

Но ни один производитель машин не в состоянии рентабельно для себя обеспечить потребителей всеми деталями – от шпльнта до кузова. Поэтому и практикуется поставка “запасных частей”, т. е. деталей, узлов и агрегатов, необходимых и достаточных для ремонта машин.

Номенклатура запасных частей преднамеренно сокращается путем поставки во многих случаях не отдельных деталей, а узлов и агрегатов, состоящих из нескольких деталей и заранее собранных. Например, узлы: “наконечник рулевой тяги”, “щетка стеклоочистителя”, “воздушный фильтр” состоят из нескольких деталей; агрегаты: “стартер”, “коробка передач”, “водяной насос” состоят из многих деталей. В результате вместо 5–8 тыс. наименований деталей одного автомобиля в запчасти поставляется 1000–1500 наименований деталей, узлов и агрегатов.

Снятие изношенных и установка новых узлов и агрегатов (агрегатный ремонт) – менее сложные операции, чем раз-

борка, ремонт и сборка узлов и агрегатов. Агрегатный ремонт уменьшает трудоемкость и сокращает сроки ремонта машин, требует меньшего количества оборудования в ремонтных предприятиях и не требует сложного оборудования, применяемого на заводах.

Снижение сложности ремонта позволяет обходиться меньшим количеством слесарей и механиков высокой квалификации, а это очень важно – в любой стране имеются трудности с набором кадров в автосервисные и ремонтные предприятия, так как лишь для части населения привлекательны соответствующие профессии. Если бы не применение агрегатного ремонта, многомиллионный парк автомобилей и другой техники невозможно было бы поддерживать в работоспособном состоянии – не позволяют ограниченные трудовые ресурсы. Парки машин во многих странах растут ежегодно, а трудовые ресурсы не только не растут, но даже снижаются.

Продуценты машин предлагают к поставке не всю номенклатуру деталей, указанных в каталогах.

В условиях кооперации изготовителей техники со специализированными предприятиями, последние выбрасывают на рынок свою продукцию в качестве запасных частей по ценам, близким к оптовым, установленным для продуцентов машин. Борьба с такой конкуренцией смысла нет – ввиду высоких издержек в товаропроводящей сети, производитель не в состоянии, купив у специализированного предприятия, на-

пример лампочки, продавать их по тем же ценам, по которым эти предприятия сами предлагают такие детали любым покупателям.

По этой причине склады *производителей машин* неохотно занимаются поставкой в запчасти таких изделий, как стандартные подшипники, сальники, стандартный крепеж, свечи зажигания, форсунки, шланги, ремни и т. п., прямо отсылая дилеров к фактическим изготовителям указаниями в каталогах. Однако в силу обязанности обеспечивать запасными частями покупателей машин, они вынуждены удовлетворять заказы дилеров, если они поступают, и хранить расчетные количества.

Сокращение номенклатуры, подлежащей поставке в запчасти, позволяет сократить расходы по хранению, упаковке, транспортировке, учету запасов деталей, оплате труда персонала и др.

## Применяемость

Номенклатура запасных частей к определенной модели машин всегда включает запасные части, применяемые на нескольких моделях или модификациях машин того же производителя. Дело в том, что, например, автомобили одной модели нужны потребителям для различных целей, но в то же время могут быть одинаковой мощности.

Значит, на разных модификациях этой модели может при-

меняться один и тот же двигатель и некоторые другие агрегаты.

На разных моделях тоже могут применяться одни и те же узлы, агрегаты и детали, например, многие детали автомобилей ВАЗ 2101 применяются на всех моделях машин ВАЗ.

В ряде случаев одни и те же детали могут применяться на машинах разных производителей. Это бывает, если производители кооперируются между собой – на автомобилях ИЖ установлены двигатели и некоторые детали ВАЗ, на некоторых моделях автомобилей Volvo – двигатели Renault. В некоторых случаях разные производители машин устанавливают на свои модели одинаковые агрегаты одного и того же изготовителя – например, кабюраторы Solex, топливные насосы Ярославского завода топливной аппаратуры, генераторы Bosh, сцепление Sachs, тормозные колодки Ferodo, амортизаторы Монрое и т. д.

В результате специализации и кооперации предприятий унифицированы и применяются на многих моделях одинаковые детали и узлы: щетки стеклоочистителей, предохранители, фильтры, ремни, сальники, резиновые кольца и манжеты, шины и камеры и др.

И, наконец, во многих случаях на совершенно разных моделях машин устанавливаются одинаковые стандартные подшипники, нормали, электролампы.

## **Взаимозаменяемость**

Каждая модель автомобиля выпускается, в среднем, 5~7 лет. За этот период в нее вносятся конструктивные изменения, которые требуются на основании изучения эксплуатации в разных условиях, статистики гарантийных ремонтов и статистики спроса на запчасти.

При введении в номенклатуру детали новой конструкции взамен старой, конструкторы указывают в ее характеристиках – взаимозаменяема она со старой деталью или нет. Если новая деталь взаимозаменяема со старой, значит, установка ее не отличается от установки старой.

Если же новая деталь не взаимозаменяема со старой, то, как правило, для ее установки требуется дополнительно заказывать сопряженные с ней детали тоже новой конструкции и/или выполнять дополнительные работы.

## **Колебания спроса**

В процессе эксплуатации машин детали изнашиваются не одновременно. Одна деталь требует замены через 5 тысяч километров пробега, другая – через 15 тысяч, третья – через 30 тысяч, четвертая – при аварии. Поэтому не удастся через какой-то период эксплуатации поставить машину в ремонт и разом “обновить” ее. Детали и узлы приходится заме-

нять по мере их износа и предусмотреть заранее дату ремонта и потребность в запчастях можно только ориентировочно. Это обстоятельство затрудняет потребителям планирование средств для закупок запчастей, торгующим предприятиям – затрудняет прогноз спроса и планирование создания запасов, а заводам-изготовителям затрудняет планирование производства и закупок сырья.

Реализация запасных частей на определенном рынке невозможна до, но обязательна после продажи на этом рынке соответствующих машин.

Спрос на запасные части неравномерен в одни и те же периоды времени даже на одну и ту же деталь в пределах одного рынка. Колебания спроса на запасные части объясняются влиянием множества факторов: технических, экономических, климатических, сезонных и других, действие которых приходится учитывать.

## **Ограничения объемов сбыта**

Продажа запасных частей в определенный период времени ограничена определенными (с долей вероятности) физическими объемами на единицу эксплуатируемого парка машин определенного “возраста”.

Например, для 100 автомобилей, имеющих пробег всего по 10 тыс. километров, не следует ожидать продажи сцепления, так как оно изнашивается, в большинстве случаев, не

ранее, чем после пробега в 20 тысяч километров. А для 100 автомобилей с пробегом в 30 тысяч километров можно ожидать продажи не более 80 комплектов сцеплений<sup>3</sup>, так как при правильной работе водителей со сцеплением оно служит и дольше. Но таких водителей не много. Если учесть, что эти 100 автомобилей “набежали” свои 30 тысяч километров в течение разных сроков – одни за год, другие за два, а некоторые и за три, то определить потребность этого парка в сцеплениях в течение одного года непросто – возможна и нехватка запасов для торговли, и их избыток. И то, и другое не выгодно.

## Заменители

Конкуренция в торговле запасными частями началась в тот день, когда первый умелец заменил заводскую деталь самодельной.

Вследствие нехватки запасных частей на рынках, вызванной бурным ростом выпуска машин в середине XX в. при недостаточно эффективных методах снабжения запасными частями тех или иных территорий, появились кустарные, а потом и промышленные имитаторы, копирующие детали машин основных изготовителей и продающие их потребителям.

Такие детали стали называть “неоригинальными”, в отличие от деталей основных изготовителей, “оригинальных”.

---

<sup>3</sup> Для моделей, у которых срок службы сцепления установлен в 30 тыс. км.

Этот бизнес оказался весьма прибыльным, и в настоящее время неоригинальные запчасти выпускаются множеством предприятий. Они конкурируют с оригинальными запчастями и захватывают, в некоторых случаях, до половины емкости рынка.

Рынок запасных частей к легковым автомобилям состоит фактически из двух – рынка оригинальных запасных частей или первичного и рынка неоригинальных запасных частей или вторичного. Первичным рынком запасных частей считают торгово-сервисные сети производителей техники. Свободный рынок запчастей, участниками которого являются независимые производители и продавцы неоригинальных, подержанных и восстановленных запасных частей, называют вторичным или “aftermarket”.

Рынок запасных частей к малосерийной тяжелой колесной и любой гусеничной технике можно считать единым комбинированным – рынок оригинальных новых, подержанных и восстановленных запасных частей, а также унифицированных, стандартизированных и небольшого количества неоригинальных деталей. Неоригинальных запчастей к этой технике производятся мало ввиду незначительного интереса у производителей.

Интерес даже крупных производителей невелик по следующим причинам:

- ◆ техника малосерийная и больших объемов продаж достичь не удастся ввиду необходимости распыления усилий

по всему миру;

◆ спрос на неоригинальные запчасти к тяжелой технике почти отсутствует, так как вся она эксплуатируется в предприятиях, которые понимают, что экономия на разнице цен оригинальных и неоригинальных запчастей может негативно отразиться на работоспособности машин;

◆ в практике широко применяются восстановленные узлы и агрегаты.

Оригинальные запчасти – это запчасти, имеющие торговую марку автокомпании и продаваемые исключительно через ее торгово-сервисную сеть. Оригинальные запасные части изготавливаются в строгом соответствии с предусмотренными характеристиками материалов под жестким контролем качества и испытываются на соответствие качественным показателям для обеспечения долговечности. Чтобы дать возможность автокомпании обеспечивать полное гарантийное покрытие и обеспечить качество ремонта машин, от дилеров строго требуется стимулировать потребителей использовать только оригинальные запчасти при сервисе машин компании. Оригинальные запасные части изготавливают сами производители техники, их дочерние фирмы и независимые заводы-субпоставщики по заказам и техническим условиям производителей машин.

Итак, оригинальной считается деталь, которая предназначена для установки на машину при сборке, или для продажи автокомпанией в качестве запасной части. Покупая у како-

го-либо производителя запасных частей его продукцию, автопродуцент берет на себя полную ответственность за ее качество, ибо свои претензии покупатели автомобилей будут предъявлять именно ему, а не фактическому производителю запчастей.

Подтверждая гарантию качества, производитель проставляет на оригинальных запасных частях свою торговую марку. Разумеется, непосредственно на сборочном предприятии этим никто не занимается – оригинальный номер и торговая марка ставятся на деталь на заводе-изготовителе, но только в тех партиях товара, которые предназначены для автопроизводителя. В этих случаях изготовитель детали остается неизвестным.

Бывает, что на детали стоит торговая марка изготовителя, но она упакована в фирменную упаковку автопроизводителя.

Оригинальные запасные части по всей номенклатуре и в течение суток с момента заказа поставляются через товаропроводящую сеть автокомпаний – региональные склады и уполномоченных дилеров (торговцев). У дилеров запчасти потребляют их ремонтные цеха, покупают независимые мастерские и владельцы машин, ремонтирующие их сами.

Больше никто, как правило, оригинальными запасными частями не торгует, так как политика поставщиков техники предусматривает такую систему цен, при которой посредникам нет места. Такое же положение складывается и на на-

шем рынке с оригинальными запасными частями к импортным машинам, реализуемым официальными дилерами поставщиков.

Из этого правила есть исключения.

*Первое исключение* связано с тем, что в последнее десятилетие наметилась тенденция “молчаливого согласия” компаний-производителей машин уступить часть объемов торговли запасными частями, изготовленными независимыми специализированными заводами, этим заводам. При этом поставщики машин, будучи не вправе отказать потребителям в поставке соответствующих деталей, продолжают ими торговать, но в то же время не возражают против самостоятельного выхода изготовителей на рынок. Это касается, главным образом, таких унифицированных и стандартизированных деталей, как: свечи, фильтры, подшипники, ремни, сальники, щетки стеклоочистителя, лампочки и т. п., а также приборы освещения и их детали.

Кроме того, специализированные предприятия продают не унифицированные запасные части, такие, как: топливные насосы, карбюраторы, амортизаторы, детали тормозов и т. д. от своего имени также в тех странах и на тех участках рынка, где изготовители машин официально не торгуют, а соответствующие модели машин попадают к потребителям другими путями, без гарантий и сервиса. Так в нашей стране обеспечивались иномарки до появления уполномоченных дилеров зарубежных компаний.

Основные причины такого согласия:

- ◆ продуценты машин, купив у субпоставщиков детали, не могут их продавать на рынке дешевле, чем сами субпоставщики – накладные расходы в товаропроводящих сетях выше;
- ◆ продуценты машин с радостью сокращают торговую номенклатуру запчастей, так как громадные объемы удорожают управление запасами в товаропроводящей сети;
- ◆ продуценты машин не могут заставить дилеров хранить всю номенклатуру запчастей, замораживая средства, и вынуждены гарантировать короткие сроки поставок с региональных складов – а большие запасы на этих складах тоже нежелательны;
- ◆ продуценты машин компенсируют потери от не-торговли такой номенклатурой увеличением цен на оригинальные запасные части, которые никто не имитирует, например, детали кузова.

*Вторым исключением* является появление на некоторых рынках, например, российском, оригинальных запасных частей к некоторым машинам, поступающих через посредников, использующих или выгодный перепад цен, или возможности нелегального беспошлинного ввоза. На такую конкуренцию жаловалась, в частности, компания Mercedes.

Неоригинальные запасные части производятся только для продажи на вторичном рынке. Далеко не все оригинальные запасные части имеют неоригинальные аналоги. Наиболее широко представлены на вторичном рынке такие группы за-

пасных частей, как:

- ◆ фильтры (масляные, топливные, воздушные);
- ◆ детали тормозной системы (колодки, диски, барабаны, суппорты, шланги, цилиндры);
- ◆ подвески и детали рулевого управления (амортизаторы, пружины, рычаги, шаровые опоры, рулевые тяги и их наконечники, сайлент-блоки);
- ◆ детали двигателя (сальники, прокладки, поршневые кольца, “вкладыши”);
- ◆ детали системы охлаждения (радиаторы, помпы);
- ◆ детали системы выпуска (глушители);
- ◆ детали системы зажигания и электроники (свечи, провода высокого напряжения, катушки, коммутаторы, датчики);
- ◆ детали электрики (стартеры и генераторы, датчики, лампочки);
- ◆ детали трансмиссии: диски и корзины сцепления, выжимные подшипники, крестовины, ШРУСы;
- ◆ моторные запчасти: поршневые кольца, “вкладыши”, прокладки, сальники;
- ◆ приводные ремни.

На вторичный рынок может попадать и продукция, изначально предназначенная для первичного. Это происходит, когда продукция предприятий ориентированных на сборочные конвейеры и первичный рынок остается частично невостребованной (например, упали мощности конвейера). В этом

случае она реализуется через товаропроводящие сети вторичного рынка. При этом если на детали стоит торговая марка производителя автомобиля, то она должна быть удалена или скрыта.

## Термины

Новая терминология, введенная в Евросоюзе, конкретизировала подразделение запасных частей и их производителей, разделив их на запчасти с подтвержденным качеством и запчасти, не имеющие документального подтверждения.

Для прекращения путаницы в определениях и введения общепринятой терминологии, чтобы у ремонтников и конечных потребителей были четкие критерии для выбора запасных частей и определения их качества, постановление Комиссии Евросоюза № 1400/2002 впервые ввело в *официальный оборот* ранее существовавший обиходный термин “оригинальные запасные части (original, *англ.* и *франц.*) – OE”<sup>4</sup> и новый термин “запасные части равноценного (equivalent, *франц.*, ident, *нем.*) или соответствующего (matching, *англ.*) качества”, которые вошли и в общемировую практику.

*Оригинальные* запасные части – запасные части того же качества, что и компоненты, используемые для сборки автомобилей, изготовленные в соответствии с производственными стандартами, предоставленными автокомпаниями для

---

<sup>4</sup> OE – Original Equipment (англ.) – оригинальное оборудование.

производства компонентов или запасных частей для соответствующих автомобилей.

Предполагается, если иное не доказано, что детали являются оригинальными запасными частями, *если изготовитель удостоверяет*, что детали аналогичны компонентам, используемым для сборки соответствующих автомобилей, и изготовлены согласно производственным стандартам автокомпании.

Существует три категории оригинальных запасных частей. *Первая категория* оригинальных запасных частей состоит из деталей, которые *выпускаются производителем автомобилей*. К этим оригинальным запасным частям применяются следующие правила:

◆ производитель автомобилей может требовать у уполномоченных ремонтников использовать эту категорию оригинальных запасных частей для ремонта, выполняемого по гарантии, при бесплатном обслуживании и работах при отзыве автомобилей;

◆ производитель автомобилей не может ограничивать право своих дистрибьюторов перепродавать эту категорию деталей, активно или пассивно<sup>5</sup> независимым ремонтникам, которые используют их для ремонта и техобслуживания автотранспортных средств; в этом смысле безразлично, будут ли эти ремонтники использовать их в своих цехах или для обеспечения служб дорожного сервиса.

---

<sup>5</sup> Активно – с продвижением товара, пассивно – лишь в ответ на заказы.

*Вторая категория* оригинальных запасных частей относится к деталям, которые *поставляются производителем запасных частей OES<sup>6</sup> производителю автомобилей, который продает их своим дистрибьюторам.* К этим оригинальным запасным частям применяются следующие правила:

◆ производитель запасных частей не может быть ограничен в размещении своей торговой марки или логотипа на этих деталях, а также на упаковке и на любом сопроводительном документе;

◆ производитель автомобилей также может помещать свою торговую марку или логотип на этих деталях;

◆ производитель запасных частей не может быть ограничен в поставке этих запасных частей любому уполномоченному или независимому дилеру или любому уполномоченному или независимому ремонтнику, а уполномоченный ремонтник не может быть ограничен в использовании этих деталей;

◆ производитель автомобилей может потребовать у своих уполномоченных ремонтников использовать эту категорию оригинальных запасных частей для ремонта, выполняемого по гарантии, при бесплатном обслуживании и работах при отзыве автомобилей;

◆ производитель автомобилей не может ограничивать право своих дилеров продавать эту категорию деталей, активно или пассивно независимым ремонтникам.

---

<sup>6</sup> OES (Original Equipment Supplier) – поставщик оригинального оборудования.

*Третья категория* оригинальных запасных частей состоит из деталей, которые не поставляются соответствующему производителю автомобилей, но которые тем не менее *производятся согласно техническим условиям и производственным стандартам, предоставляемым им.* Производитель запасных частей (OES) поставляет эти детали либо независимым дистрибьюторам запасных частей, либо непосредственно ремонтникам. К этой категории оригинальных запасных частей применяются следующие правила:

◆ производитель запасных частей не может быть ограничен в размещении своей торговой марки или логотипа на этих деталях и упаковке;

◆ производитель запасных частей не может быть ограничен в поставке этих запасных частей любому уполномоченному или независимому дистрибьютору запасных частей или любому уполномоченному или независимому ремонтнику, а уполномоченный ремонтник не может быть ограничен в использовании этих деталей.

Оригинальные запасные части могут выпускаться производителем автомобилей, но большая их часть производится изготовителями компонентов на основании соглашений с производителем автомобилей. Они производятся согласно техническим условиям и производственным стандартам, *предоставляемым* производителем автомобилей, и во многих случаях на той же производственной линии, что и компоненты, используемые для сборки автотранспортного сред-

ства. Слово “предоставляемые” означает, что эти технические условия и производственные стандарты действуют у производителя данных запасных частей с согласия производителя автомобилей с целью установки деталей на его автомобилях.

Однако у производителя автомобилей нет необходимости разрабатывать эти технические условия и стандарты; они могут также быть результатом совместной программы развития или могут быть разработаны исключительно производителем компонентов. В последнем случае считается, что технические условия и производственные стандарты предоставляются производителю запасных частей с *согласия* производителя автомобилей, а производитель запасных частей может пользоваться ими для производства оригинальных запасных частей.

Согласно постановлению № 1400/2002 производителю автомобилей нет необходимости прямо давать разрешение производителю компонентов использовать эти стандарты для производства и распределения оригинальных запасных частей. Сам факт, что эти стандарты переданы в распоряжение производителя компонентов, понимается как разрешение использовать их для производства оригинальных запасных частей для продажи дистрибьюторам запасных частей или ремонтникам. В некоторых случаях производители машин имеют соглашения с изготовителями, которые производят детали только для продажи в качестве запасных частей

и не поставляют их для сборки. Если эти детали произведены согласно техническим условиям и производственным стандартам производителей автомобилей, они также являются оригинальными запасными частями.

Запасные части *равноценного качества* – исключительно запасные части, изготовленные предприятиями, *которые могут удостоверить*, что запасные части соответствуют по качеству компонентам, которые используются или использовались для сборки соответствующих автомобилей. Детали *равноценного качества* соответствуют качеству компонентов, используемых для сборки соответствующего автомобиля, *но производятся не по стандартам производителей* автомобилей. Это означает, что эти детали имеют то же или даже более высокое качество, но могут, например, быть выполнены из другого материала или окрашены в другой цвет. Производителями таких запчастей могут быть OES и IES<sup>7</sup>.

Таким образом, теперь в обороте применяются термины: *Оригинальные* запасные части (OE<sup>8</sup>) с логотипами автокомпаний<sup>9</sup> или с логотипами изготовителей<sup>10</sup>; *идентичны* устанавливаемым на автомобили при сборке; изготавливаются автокомпаниями и независимыми изготовителями по доку-

---

<sup>7</sup> IES (Independent Equipment Supplier) – независимый поставщик оборудования.

<sup>8</sup> Original Equipment

<sup>9</sup> Original parts with the logo of VM.

<sup>10</sup> Original parts with the logo of OEM.

ментации, *предоставленной или утвержденной автокомпаниями*; реализуются автокомпаниями через их торгово-сервисные сети и их изготовителями через свои торговые сети и торговые сети глобальных операторов. Термин “*оригинальные запасные части*” больше не определяется системой распределения автокомпаний, он основан на качественных и технических параметрах компонентов, подтвержденных сертификацией.

*Неоригинальные* запчасти – запчасти *отличающегося качества* (parts of different quality) – подразделяются на две группы:

◆ изготавливаются без документации автокомпаний, но сертифицированы как *запасные части равноценного качества*<sup>11</sup>; термин введен для компонентов, произведенных независимыми изготовителями, качество которых соответствует качеству оригинальных, и изготовители могут представить сертификаты, гарантирующие это;

◆ изготавливаются множеством предприятий без документации автокомпаний, необходимые качества документально не доказаны.

Термин “*связанные*”, “*несвободные (пленные)*” (captive parts) запасные части относятся к деталям, обладающим патентной защитой; это *видимые* части и некоторые компоненты собственного производства автокомпаний, копировать которые никто не имеет права. Однако в некоторых стра-

---

<sup>11</sup> Parts of matching (ident, equivalent) quality.

нах законы об интеллектуальной собственности либеральны и копирование все же существует. Доля изготовителей автомобилей на рынке запчастей Евросоюза в сегменте компонентов, обладающих патентной защитой (“связанных”), составляет около 85 %.

Термин “*видимые*” части (visible parts) автомобилей охватывает крылья, двери, капот, багажник, крышу, панели крыши, передка и задка, стекла, блокфары, блоки задних фонарей.

Для учета, планирования закупок и хранения практики применяют группировку запасных частей по их признакам:

*Under the bonnet parts* – части под капотом: запасные части для двигателя, включая навесное оборудование.

*Under the body parts* – части под кузовом: детали трансмиссии, подвески, рулевого управления и ходовой части.

*Distress parts* – запчасти бедствия: части, применяемые для устранения неисправностей.

*Regular service parts* – запчасти для регламентного обслуживания: свечи, фильтры, ремни, прокладки и т. д.

*Standard parts* – стандартные компоненты: аккумуляторы, подшипники, электролампочки, детали крепежа, шины.

*Economy line parts* – части экономичного ассортимента: запасные части изготавливаются согласно заново установленным стандартам для автомобилей, снятых с производства.

Запасные части *независимого* спроса – применяемые на многих моделях машин, их реализация не зависит от пар-

ка машин определенных марок (аккумуляторы, шины, свечи зажигания, диски колес, ремни, колодки тормозов, фильтры и т. д.). Эти запасные части обычно поставляют через фиксированные интервалы времени, так как спрос на них более предсказуем. Методы распределения и сбыта те же, что и для товаров ширпотреба.

Запасные части *зависимого* спроса – применяются на ограниченном количестве определенных моделей машин, их реализация зависит от размера и интенсивности эксплуатации парка соответствующих машин. Логистические методы применяются специфические, определяемые товарными особенностями запасных частей (неравномерность спроса, степень срочности заказов, применяемость на моделях, заменяемость, множество изготовителей, конкуренция, множество габаритных и весовых параметров, множество видов упаковки и тары и т. д.).

Важно отметить, однако, что регулирование рынка в Евросоюзе не обязывает применять эту терминологию и операторы рынка свободны использовать терминологию по их выбору.

## **Торговые марки**

С возникновением рыночных отношений на помещениях торговцев и ремесленников появились вывески, отражающие специфику их деятельности словами или символами.

Позднее на вывесках стали фигурировать имена владельцев предприятий, а затем и эмблемы (по аналогии с фамильными гербами). В те же времена у мастеров-ремесленников появилась традиция клеймить произведенные ими изделия, что являлось одновременно и отличительным признаком, и гарантией. Это были первые товарные знаки. Аналогичных товаров и услуг становилось все больше, и у их производителей возникла необходимость каким-то образом выделить свою продукцию в общей массе.

Товарный знак стал инструментом продвижения товара и получил название торговой марки. Рост производства и развитие торговых отношений привели к появлению совершенно нового подхода к реализации товара – для того чтобы продавать, необязательно товар производить. Понятие торговой марки приобрело то содержание, которое имеет и в настоящее время.

Торговая марка – это имя товара, под которым он продвигается на рынке. При этом под одной торговой маркой могут продаваться товары разных производителей.

Для торговли запасными частями продажа “чужого” товара под своей маркой является нормальной практикой. Далеко не все оригинальные запасные части производятся самим изготовителем автомобиля, но, поступая в его распоряжение, в дальнейшем продаются под его маркой. Некоторые современные торговые марки запасных частей появились еще до первых автомобилей. Их владельцы занимались различ-

ной деятельностью, иногда совершенно не связанной с автотехникой, например “Bosch”, “General Electric” и др.

Оригинальные и неоригинальные запасные части продаются под определенными торговыми марками, которые могут не совпадать с марками фактических изготовителей (марка изготовителя обычно проставляется на самом изделии). Подтверждая гарантию качества, независимый изготовитель проставляет на оригинальных запасных частях, на упаковке и в сопроводительных документах свою торговую марку в тех партиях товара, которые реализуются им через независимых оптовиков.

В тех партиях товара, которые предназначены для автокомпаний, ставится номер по каталогу и марка автокомпании.

В этих случаях изготовитель детали остается неизвестным. Однако на европейском рынке с введением в действие постановления № 1400/2002, автокомпания *не может запретить* изготовителю запасных частей ставить его торговую марку вместе с торговой маркой автокомпании – но только для партий, поставляемых для автокомпании.

Бывает, что на детали стоит торговая марка изготовителя, но она упакована в фирменную упаковку автокомпании. На оригинальные запасные части полностью распространяется авторитет основной марки – марки производителя техники. Причем он настолько высок, что конечного потребителя совершенно не волнует, кто и где произвел запчасть,

если ее использует и продает производитель техники. Отдав однажды предпочтение технике определенной марки, потребитель лучше всего воспринимает и запасные части той же марки.

В отличие от оригинальных запчастей, которые с согласия их изготовителей продаются под торговой маркой производителей техники, неоригинальные запасные части реализуются под маркой их изготовителя и/или исходного продавца (упаковщика). “Упаковщик” – это условный термин. Например, производители автомобилей выступают “упаковщиками” для субпоставщиков – изготовителей компонентов, продавая их товары в качестве запасных частей.

Крупные торговые компании, создавшие мощные логистические системы и дилерские сети, принимают на себя функции аутсорсеров: продвижение и продажу запчастей многих изготовителей, которые сами не могут создавать дистрибутивные системы.

“Упаковщик” – исходный продавец – это глобальный оператор. Это фирма, учредителями которой могут быть как независимые структуры, так и производители запчастей, создающие ее для сбыта собственного товара. Глобальный оператор создает товаропроводящую сеть, формирует ассортимент предлагаемых к продаже товаров, составляет каталоги и прейскуранты. Глобальные операторы заказывают продукцию на различных предприятиях и продают их под своей или арендованной торговой маркой.

Наличие у компании торговой марки способствует более эффективному продвижению товара на рынке. Среди глобальных операторов встречаются солидные торговые марки, например “Nipparts”, “INA”, “Luk”, “Lucas”, “Febi”, “Finwhale” и др.

В торговле запасными частями распространена практика продажи изделий одного изготовителя под совершенно разными торговыми марками, причем это касается как оригинальных, так и неоригинальных запчастей. При этом для неоригинальных часто используется термин “переупаковка”. Продажа запасных частей различных производителей под единой торговой маркой предназначена для расширения ассортимента и увеличения привлекательности предложения для покупателей и более полного удовлетворения их спроса.

Среди фирм-упаковщиков встречаются солидные торговые марки, например “INA”, “Luk” или “Febi”. Другая категория упаковщиков – фирмы, продающие дешевые запчасти, качество которых не гарантировано. Происхождение товара такие фирмы скрывают и маркируют компоненты “Made in EU” (или Europe, Germany, France), “Germany quality” и т. д. Выбирая поставщиков среди множества мелких, технически слабых фабричек, они нередко приобретают и затем продают запчасти со скрытым браком, хотя стараются торговать качественными товарами.

Серьезные операторы афтермаркета стараются соблюдать чистоту бренда и если переупаковывают чужой товар, то

лишь равный по качеству своему.

Бывают случаи, когда под чьей-либо маркой на рынке продается оригинал – в неоригинальной упаковке лежит оригинальная запчасть. Это происходит в том случае, когда у производителя оригинальной продукции появляются “излишки”, по той или иной причине не попавшие в первичную сеть.

Во-первых, это продукция, которая производилась для конвейера, но при замене старой модели на новую оказалась невостребованной.

Во-вторых, объем производства позволяет сделать продукции больше, чем можно продать автозаводам. Или, например, появился конкурент, который “отбирает” часть конвейерных поставок (автопроизводителю выгодно иметь несколько поставщиков однотипного товара).

Строго говоря, любой изготовитель оригинальных запасных частей, на которые нанесена торговая марка автокомпании, обязан предотвращать их поставку независимым оптовикам. Ведь в цивилизованном мире использование чужого товарного знака (в данном случае клейма производителя автомобиля) считается серьезным правонарушением и может повлечь судебное разбирательство. Поэтому когда на одном и том же производстве изготавливаются как оригинальные детали и для автокомпании, и для свободной продажи, то, если это возможно (позволяет технология), клеймо автокомпании ставится не в процессе производства, а после, отдельной операцией.

Если же по технологии приходится ставить клеймо автокомпании, а партия затем будет поставлена независимому оптовику, то при подготовке отправки товара клеймо тщательно скрывается (закрашивается, заклеивается, затирается, стачивается).

Такие детали еще называют “неоригиналом оригинального происхождения (или качества)”, “детали равноценного качества” и именно такие детали наиболее привлекательны для продажи на рынке.

Конечно, операторам рынка не всегда удастся расширить свой ассортимент за счет “переупаковки”, и у одного оператора предложение получается шире, чем у другого. Бывает и так, что в дело вмешивается автопроизводитель, который настаивает на том, что данная деталь должна продаваться только через его торговую сеть. Поэтому одну запасную часть оригинального происхождения можно встретить на рынке, а другую, этого же производителя, нет.

Через сети автокомпаний можно приобрести любую оригинальную запасную часть, а ассортимент “неоригинала” на рынке ограничен.

## **Сертификация**

Сертификаты соответствия предназначены главным образом для конечных потребителей как свидетельство качества и безопасности товара. Для торговцев они обязательны – их

отсутствие у продавцов может повлечь за собой штрафные санкции со стороны государственной торговой инспекции и вызвать подозрение у государственных налоговых структур.

Наиболее достоверной информацией по происхождению товара и его качеству располагают оптовые фирмы, которые получают информацию от производителей.

На упаковке запчасти должен быть знак соответствия продукции стандартам качества. К сожалению, далеко не всегда этот знак подтверждает качество и легальное происхождение товара. По международным нормам торговли на упаковке товара должен содержаться ряд сведений о товаре: вид товара, производитель, страна происхождения и др. Наиболее полная информация подобного рода обычно содержится в штриховом коде, обязательно присутствующем на большинстве современных товаров. Неоригинальные запчасти, которые продаются на вторичном рынке, упакованы в коробку характерной “фирменной” расцветки, с обязательной торговой маркой оператора вторичного рынка и, если на это есть соответствующее право, маркой фактического производителя запчасти.

На коробке также указывается адрес головного для данной территории подразделения оператора вторичного рынка, а в штрихкоде указаны реквизиты фактического места отгрузки товара потребителю. На коробке указывается каталожный номер продукции (по каталогу оператора “афтер-маркет”), применяемость (марки и модели техники), ино-

гда ссылка на соответствующий номер оригинальной детали (для облегчения идентификации при продаже конечно-му потребителю), а иногда и каталожные номера аналогов нескольких основных поставщиков-конкуренгов вторичного рынка.

Не всегда указывается страна происхождения (чего не бывает с оригинальными запчастями). Особенно дорожат принадлежностью продукции своей стране немцы, французы, итальянцы и японцы, которые стараются ставить соответствующее клеймо даже на самих деталях.

Надо заметить, что некоторые поставщики неоригинала допускают маленькую, абсолютно легальную хитрость, регистрируя свое торговое имя с принадлежностью к стране (“Febi Germany”, “Meyle Germany”, “AlKo Germany”). При этом необязательно продукция, упакованная в коробку с такой маркой, сделана в Германии. Делается это с расчетом на восприятие потенциальным покупателем именно имиджа страны (например, считается, что немцы – народ педантичный и аккуратный, не допускающий брака в работе). Добровольная сертификация проводится по инициативе заявителей в целях подтверждения соответствия продукции требованиям стандартов, технических условий, рецептур и других документов, определяемых заявителем.

# Производители запасных частей

Производители запасных частей:

- ◆ автокомпании – изготовители машин (VM)<sup>12</sup>, выпускающие также запасные части;
- ◆ поставщики оригинальных компонентов (OES)<sup>13</sup>, поставляющие их и автокомпаниям, и в независимые каналы реализации;
- ◆ поставщики неоригинальных компонентов (IES)<sup>14</sup>, (поп-OES), поставляющие их только в независимые каналы реализации.

Поставщик может быть одновременно OES относительно одних компонентов и IES относительно других. Классификация базируется исключительно на том, поставляется ли часть товара автокомпаниям. Презумпция достаточности гарантии поставщиков для классифицирования запасных частей как “равноценных/соответствующего качества”, введенная с 2003 г.<sup>15</sup>, позволяет поставщикам неоригинальных компонентов (IES) конкурировать на равных с автокомпаниями и изготовителями оригинальных компонентов.

---

<sup>12</sup> VM (Veichle Manufacturer) – производитель транспортных средств.

<sup>13</sup> OES (Original Equipment Supplier) – поставщик оригинального оборудования.

<sup>14</sup> IES (Independent Equipment Supplier) – независимый поставщик оборудования.

<sup>15</sup> EU Block Exemption Regulation 1400/2002.

## Важность заказчиков для OES по 5-балльной системе<sup>16</sup>

Группа заказчиков	Индекс важности
Автокомпании	4,7
Дилеры автокомпаний	2,8
Оптовики-дистрибьюторы	3,8
Независимые	3,3

Продажа компонентов для новых автомобилей – безусловно, самый важный источник доходов для изготовителей, в то время как продажи запасных частей представляют меньше чем одну пятую доходов.

## Конкурирующие детали

Высокая прибыльность этого бизнеса способствует острой конкуренции, особенно в торговле запасными частями к легковым автомобилям. Зарубежные фирмы обычно учитывают конкурентные качества деталей и узлов при расчетах своих цен.

*Неконкурирующими* запасными частями называют такие детали и узлы, поставщиками которых могут быть только изготовители машин и их предприятия. Конструкция или качество этих деталей и узлов не позволяют имитаторам изготавливать их с достаточно низкой себестоимостью, чтобы кон-

<sup>16</sup> Источник: Lurttstat, LJ Manufacturer Survey; ZDK.

курировать.

К ним также относят детали, производство которых организовать можно, но их конструкция запатентована, а владельцы патентов не продают прав на их использование; такие запчасти называют *несвободными*<sup>17</sup> компонентами.

К несвободным компонентам относятся “видимые” части автомобилей – капот, крылья, бамперы, двери, осветительные приборы, задние панели, ветровые и другие стекла. Что касается “видимых” компонентов, изготовители автомобилей сами производят только панели кузова. Они закупают освещение и автомобильные стекла и для сборки новых автомобилей (OES), и для поставок в качестве запасных частей (OES) у известных производителей, таких как “Bosch”, “Hella” (Maesa), “Valeo”, “Pilkington”, “St. Gobain” (Sekurit) и “Asahi”. Эти производители могут оказаться в положении поставщиков оригинальных компонентов (OES), если они получили первый контракт для поставок на сборку автомобилей, или в положении поставщиков неоригинальных компонентов (nonOES), как любой независимый производитель, если они не получили первый контракт.

Это различие оказывает прямое воздействие на конкурентную ситуацию: что касается панелей кузова, изготовители автомобилей конкурируют с независимыми малыми и средними производителями; что касается приборов освещения и автомобильных стекол, они конкурируют с поставщи-

---

<sup>17</sup> Captive components, parts.

ками комплекствующих, которые изготавливают эту продукцию и для сборки машин, и в качестве запасных частей. Государства – члены ЕС применяют различные режимы патентной защиты для “видимых” автомобильных запасных частей и в действительности нет единого рынка для защищенных патентами запасных частей. “Видимые” части, поставляемые независимыми поставщиками, реализуются как через сети изготовителей автомобилей, так и через независимых оптовых торговцев. Для всех ремонтников, уполномоченных или независимых, независимый канал выгоднее. Если идентичные части проданы через каналы изготовителя автомобилей, цены существенно выше.

*К конкурирующим* относят детали и узлы, серийное производство которых может быть налажено на любом специализированном предприятии: прокладки, шланги, детали сцепления и тормозов, амортизаторы, вентиляторные ремни, диски колес, некоторые детали двигателей, топливной и гидравлической аппаратуры, глушители.

Особо *конкурирующими* считают запасные части стандартизированного ассортимента, аналоги которых поставляются на рынки многочисленными изготовителями, – свечи зажигания, фильтрующие элементы, стандартные подшипники и т. п.

При анализе цен выделяют еще две категории запасных частей – *сравнительно конкурирующие и технически конкурирующие*.

Сравнительно конкурирующими считают наиболее используемые запасные части, названия которых, как говорится, на слуху у владельцев техники: поршни, поршневые кольца, стартеры и их детали, генераторы, распределители зажигания, ведомые диски сцепления и т. п.

Цены именно таких деталей сравниваются покупателями при выборе техники для примерной оценки будущих расходов на ремонт.

Технически конкурирующими называют детали, вместо которых можно подобрать аналог или изготовить замену в мастерской: выключатели, провода, нестандартные детали крепления, трубки, шланги и др.

# Информационное обеспечение товара

Практика торговли запасными частями в различных странах показывает, что потребители не изучают номенклатуру запасных частей и почти все заказы поступают без указания номеров деталей по каталогу. Только немногие механики СТО достаточно уверенно пользуются каталогами и оформляют заявки с указанием номеров деталей. По этой причине продавцы обязаны консультировать заказчика, сверяться с каталогами. Прием и проверка заказов требуют не только много времени, но и высокой квалификации приемщиков заказов. Персонал торговой фирмы должен изучать системы нумерации товаров по каталогам поставщиков, применимость запасных частей во избежание ошибок при приемке, учете и продаже, а также для консультирования потребителей и уточнения их заявок, учитывая, что номенклатура, указанная в каталогах поставщиков машин, часто не соответствует той, что поставляется в запчасти. Кроме того, нужно систематически информировать персонал о новых деталях, взаимозаменяемости и т. д.

Поставщики машин издают для своих дилеров подробные руководства, которые содержат разнообразные рекомендации по всем аспектам их деятельности. Понимая, что не все дилеры смогут усвоить сложные вопросы управления, поставщики снабжают их методическими материалами, по-

могающими находить оптимальные решения по многим деловым проблемам – от экономичного размера заказа на запасные части до размещения деталей на складе, от расчета скидок или надбавок для покупателей до методов работы с персоналом и общения с клиентами. Для этих целей разрабатываются различные пособия, инструкции, таблицы, пользование которыми доступно людям с невысоким образовательным уровнем.

Вот типичный перечень литературы, издаваемой для дилеров каждой крупной компанией – производителем техники:

- ◆ руководство по работе с запасными частями – организация склада, управление запасами, организация продажи;
- ◆ каталог запасных частей;
- ◆ инструкция по удовлетворению претензий;
- ◆ бюллетени о новинках продукции, технические бюллетени;
- ◆ рекомендации по общению с клиентами.

Текущая информация направляется дилерам в виде отдельных бюллетеней, микрофишей, компакт-дисков, а также содержится в документах, подтверждающих принятие к исполнению очередных заказов. Например, компания Volkswagen по компьютерной связи направляет региональным складам результат обработки их заявок – перечень заказанных ими запасных частей, в котором с помощью специальных кодов заложена информация о замене или снятии с производства деталей и о появлении в номенклатуре новых.

# Каталоги

Каталог запасных частей – это перечень деталей, составленный в определенном порядке. Он предназначен для подбора необходимой запасной части, определения места ее установки и соответствующего ей номера.

При необходимости замены детали необходимо сначала идентифицировать ее, потом найти новую в товаропроводящей сети и купить, затем установить.

Для обеспечения поступления грамотных заявок от заказчиков зарубежные поставщики совершенствуют каталоги запасных частей, обеспечивают дилеров своевременной информацией об изменениях в конструкции машин и деталей.

Широко применяются каталоги на микрофишах – фото-пленке в виде карты размером около 10 x 15 см, с кратностью уменьшения 42 и более.

Обновление комплектов каталогов на микрофишах во всех пунктах их использования производится поставщиками по мере появления изменений.

Все шире практикуется изготовление каталогов, инструкций по эксплуатации и ремонту на компьютерных компакт-дисках. Они также систематически обновляются у дилеров.

Пример компьютерного каталога приведен на рис. 1. По сути, это компьютерный справочник (база данных) с инфор-

мацией об устройстве автомобилей – от крупных узлов и агрегатов до запчастей с их кодами (каталожными номерами), наименованиями и графическими изображениями (чертежами).

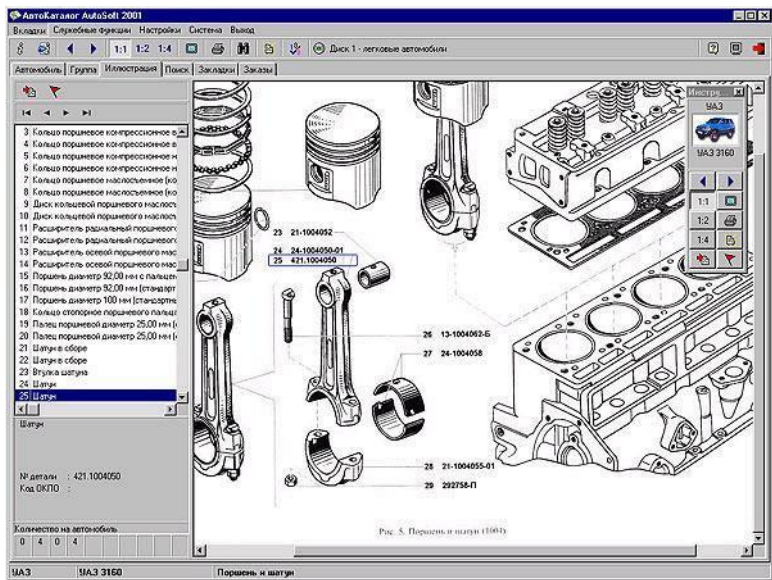


Рис. 1. Образец страницы компьютерного каталога

Такие каталоги обычно встраивают в компьютерную программу по заказу запасных частей. Формирование заказа ускоряется за счет того, что номер заказываемой детали не нужно набирать на клавиатуре, достаточно выбрать его кур-

сором на рисунке или в спецификации каталога.

Электронные каталоги позволяют сделать процесс поиска деталей максимально быстрым и удобным. Кроме того, вся информация постоянно собрана в одном месте, а не мигрирует по офису или магазину, что добавляет порядка в организацию работы.

Хранение электронной информации не требует дополнительных затрат, и даже повышает общую эффективность использования площадей. Вместо стеллажей забитых книгами – компьютер на рабочем столе.

Печатные каталоги продавцы запасных частей чаще применяют как справочники, дающие возможность перепроверить себя и показать клиентам соответствующие рисунки и номера, так как не везде есть возможность допустить клиентов к экранам компьютеров.

Обучиться работе с электронными каталогами может любой человек, мало-мальски технически грамотный. Все они устроены так, что нужно лишь внимательно смотреть подсказки, и тогда неверный выбор исключен. Для этого в каждой программе есть удобный интерфейс – визуальная оболочка, облегчающая общение пользователя с компьютером.

Система поиска любого каталога оригинальных запасных частей обеспечивает поиск относительно марки, модели, модификации, года выпуска, типа и модели кузова, типа и модели двигателя, наличия специальных систем и устройств. Для поиска необходимо из предложенных программой групп

выбрать нужную, затем выбрать подгруппу, затем найти описание необходимой детали. При этом поиск может сопровождаться рисунками для визуального определения запчасти. Предусмотрена также возможность идентификации запасной части по ее оригинальному номеру с целью определения ее применяемости (для каких моделей она подходит). Существует возможность распечатать то, что отражено на экране.

Каталоги неоригинальных запасных частей обычно составляются по группам запчастей, например, фильтры, колодки или ремни на разные марки и модели техники. Реже каталоги “неоригинала” посвящены ассортименту различных групп запасных частей в рамках марки автомобиля.

В электронных каталогах неоригинальных запасных частей может быть представлена только одна группа или подгруппа запчастей, поэтому выбор там еще проще, но относительно все тех же марок, моделей и модификаций, годов выпуска, объемов и моделей двигателей и т. д. В большинстве каталогов неоригинальных запасных частей предусмотрена возможность поиска интересующего номера по оригинальному номеру запчасти, а также по номерам других производителей аналогичной продукции. Возможность вывода на печать рисунка с изображением детали или таблицы применимости запасные части существует тоже.

Каталоги неоригинальных запасных частей распространяются по товаропроводящим сетям и предназначены для

территориальных дистрибьюторов и розничных продавцов. Большинство печатных изданий каталогов сопровождается их электронными версиями.

Большое количество неоригинальных запасных частей одних и тех же товарных групп, разнообразие форм неоригинальных номеров создает определенные неудобства в процессе работы магазинов. При поиске необходимой запасной части или анализе конкурентных цен необходимо проверять соответствие одного номера другому, на что уходит много сил и времени.

Многие используют для этих целей большой перекрестный каталог, позволяющий к тому же подобрать необходимую запасную часть, который называется TecDoc.

Каждый продавец запасных частей в своей ежедневной работе использует лишь некоторые товарные группы и марки неоригинальных запчастей, и лишь соответствующие номера попадают в адаптированную под свои потребности рабочую программу. При составлении собственного кросс-референса каталожных номеров как точка отсчета используется номер оригинальный, как обязательно существующий и истинный.

Для крупной малосерийной техники, начиная с грузовых автомобилей, а в последние годы и для легковых, все больше практикуются компьютерные системы каталожной информации. При малых сериях производится несколько модификаций каждой модели, машины модифицируются каждый год и выпускать печатные каталоги для них слишком долго и до-

рого. Предпочтение отдается компьютерному учету каждого грузовика по VIN – коду (Vehicle Identification Number) с привязкой к соответствующему набору запасных частей, хранящемуся в памяти центрального компьютера поставщика. При заказах запасных частей дилеры, принявшие машину в ремонт, сообщают на региональный склад перечень требуемых запчастей с указанием учетных номеров машины. Такие системы обеспечивают получение дилерами именно тех деталей, которые подходят к данной модификации машины.

Разумеется, применение таких систем стало возможным с развитием постоянного обмена компьютерной информацией между центральным и региональными складами, обеспечивающих поставку деталей в течение суток.

Поставщики машин, как правило, не предусматривают передачу каталогов запасных частей покупателям техники. Каталогами обеспечиваются только дилеры, так как они занимаются обслуживанием и ремонтом. Конечно, купить каталог может и владелец машины, но большинству они не нужны.

Следует особо отметить, что при разных системах нумерации деталей в чертежах, каталогах, прейскурантах все компании придерживаются единого правила – количество знаков в номерах и наименованиях деталей не должно увеличиваться при модификациях деталей или моделей машин. Так, если с самого начала была заложена 15-значная система для

номера и для наименования, она остается неизменной. Такие ограничения вызваны тем, что во всех издавна разработанных компьютерных программах, выполняющих любые операции по учету запасных частей – от конструкторского бюро до продажи конечным покупателям в разных странах, – количество знаков, отведенных для номера и наименования детали, фиксировано и не может быть увеличено без полной переделки всех программ во всех странах, где продаются запчасти.

В каталогах деталей на наши машины, к сожалению, пока можно увидеть номера не лимитированного размера, добавления типа “зам”, “рем”. В наших каталогах приводятся все детали машин, тогда как следовало бы указывать номера только тех, которые поставляются в запасные части – было бы меньше ошибок в заявках, претензий и ненужной переписки.

Еще большую путаницу вносят отечественные изготовители неоригинальных запчастей к отечественным машинам. Не считая нужным вести свою нумерацию, как это делают изготовители неоригинальных запчастей к иномаркам, они продают свою продукцию под номерами оригинальных деталей. Но номера оригинальных деталей порой дополняются индексами в связи с модификацией и модифицированные детали часто подходят не ко всем машинам, а только к тем, на которые они устанавливались.

Не зная стандартов, фирмы, ведущие учет по наимено-

ваниям, и наименования составляют неверно. Самые распространенные ошибки – введение жаргона, известного далеко не всем автомобилистам (“трамблер” вместо “распределитель зажигания” и др.), технически неверных названий (“ось” вместо “вал” и наоборот), нестандартная последовательность слов в сложных названиях (“комплект поршневых колец” вместо “кольца поршневые, комплект”; “задняя левая дверь” вместо “дверь задняя левая”) и т. д. Эти ошибки приводят к непониманию приемщиками заказов заявок клиентов, невозможности найти деталь даже в собственном прейскуранте и на складе и, как следствие – пересортице, ошибкам, утере контроля.

## **Нумерация деталей автомобилей**

Детали машин производства автозаводов СССР, СНГ, России, нумеруются в соответствии с разработанными отраслевыми стандартами. Эти номера применяются для составления чертежей, каталогов запасных частей, планирования производства, составления заказов на запасные части.

Ниже приведены “Правила нумерации деталей автомобилей производства автозаводов СССР, СНГ, России, для составления каталогов запасных частей и заказов на запасные части”. Эти правила распространяются на всю колесную технику, включая колесные тракторы. Эти правила следует изучить и применять всем, кто работает с запчастями к маши-

нам отечественного производства.

Каталог запасных частей содержит спецификации, в которых указаны сборочные единицы и детали автомобиля, их наименование и количество на одну машину. Каталог сопровождается иллюстрациями конструктивных сборочных единиц и деталей, расположенных в порядке сборки. Каталог является справочным пособием при составлении заявок и поставке запасных частей. Он предназначается для работников, занимающихся эксплуатацией, обслуживанием и ремонтом автомобилей, для торговых и сбытовых организаций, а также индивидуальных владельцев автомобилей.

# Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.