Макарова И.В.
соискатель, ст. преподаватель кафедры экономики и менеджмента Московского государственного индустриального университета
angel_07_90@mail.ru

Оцениваем и выбираем дилера

Методика выбора независимого посредника – дилера в предпринимательстве

Аннотация

В статье освещается вопрос выбора независимого посредника (дилера) на основе комплексной оценки. Предложено использование методики экспертных оценок с учетом количественных и качественных показателей, с присвоением соответствующего уровня дилеру. Статья содержит группы показателей, составляющих модули комплексной оценки дилера.

Практически для любого бизнеса важную роль играет организация системы товародвижения. Все меньше предприятий осуществляют эту функцию самостоятельно, предпочитая передать ее сторонним специализированным участникам рынка, выбор которых должен быть основан на комплексности, осторожности и рациональности.

Комплексность при выборе посредника проявляется во всестороннем анализе всех факторов финансово-хозяйственной деятельности. Их следует представить в виде комплекса частных и обобщающих, количественных и качественных показателей. Необходимо провести оценку и ранжирование факторов, а на основе обобщения данных анализа присвоить посреднику соответствующий уровень (1).

все меньше предприятий осуществляют функцию товародвижения самостоятельно, предпочитая передать ее сторонним специализированным участникам рынка

Таблица

Группы показателей, составляющих модули комплексной оценки дилера

	МОДУЛЬ	КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ И КАЧЕСТВЕННЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ВЫБОРА ДИЛЕРА
1	Оценка области деятельности организации и рынка сбыта продукции	– сегмент и доля рынка; – степень концентрации основных потребителей; – уровень цен; – конкурентная среда (активность посредников в отрасли); – наличие в регионе зарубежных дилеров
2	Анализ экономического потенциала дилера	– масштабы товарооборота; – своевременность поставок; – использование складских площадей (и/или демонстрационных площадей); – уровень инновационной активности; – наличие и использование информации, дающей организации преимущества перед другими организациями
3	Анализ и оценка финансовых результатов деятельности	– оценка финансовой устойчивости; – оценка ликвидности; – интенсивность оборачиваемости товарных запасов; – рентабельность продаж
4	Анализ организационно управленческой базы	– качество кадрового обеспечения; – текучесть кадров; – наличие системы планирования; – организационная структура
5	Оценка ресурсной обеспеченности	– сертификация услуг; – уровень технической оснащенности дилера; – эффективность системы учета и контроля системы товародвижения (использование современных информационных технологий и программного обеспечения)
6	Оценка репутации организации и ее менеджеров	– оценка дилера потребителями, контрагентами и др. участниками рынка (деловая репутация); – личные качества менеджеров организации

Модули оценки

В оценочных системах значительное внимание уделяют оценке сравнительной важности критериев. Оценочные системы используются и при расчете рейтингов (2).

Автором предложено использовать методику экспертных оценок для выбора независимого посредника – дилера в предпринимательстве.

Комплексный анализ дилера по предложенной методике необходимо проводить по ряду модулей (*см. табл. выше*).

Далее необходимо осуществить процедуру присвоения соответствующего уровня дилеру на осно-

предлагаемый подход к оценке дилера предполагает использование как количественных, так и качественных показателей, доля которых значительна

ве комплексной оценки по каждому показателю, с учетом значений количественных коэффициентов и значений качественных показателей, присвоенных экспертами, от 3 (лучший показатель) до 1 балла (худший показатель). Состояние показателей и интервалы значений для комплексной оценки дилера по модулям в данной статье не приводятся.

Для анализа рекомендуется использовать данные не менее чем за три отчетных периода деятельности дилера. Предлагаемый подход к оценке дилера предполагает использование как количественных, так и качественных показателей, доля которых значительна.

Здесь не используется система присвоения рейтингов показателям, характеризующим дилера, чтобы исключить субъективное предпочтение каждым экспертом тех или иных групп показателей и повысить достоверность оценки дилера.

Значения

Верхнее и нижнее значения итоговой балльной оценки I класса дилеров основаны на предположении, что все показатели комплексной оценки выбора дилера примут по шкале оценок значение 3, или 25 % показателей примут значение 2.

Верхнее и нижнее значения итоговой балльной оценки дилера II класса предложены исходя из предположения, что более 25 % показателей примут значение 2, а остальные – значение 3 по шкале оценок, или все показатели примут значение 2. При этом необходимо учесть, что в случае если хотя бы один из показателей примет значение 1, дилеру не может быть присвоен уровень I или II класса.

Нижняя граница дилера III класса обусловлена предположением, что 25 % показателей примут

Ключевые слова:
товародвижение,
посредник,
дилер,
комплексный анализ,
экспертные оценки,
модули комплексной оценки,
бальная оценка,
рейтинг дилера

Keywords:
moving of goods,
mediator,
dealer,
complex analysis,
expert estimates,
modules of complex assessment,
numerical score,
dealer's rating

предложенная автором методика выбора дилера предусматривает комплексный подход к оценке посредника

значение 1 по шкале оценок, но не более, а остальные 75 % – значение 2. Нижняя граница оценки дилера IV класса достигается, при условии, что все показатели оцениваются в 1 балл.

Предложенная автором методика выбора дилера предусматривает комплексный подход к оценке посредника. Это дает возможность учесть наиболее важные требования, выдвигаемые предприятием к дилеру, а также позволяет избежать дублирования показателей и отличается практической применимостью. К данной методике можно создать вспомогательную программу, упрощающую работу экспертов и позволяющую автоматически присваивать рейтинг дилерам, на основе проставленных экспертами оценок.

Литература

1. Ендовицкий Д.А., Бочарова И.В. Анализ и оценка кредитоспособности заемщика. – М.: КНОРУС, 2005. – 272 с.

2. Литвак Б.Г. Экспертные технологии в управлении: учебное пособие. – М.: Дело, 2004. – 400 с.

Makarova I.V.
applicant, senior lecturer,
Department of Economics and Management,
Moscow State Industrial University

Assessing and selecting the dealer
methodology of selecting an independent mediator – the dealer in business

Abstract

The article highlights the problem of selecting an independent mediator (dealer) on the basis of a complex evaluation. We propose the use of techniques of expert assessment with quantitative and qualitative indicators to the attribution of an appropriate level to the dealer. This article contains the group of indicators that make up the modules of the integrated assessment of a dealer.