

# Торговые практики автопроизводителей и официальных дистрибьюторов

Выполнила Рукавишникова Татьяна

ЭФ МГУ

Направление ЭТ

# Текущая ситуация

Значительная асимметрия сторон  
производители/официальные дистрибьюторы – дилеры

Создание дополнительных барьеров входа

- Дилерский договор заключается после завершения строительства салона => возможно выдвигать разнообразные требования к претендентам
- Дилерский договор не бессрочный => даже после заключения договора можно манипулировать действиями дилера

Дилеры – конечные потребители

- Возможность перенесения дилерских рисков на конечных потребителей в форма повышения цены

# Текущая ситуация

Требования производителей/официальных дистрибьюторов:

- Обеспечение безопасности
- Сохранение единого стиля
- Обеспечение доступности салонов и автомастерских

Трудно определить экономическую обоснованность элементов 2-го требования.

- Снижение рисков (например, копирование фирменного стиля)
- Возможность извлечения ренты (навязывание определенных поставщиков)

# Распределение рисков и выгод (по группам интересов)

*Производители/официальные дистрибьюторы:*

## Риски

- Снижение уровня репутации при наличии ненадежного контрагента
- Дополнительные барьеры снижают объемы продаж

## Выгоды

- Возможность перекладывать риски на дилеров
- Сохранение репутации => возможность поддерживать высокие цены
- Возможность извлекать ренту с помощью дополнительных барьеров

# Распределение рисков и выгод (по группам интересов)

*Автодилеры:*

Риски Проблема заложника; навязывание условий контракта

Выгоды

- Интегрированные дилеры получают значительное количество преимуществ
- Все риски перекладываются на конечного потребителя

Стимулы

Условия, навязываемые производителями/официальными дистрибьюторами могут способствовать повышению эффективности работы дилерских центров

# Распределение рисков и выгод (по группам интересов)

*Центры сервисного обслуживания:*

## Риски

- Дискриминационные условия поставки оригинальных запчастей и технической информации => не допускаются к обслуживанию автомобилей на гарантии

Выгоды Автомобили не на гарантии могут проходить обслуживание в данных центрах по более низкой цене

*Потребители автомобилей:*

Риски Высокие цены; задержка сроков поставки; отказ в поставке; ограничение в выборе

Выгоды Защищенный бренд

# Российский рынок



# Европейский опыт

## Производители - дилеры

- Стерты границы между интегрированными и независимыми дилерами
- Возможность выбора контракта только по продажам или продажи + послепродажное обслуживание
- Мультибрендинг

## Сервисное обслуживание

- Равные возможности доступа к технической информации у авторизованных и неавторизованных сервисов
- Запрет на снятие с гарантии при прохождении обслуживания в неавторизованном сервисе



# Варианты решений сложившейся проблемы

- Статус – кво:
- Избирательные предписания ФАС в части формирования ТП между производителями/дистрибьюторами и дилерами
- Разработка guidelines со стороны ФАС (например, как кодекс корпоративного поведения – носит рекомендательный характер)
- Введение обязательных норм
- Сочетание нескольких вариантов

Спасибо за внимание!