



АССОЦИАЦИЯ
ДИЛЕРОВ
СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ
ТЕХНИКИ

«Синергия взаимодействия производителя и дилера сельхозтехники»

Исторические этапы системы продаж и обслуживания сельскохозяйственной техники

Советский период до 1991



Централизованное снабжение сельскохозяйственной техникой и запчастями через систему «Агроснаба» и капитального ремонта через систему «Сельхозтехники»

Основные черты:

- Практическое отсутствие выбора в техническом оснащении
- Практическое отсутствие текущего и гарантийного ремонта со стороны Поставщиков

Период становления рыночных отношений 1992- 1999



- Развал системы централизованного распределения сельскохозяйственной техники
- Остановка заводов сельхозмашиностроения в России и большинстве постсоветских республик
- Начало активной посреднической деятельности частных лиц и частных компаний по продвижению импортной техники, без обязательств по гарантийному и сервисному обслуживанию
- Возникновение интереса иностранных производителей сельхозтехники к рынкам постсоветского пространства

Становление рынка продаж с 2000 года и по настоящее время



- Формирование заводами-изготовителями дилеров из числа наиболее успешных частных компаний
- Структуризация дилеров по регионам, видам предлагаемой техники и оборудования
- Возобновление работы российских заводов сельхозмашиностроения
- Появление на рынке России компаний фул –лайнеров Claas, John Deere, CNH, AGCO
- Возрастание требований заводов-изготовителей к дилерам по организации работы в соответствии с мировыми стандартами

Дилеры структурированы:

По поставщикам:

- Full –Liners и сопутствующая техника
- Другие поставщики

По территориям:

- Федеральные сетевые компании
- Региональные компании (охват 3-8 областей на определенной территории)
- Областные компании (в рамках 1 области)

Дилер сельскохозяйственной техники сегодня:



- Дилерские центры
- Сервисные машины
- Инструмент
- Сервисное оборудование
- Обученный персонал
- Комплектные склады запчастей

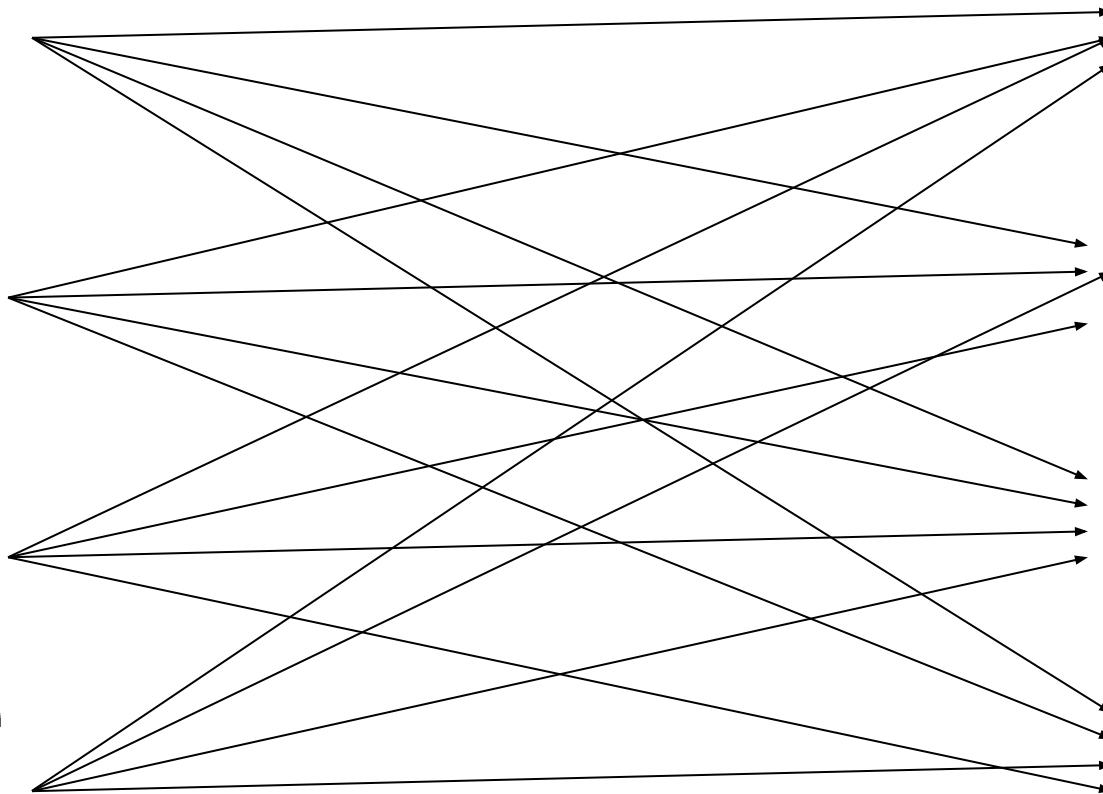
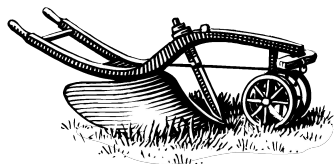
Направления деятельности Дилера сегодня

- Разработка технологии или части технологического решения
- Подбор техники и определение оптимальной комплектации
- Доставка техники
- Проведение пуско-наладочных работ
- Обучение
- Гарантийное и сервисное обслуживание
- Доставка запасных частей

Прямой канал распределения

ПРОИЗВОДИТЕЛЬ

ПОТРЕБИТЕЛЬ



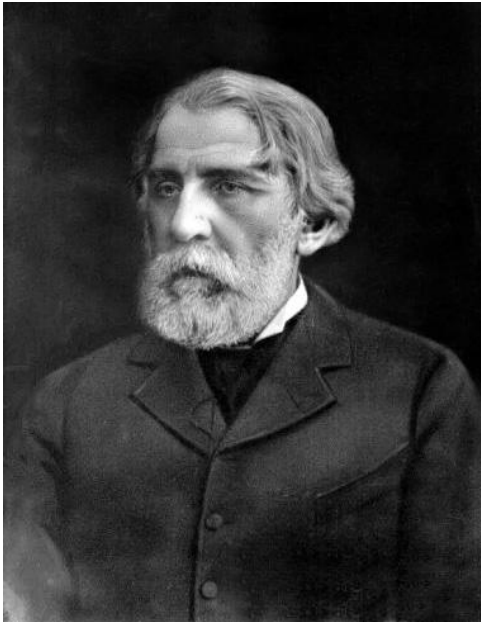
Проблемы прямого канала распределения

- Географическая удаленность
- Стимулирование спроса и предложения

Противоречия и потребителей

производители

- По количеству
 - Производителю необходим объём производства для получения экономии в результате масштаба деятельности. Потребителя интересует одна или несколько единиц товара
- По ассортименту
 - унификация продукта позволяет Производителю получать дополнительную экономию. Потребителя интересует товар под его индивидуальные потребности



... как же возможно перенимать, не соображаясь с условиями климата, почвы, с местными, с народными особенностями?

Отец мой, помнится, выписал от Бутенопов чугунную, отлично зарекомендованную веялку; веялка эта, точно, была очень хороша – и что же? Она целых пять лет простояла в сарае безо всякой пользы, пока ее не заменила деревянная американская - гораздо более подходящая к нашему быту и к нашим привычкам, как вообще все американские машины.

Тургенев И.С. 1867 «Дым»

Историческая справка.

Бутенопы (братья Николай и Иоганн)



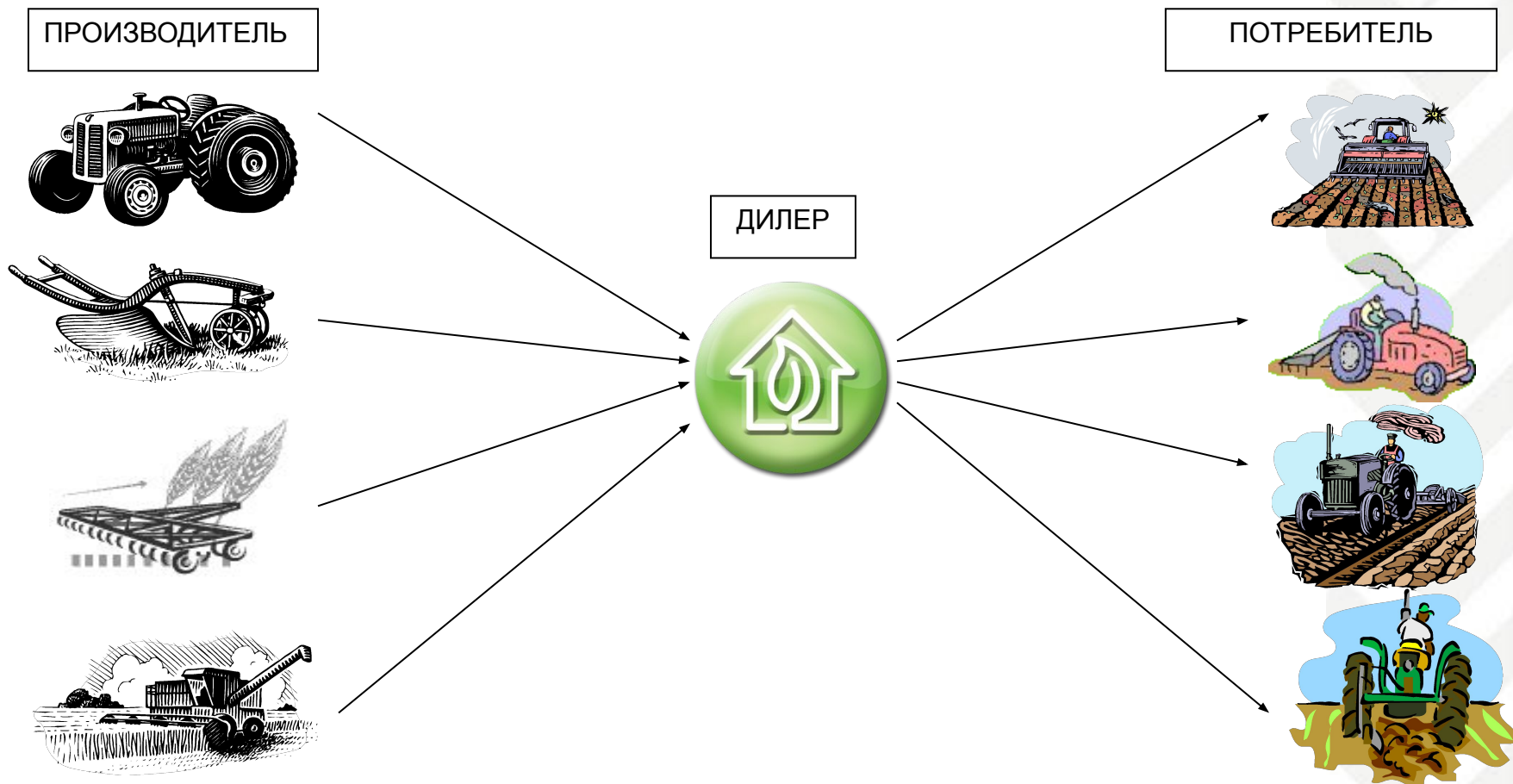
Приехав в 1832 г. в Москву из Голштинии, они устроили завод для изготовления земледельческих орудий и машин.

Московское общество сельского хозяйства приняла под свое покровительство предприятие, в котором изготавливали веялки нового устройства и молотилки, распространившиеся с течением времени, благодаря им, повсюду в центральных губерниях.

Министерство финансов, сочувственно относясь к их деятельности и желая ее расширения, выдал, ссуду 70000 рублей ассигнациями на 25 лет без процентов. Это помогло Бутенопам значительно расширить свое производство и открыть склады в Киеве и Харькове.

Расширение производства техники без учета природно-климатической разнообразности России, показала непрактичность многих сельскохозяйственных машин, на которые в это время помещиками были затрачены громадные суммы, явилась причиной сокращения производства и последующей продажей предприятия

Участие Дилера в канале распределения



Преимущества для Производителей

- Охват рынка
- Продвижение
- Принятие финансовых рисков
- Финансирование
- Снижение складских остатков
- Управленческие услуги
- Таможенные услуги
- Транспортировка
- Хранение
- Монтаж и ввод в эксплуатацию
- Обучение
- Гарантийное и сервисное обслуживание, включая поставку запасных частей
- Систематизация информации об эксплуатационных характеристиках техники
- Обмен информации с производителем о потребностях спроса и удовлетворенности Продуктом

Преимущества для Потребителей

- Технологическая поддержка
- Повышение удовлетворенности Клиента за счет учета индивидуальных потребностей и знания предлагаемого продукта
- Финансирование
- Принятие финансовых рисков
- Управленческие услуги
- Таможенные услуги
- Транспортировка
- Монтаж и ввод в эксплуатацию
- Обучение
- Снижение складских остатков
- Гарантийное и сервисное обслуживание, включая поставку запасных частей
- Рост уровня компетентности с накоплением опыта и знаний

Синергия взаимодействия производителя и дилера сельхозтехники

Основой роста производства и продаж сельскохозяйственной техники является развитие сельскохозяйственного производства

Источники формирования платежеспособного спроса:

1. Собственные средства Клиента

- Товарность и рентабельность продукции
- Дополнительные источники от реализации собственности (земли и пр.)

2. Банковские кредиты

- Наличие и доступность кредитных ресурсов

3. Средства инвесторов

- Наличие свободных инвестиционных средств
- Наличие инвестиционной привлекательности

4. Бюджетное финансирование

- Субсидии на основное производство
- Субсидирование кредитных ставок
- Программы финансирования Субъектов Федерации
- Федеральный лизинг «Росагролизинг»