

*Аннотация.* При управлении официальными дилерами в Республике Ангола возникает немало проблем в обеспечении технического обслуживания, в частности, по предоставлению запасных частей. Кроме того, существует проблема утилизации старых и аварийных автомобилей. Выше перечисленные проблемы требуют большего внимания, когда рынок растет быстрыми темпами, а сервисные услуги не соответствуют такому темпу роста. В работе рассмотрены проблемы предоставления автосервисных услуг в Республике Ангола.

*Ключевые слова:* автосервис Анголы, автомобили, техническое обслуживание, запасные части, утилизация

В отчете Ассоциации официальных дилеров автотранспорта и оборудования (Анголы) четко указано, что продажи автомобилей в Анголе выросли на 8,5% в 2013 г. по сравнению с 2012 г. Это значительная цифра. Общий объем продаж у 24 автомобильных дилеров в стране увеличился на 102,5% – легковые автомобили эконом класса, на 173,4% – высококлассные автомобили, по сравнению с 2012 г. [1]. В этом сегменте рынка в течение 2013 г. было продано на 4182 единицы больше самых дешевых автомобилей и на 85 больше автомобилей класса люкс по сравнению с предыдущим годом [2].

Несмотря на то, что в отчете ассоциации зафиксирована продажа 21221 единицы легкового автомобиля, значительным является увеличение продаж тяжелых пассажирских автомобилей, за последние три года цифра выросла с 518 единиц до 1481, тем самым составила рост 185,9% в 2013 г. по сравнению с предыдущим. Тем не менее, большой вклад в продажи вносят легковые автомобили (68,8% в 2012 и 65,3% в 2013), тогда как продажи легковых автомобилей эконом класса упали на 36,83%.

В тройку брендов с самыми высокими темпами роста продаж, вне зависимости от класса автомобиля, входят Hyundai (5814 проданных единиц (17,7%)), Toyota (4597 (14,6%)) и KIA (2900 (8,8%)), конкурируя на внутреннем рынке с более чем 30 брендами. И, не смотря на то, что конкуренция на рынке растет в связи с вступлением на него новых дилеров и неофициальных импортеров, в 2014 г. наблюдаются более высокие темпы роста.

Таким образом, можно сделать вывод, что автомобильный рынок Анголы, несмотря на то, что новый, можно считать достаточно перспективным, так как наблюдается его быстрый рост. Но одновременно с ростом продаж автомобилей должно увеличиваться количество и качество предоставляемых дилерами и сервис-центрами услуг. К сожалению, такого прогресса в сфере предоставления широкого и качественного спектра услуг не наблюдается, и это является самой главной проблемой как для покупателя, так и для продавца. Рассмотрим эту проблему подробнее.

Для начала следует рассмотреть базовые услуги, которые предоставляют официальные дилеры. В качестве примера возьмем самые популярные в прошлом году бренды – Hyundai, Toyota, KIA, и включим также автомобили FORD, которые утверждают свою позицию в этом сегменте рынка. Можно сказать, что все дилеры, представленные на автомобильном рынке Анголы, предлагают одинаковый набор базовых услуг. В список послепродажных услуг входят обслуживание и ремонт, предоставление запасных частей и аксессуаров, гарантия и руководство по эксплуатации. Сразу можно обратить внимание на проблему номер два – отсутствие услуг по утилизации автомобиля, но так как данный вопрос волнует покупателя в последнюю очередь, а многие совсем не думают о нем, то вернемся к проблеме номер один – предоставление запасных частей.

Для получения запасных частей официальный дилер действует тем же методом, каким

для получения автомобилей для продажи – составляет документ, в котором указывает количество единиц и вид нужного товара, и отправляет его в центральный аппарат. Схема простая, но, к сожалению, логистика запасных частей в Анголе всех официальных дилеров организована на низком уровне.

Запасные части автомобилей делятся на две группы:

- к первой группе относятся запасные части, которые должны всегда быть на складе, так как часто используются при технических осмотрах, плановых ремонтах текущего модельного ряда и недавно снятых с производства автомобилей;
- вторая группа деталей – это те запчасти, которые запрашиваются на конкретный автомобиль [3].

Порой бывает экономически не выгодно закупать запасные части второй группы, поэтому запросы на такие виды деталей делаются по мере необходимости. Просмотрев несколько сайтов сервисных центров России, можно сделать вывод, что время ожидания детали второй группы составляет в среднем 21 день (3 недели) +/- 7. К сожалению, ожидание такой детали у дилера FORD, например, в Анголе может составить 2 месяца, кроме того, владельцу автомобиля придется отдать за деталь огромную сумму.

Что касается запасных частей первой группы, то и тут тоже часто наблюдаются проблемы. Дело в том, что каждый дилер ставит перед собой цель продать как можно больше автомобилей, не задумываясь о реальном количестве запасных частей, которое может понадобиться. Поэтому часто выстраиваются большие очереди даже за стандартными запасными частями.

Автодилеры объясняют факт наличия больших очередей на ремонт тем, что автопроизводители не учитывают специфику ангольского рынка и растущую потребность в большом количестве запасных частей. Они рассчитывают на то, что многие обращаются в сервисные центры неофициальных дилеров и не хотят тратиться на поставку и хранение товара, который в конечном счете не окупится.

Самым доступным и быстрым, по оценке экспертов, дилером в Анголе, в последние годы, является Hyundai. Поэтому он занимает лидирующую позицию уже 2-ой год подряд. Много недостатков наблюдается в логистической системе поставок запасных частей этого бренда, но чаще всего они связаны с моделями уже снятых с производства автомобилей.

Toyota, долгие годы занимавшая первое место по продажам, уменьшив в разы свою популярность среди ангольских потребителей, несильно беспокоится по поводу запасных частей, так как на старые автомобили чаще всего предпочитают покупать детали на черном рынке, а на запасные части новых моделей спрос не так велик. Обратная ситуация с KIA, которая становится все популярнее, но не успевает пополнять свои запасы деталей. Кроме того, автомобили этой марки не очень приспособлены для условий Анголы. Наблюдаются частые поломки, что требует наличия деталей для замены.

Если нет запасной детали на складе, то, в зависимости от поставщика и вида транспорта, на поставку может уйти от двух недель. Крупногабаритные детали перевозятся исключительно морским путем, и ожидание такой запчасти составляет минимум месяц. Стоимость доставки включена в стоимость детали.

Порой становится невыгодно такое длительное ожидание запасных частей и потребитель вынужден обратиться за нужным товаром к неофициальным продавцам автомобильных запасных частей. При росте такой тенденции официальный дилер теряет свое преимущество. Стоит отметить, что Hyundai четко дает понять своим клиентам, что при участии в рабочей деятельности автомобиля этой марки (купленного у них) любого другого сервисного центра или проданной им запасной части, они НЕ несут ответственности за работоспособность автомобиля. Однако ужесточение политики компании по отношению к сервисному обслуживанию не является выходом, решение вопроса – в улучшении логистической цепочки поставки запасных частей. Управляющий орган компании должен принять решение какое ко-

личество и какой номенклатуры запасных частей должны находиться в запасе, и в какое время следует производить пополнение запаса.

Из сформулированного выше критерия образования запасов требуется определить размер и время закупки партий запасных частей. Необходимо также определить сроки оформления заказов для того, чтобы они были четко фиксированы и соблюдались поставщиками. Задачи управления запасами имеют важное значение в деле бесперебойного обеспечения запасными частями потребителей [4].

Система снабжения официальных дилеров централизованная, продукция распределяется главным офисом Hyundai в Сеуле, что значительно усложняет систему. Продукция FORD, например, запрашивается в офисе в Португалии. Часто случается, что предоставляется меньше единиц продукции, чем было запрошено, что способствует росту очередей и недовольству клиентов.

Рассмотрим вторую проблему сферы услуг, предоставляемых официальными дилерами – утилизацию. Как уже было сказано выше, о данной проблеме чаще всего задумываются, когда с ней сталкиваются, но она не менее важная.

С быстрыми темпами роста рынка и появления на нем инноваций в автомобильной сфере официальные дилеры в Анголе обеспокоены маркетингом и продажей своей новой продукции. Но тем временем растет число старых автомобилей, которые нуждаются в постоянном вмешательстве для поддержания работоспособности. Запасные части таких автомобилей со временем перестают производить, и поддерживать в рабочем состоянии такого «железного коня» становится все труднее и затратнее.

Что происходит с автомобилем после «смерти»? В развитых странах он попадает на переработку. В Анголе официальные дилеры не предоставляют такого рода услуги, поэтому это становится большой проблемой. Не зная, куда деть автомобиль, их часто забрасывают на какую-нибудь свалку или освобождают его от двигателя и шин и сжигают. Любой из этих вариантов наносит большой вред окружающей среде. Но нельзя забывать, что мы говорим об официальных дилерах, которые не могут взять на свой счет принятие таких серьезных и дорогих решений. Все зависит от главного офиса, которому, естественно, не хочется лишний раз тратиться. Есть ли выход из такой ситуации?

Выход есть. Здесь должно сыграть свою роль правительство, ужесточая свою политику и тем самым заставляя производителей автомобильной продукции задумываться и решать этот вопрос совместно с государственным органом (к примеру, с министерством транспорта или экологии), так как утилизация автомобилей является достаточно сложным проектом, и больше всех в ней заинтересовано именно государство.

Из всего выше сказанного можно сделать вывод, что две рассмотренные проблемы предоставления услуг автосервиса в Республике Ангола существуют в большей части из-за того, что официальные дилеры сильно зависят от главных офисов своих компаний. Решением этой проблемы должно стать наличие в стране не только дилеров по продаже автомобилей и запасных частей, а заводов по производству такого рода продукции.

Первая попытка открытия завода по сборке автомобилей была предпринята в сотрудничестве с Китаем, в последствии, в апреле 2008 г., была выпущена в Анголе китайская версия Nissan (Zhengzhou Nissan). В этот проект было инвестировано 30 млн. долларов США. Планировалось выпускать в год 30.000 автомобилей (автобусы, мини автобусы, легковые автомобили, джипы, в том числе и джип Nissan Paladin, который уже находился в продаже в Китае на тот момент, pick-up и другие) [6].

К сожалению, эта попытка не увенчалась успехом. Автомобильная продукция в начале привлекла внимание потребителей своей низкой ценой и наблюдался большой спрос, но затем из-за низкого качества продукции (уже в первые три месяца работы автомобиля появлялись проблемы с двигателем) китайский Nissan становится все менее и менее популярным.

Крупнейший в России производитель грузовиков, КАМАЗ, запустит в 2016 проект

установки тяжелой автомобильной промышленности в Анголе. Инвестиции оцениваются в 20 миллионов долларов США. Рафаил Гафеев, генеральный директор Внешнеторговой компании «КАМАЗ», заявляет, что деятельность компании подразумевает поставку не только производимой автомобильной техники и запасных частей, но и организацию полного сервисного обслуживания, чего Zhengzhou Nissan не смогла сделать. Если проект «КАМАЗ» будет успешно запущен, и будут выполнены все пункты договора, то это станет первой ступенью в развитии тяжелой автомобильной индустрии в Республике Ангола.

### **Выводы**

Республика Ангола пользуется, в основном, импортными автомобилями, поэтому поставка запасных частей к ним и все послепродажное обслуживание зависят от главных органов компаний, которые находятся за границей. Что касается строительства заводов для производства запчастей, то должна быть сначала решена проблема их рентабельности.

### **Литература**

1. Отчет Ассоциации официальных дилеров автотранспорта и оборудования в Республики Ангола. 2013 г.
2. Экономический еженедельник Анголы «Расширение» («Expansao»).
3. [www.smartec.ru](http://www.smartec.ru)
4. [www.stroy-technics.ru](http://www.stroy-technics.ru)
5. [www.cyberleninka.ru](http://www.cyberleninka.ru)
6. Журнал «Macauhub».
7. Журнал «Новости Анголы» («ANGOnoticias»).

### **Проблемы создания и развития малых инновационных предприятий при вузах**

д.э.н. проф. Веснин В.Р., д.э.н. проф. Грибов В. Д., к.э.н. Камчатников Г.В.  
*Университет машиностроения*  
8 (495) 455-48-68

*Аннотация.* В статье рассматриваются проблемы, сдерживающие создание малых инновационных предприятий при вузах, предложены меры по преодолению этих проблем.

*Ключевые слова:* малые инновационные предприятия, барьеры, интеграция науки и образования, побуждение к инновациям, финансирование.

Переход экономики России на инновационный путь развития предполагает использование всех возможностей и направлений работы для решения этой актуальной и стратегически важной народнохозяйственной задачи.

Одним из важных направлений здесь несомненно является активизация использования научного потенциала вузов России. На это направлен Федеральный закон № 217-ФЗ, принятый в августе 2009 года.

Создание малых инновационных предприятий (МИП) при вузах – это важный и позитивный путь интеграции науки и образования, поскольку и образование и наука от этого только выиграют. Процесс подготовки кадров в этом случае будет обогащаться самыми современными знаниями и достижениями науки и техники в соответствующей области, а наука будет активнее развиваться за счет лучшего использования творческого потенциала профессорско-преподавательского состава вузов, части студентов старших курсов, имеющих склонность к научной работе и аспирантов.

Пока же этот потенциал используется в России недостаточно и от этого страдает уровень образования народного хозяйства, страдает и научно-технический прогресс в стране.