

УДК 339.138:658.8

В.А. Кищун

Луцький державний технічний університет

СПОЖИВЧІ ВИПРОБУВАННЯ ЛЕГКОВИХ АВТОМОБІЛІВ

© Кищун В.А., 2001

Обґрунтовано доцільність випробувань легковиків як механізму дослідження їх споживчих властивостей. Проаналізовано та коротко викладено суть експертних, дорожніх, ресурсних, інших галузевих випробувань – аналогів споживчих. Докладно розглянуто експертні випробування (тест-драйви) легкових автомобілів.

The substantiation of car test carrying out advisability as a mechanism of their consumption properties investigation is given. The analysis is done and the essence of expert, road, resource, other field investigations, analogues to consumption ones is briefly shown. Car expert investigations (test-drives) are examined in detail.

Легкові автомобілі належать до складних за конструкцією, експлуатацією і обслуговуванням, дорогих товарів тривалого користування. Критерії при купівлі автомобіля у кожного споживача свої, але є спільні, зокрема – це надійність, безпека, комфорт, зрештою ціна і затрати на володіння. Однак якщо вартість легковика сьогодні не є таємницею, то отримання об'єктивної інформації про його споживчі властивості (якості) в Україні є непростим і, не в останню чергу, через упередженість або просто її відсутність.

За результатами маркетингових досліджень 49 % потенційних покупців при виборі автомобіля покладаються на думку друзів і знайомих, 38 % – спеціалістів СТО і 8% керуються рекомендаціями продавців-консультантів в автосалонах [1]. Інформація, яку вони отримують, різна за змістом, але однаково суб'єктивна, тому що відображає погляди реальних чи потенційних власників авто, механіків з обслуговування і ремонту, зрештою дилерів, метою яких є реалізація товару.

Існує контингент покупців, які ретельно збирають різноманітний матеріал про майбутній автомобіль, намагаючись сформуванати власну думку про нього. Однак і цей шлях не найкращий, оскільки дані, які потрапляють у періодику, проспекти, літературу дають заводи-виробники чи їх офіційні представники. Наведені там технічні характеристики автомобілів отримуються за умов, близьких до ідеальних, або складені з оптимальних результатів, а описи, як правило, мають рекламний відтінок. Особливо це стосується нових моделей напередодні запуску їх у виробництво. Лише під час експлуатації машини виявляються приховані недоліки, які продуценти намагаються усунути на конвеєрі та шляхом відкликання вже проданих автомобілів. Побуває навіть думка, що нову модель, зокрема європейського виробництва, краще купувати через рік з початку її освоєння – терміну, за який виробники усувають недоліки нової конструкції.

Натомість одним з ефективних способів отримання достовірної інформації про споживчі властивості автомобіля можуть бути спеціальні тести або випробування.

В автомобільній галузі Радянського Союзу була розроблена і функціонувала система всебічних випробувань усіх типів дорожніх транспортних засобів, які розрізнялися за об'єктами, призначенням, способами і умовами проведення, оцінюваними експлуатаційно-технічними властивостями. В ролі об'єктів виступали дослідні і макетні зразки нових або

модернізованих автомобілів та їх модифікації, зразки першої промислової партії та поточної продукції, окремі зарубіжні автомобілі.

Дослідні та макетні зразки, їх модифікації підлягали довпроваджувальним, попереднім і прийомним випробуванням. Автомобілі поточного виробництва проходили вибірково контрольні, ресурсні, сертифікаційні випробування, а також випробування на надійність. Зразки всіх автомобілів на будь-якому етапі їх розробки і виробництва могли піддаватися експлуатаційним та спеціальним випробуванням. Були передбачені й інші види галузевих випробувань.

За засобами, які застосовувалися, умовами і місцями проведення, випробування поділялися на стендові, лабораторні, полігонні (на випробувальних дорогах і спорудах полігонів, зокрема дорожньо-лабораторні і пробігові), дорожні (пробігові по дорогах загального користування), експлуатаційні (в експериментально-виробничих і опорних автомобільних господарствах), випробування в особливих (північних, тропічних, високогірних та інших) умовах.

За тривалістю випробування поділялися на нормальні і прискорені. Нормальні – це випробування автомобіля, методи і умови проведення яких забезпечували отримання необхідного обсягу інформації в термін, передбачений відповідними умовами і режимами експлуатації. При прискорених випробуваннях необхідна інформація одержувалася у коротший строк. Залежно від інтенсифікації прискорені випробування розділяли на форсовані і скорочені, відповідно, з і без інтенсифікації процесів, які викликали відмови або пошкодження. Форсовані прискорені випробування проводилися при збільшених навантаженнях (швидкостях, температурах, тисках тощо).

За способами організації і виконання випробування ділилися на порівняльні і експертні. Порівняльні проводилися з метою порівняння експлуатаційних показників (характеристик) двох або більшої кількості однотипних автомобілів. Щоб отримати точніші результати, випробування проводили для усіх відібраних зразків, по можливості одночасно, тобто в однакових метеорологічних умовах, на одних і тих самих дорогах з використанням одного обладнання.

Експертні випробування проводили спеціалісти в галузі випробувань і експлуатації автомобілів. Вони залучалися як експерти з метою оцінити показники експлуатаційних властивостей, зокрема таких, для визначення яких об'єктивні (інструментальні) методи дослідження і оцінки не давали змоги дати остаточний результат через складність і неоднозначність системи ВАДС (“водій–автомобіль–дорога–середовище”). Основою експертних випробувань, крім кваліфікації експерта-випробувача, були його психофізіологічні властивості як оператора автомобіля.

При дослідженні експлуатаційно-технічних властивостей автомобіля аналізували його тягово-швидкісні і гальмівні якості, паливну економічність, керуваність і стійкість, плавність ходу, прохідність, шуми і вібрації, ергономіку, надійність, пасивну безпеку. Для цього проводилися дорожні (дорожньо-лабораторні) випробування. Щоб оцінити пасивну безпеку, використовувалися спеціальні стенди для розбивання автомобілів, складне лабораторне обладнання, зокрема манекени, а самі дослідження отримали назву краш-тестів.

Експлуатаційні випробування ставили за мету визначити відповідність автомобіля умовам і вимогам експлуатації, виходячи з типу та призначення, зібрати дані про його надійність, а також надійність агрегатів, вузлів і деталей, уточнити параметри, необхідні для нормування витрат паливно-мастильних матеріалів, періодичності технічних обслуговувань, потреби в запасних частинах. Вирішувалися також питання перевірки в умовах експлуатації ефективності змін, внесених у конструкцію автомобіля і технологію його виробництва.

Під час спеціальних випробувань перевірялась здатність автомобіля працювати в особливих (північних, тропічних, високогірних районах, районах сухого, вологого клімату) умовах, а також придатність його до перевезення різних вантажів.

Ресурсні випробування призначалися для підтвердження заданого технічними умовами ресурсу автомобіля, його основних агрегатів і вузлів, тобто визначалася їх довговічність – властивість зберігати роботоздатність до настання граничного стану при встановленій системі технічного обслуговування і ремонтів.

Сертифікаційні випробування виконували уповноважені офіційні органи для встановлення відповідності характеристик властивостей автомобіля міжнародним і (або) національним нормативно-технічним документам на предмет видачі дозволу визначеної форми на експлуатацію автомобіля у відповідній країні.

Докладні результати будь-яких галузевих випробувань були відомі тільки спеціалістам і рідко потрапляли у ЗМІ. Споживач міг оцінити автомобіль лише за заявленими технічними характеристиками, інструкціями чи нормативними документами, складеними з урахуванням цих результатів. Зрештою, серед об'єктів випробувань його цікавили, переважно, автомобілі поточного виробництва, які були на ринку. Так само його увагу могли привернути результати лише окремих випробувань з переліку обов'язкових в автомобільній промисловості, викладені у доступній та зрозумілій формі. Нарешті, окрім суто технічних критеріїв оцінки авто, для вітчизняного споживача були і є не менш важливими (а часто і більш) економічні компоненти, як, наприклад, продажна ціна, вартість запасних частин, витрати паливно-мастильних матеріалів.

Так утворилася інформаційна ніша, що потребувала заповнення і якою скористалися, передовсім, українські та російські автомобільні видання. Залежно від поставлених цілей, наявності експертів-професіоналів, обладнання, лабораторій, полігонів зрештою, фінансових можливостей, вони почали організовувати свої випробування автомобілів, аналіз яких показав: виконавці намагаються здебільшого використовувати програми і методики окремих галузевих, зокрема, експертних, порівняльних, дорожніх (дорожньо-лабораторних), спеціальних, ресурсних випробувань чи їх фрагментів. Суттєва відмінність полягає, окрім іншого, у тому, що результати проведених аналогічних досліджень оцінюються не погляду конструктора чи виробника техніки, а – користувача, за що випробування отримали назву споживчих. Як приклад можна розглянути популярні сьогодні споживчі випробування, що одержали назву “тест-драйви”.

“Тест-драйв” у перекладі з англійської мови (test drive) означає “пробна поїздка”. Такі тести, з певними застереженнями, можна зарахувати до експертних випробувань, суть яких полягає у проведенні заїздів достатньої для формування висновку протяжності і тривалості по визначених маршрутах при різних заданих чи вибраних експертом режимах, а також виконанні характерних в нормальних і екстремальних умовах руху маневрів та інших експериментів, необхідних для одержання висновків. Експерт дає якісну і (або) кількісну характеристику експлуатаційним властивостям автомобіля, для чого запроваджується відповідна система (шкала) оцінок. Споживчий тест-драйв – це, свого роду, системне випробування автомобіля для оцінки його як товару.

Під час пробної поїздки аналізуються:

- зручність та робота органів керування;
- комфортабельність;
- динамічні та гальмівні властивості;

- керованість і стійкість;
- робота трансмісії (зчеплення, коробки переміни передач, роздавальної коробки, диференціала);
- шуми і вібрації;
- оглядовість.

Простий (мінімальний за тривалістю і обсягом перевірки) тест-драйв може входити у перелік послуг, які надає дилер клієнтові при купівлі автомобіля. У такому випадку в ролі експерта виступає сам покупець. Подібні заходи поширені за рубежом, зокрема в Італії, Фінляндії, Німеччині.

Відомий американський менеджер Лі Якокка, свого часу, використав пробну поїзду як ефективний маркетинговий хід. Коли продаж автомобілів CHRYSLER почав падати, компанія у рекламній передачі звернулася до споживачів із такими словами: “Просимо вас придивитися до продукції фірми CHRYSLER. Приходьте і здійсніть пробну поїзду на одному з наших автомобілів. Якщо ви це зробите, і якщо ви, по тому, купите машину у наших конкурентів, ми заплатимо вам 50 доларів лише за увагу до нас” [2]. Захід був досить успішним. Він привабив значну кількість покупців, що дало змогу, своєю чергою, дилерам CHRYSLER збільшити продаж легковиків.

В Україні безкоштовні тести запроваджуються дилерами неохоче. Як приклад, можна навести лише українські представництва CITROEN, MITSUBISHI, TOYOTA, VOLKSWAGEN. Швидше нададуть можливість клієнтам здійснити пробну поїзду приватні продавці на автомобільних ринках. Тривалість і програма такого тесту залежить від взаємної домовленості сторін.

Свій спосіб взяти участь у тест-драйві пропонує споживачеві телебачення, правда вже у ролі спостерігача. Транслюються телевізійні програми (наприклад, “Парк автомобільного періоду” на каналі “1+1”), в яких проводяться пробні поїздки ведучим або експертом-водієм. Окрім споглядання (замість реальної участі), присутні інші недоліки телевізійної версії тест-драйву: глядач змушений оцінювати автомобіль, запропонований авторами програми, а не який його цікавить, тривалість тесту жорстко обмежена ефірним часом, сама демонстрація має відверто рекламний характер. Такий сюжет цікаво спостерігати, однак практичної користі від подібних акцій небагато.

Особливої популярності тест-драйви автомобілів набули серед спеціалізованих видань і видань, які ведуть автомобільні рубрики, зокрема, вітчизняних ЗМІ “Автомобиль”, “Автофорум”, “Автоцентр”, “Дорога”, “Київтранссервіс”, “Motor News”, “Сигнал”, “Галицькі контракти”, доступних для українського споживача, російських “Автомеханик”, “Автомир”, “Авторевю”, “Автошоп”, “За рулем”, “Клаксон”, “Клуб 4×4”, “Лимузин”, “Мотор”, британського (російськомовного) журналу “Car”. Програми, методики проведення і форми звітів таких випробувань відрізняються. Результати залежать від тривалості тестування, обсягу виконаної роботи, кваліфікації водія-експерта і доводяться до читачів у різній формі. Як правило, це стаття, поділена на частини, в якій послідовно описується авто, робота його агрегатів та відчуття журналіста (експерта) під час поїздки. Матеріал закінчується висновком, в якому дається загальна оцінка об’єкта дослідження.

Інколи резюме тесту наводяться у вигляді переліку “плюсів” і “мінусів” автомобіля. *Переваги* легковика характеризуються фразами:

- просторий, комфортабельний салон;
- зручні сидіння і органи керування;

- чітка робота коробки переміни передач;
- хороша шумоізоляція;
- великий набір оснащення у базовій комплектації;
- висока якість виготовлення;
- 12 років гарантії проти корозії кузова;
- високий рівень безпеки (вісім повітряних подушок);
- можливість транспортувати важкий причіп;
- 25 тисяч кілометрів пробігу між візитами на СТО;
- порівняно невеликі затрати на обслуговування;
- прийнятна для більшості ціна.

Недоліками автомобіля вважаються:

- незручна посадка водія;
- недостатньо місця для пасажирів ззаду;
- схильність до кренів кузова;
- неефективна опалювальна система;
- обмежений доступ в багажник;
- великий радіус розвороту;
- надмірна витрата пального;
- висока ціна.

Трапляються вирази, які важко зрозуміти не лише звичайним споживачам, але і спеціалістам. *Позитивні* властивості автомобіля описуються фразами на зразок:

- надзвичайна зовнішність;
- передбачувана поведінка на дорозі;
- хвилюючі характеристики двигуна;
- безпроблемна їзда (паркування);
- унікальні можливості регулювання мікроклімату;

негативні:

- “лінивий” двигун;
- “нервозна” робота автоматичної коробки переміни передач;
- “задумливе” рульове керування.

Характерною особливістю словесної оцінки тест-драйвів є постійна перевага кількості “плюсів” над “мінусами”. Пояснюється це не лише технічною досконалістю машини, але і тим, що автомобілі для проведення випробувань редакціям надають дилери, реквізити яких обов’язково вказуються в статті. Безперечно, вважати такий звіт до кінця об’єктивним було б неправомірним.

Деякі видання (“Автомир”, “Автошоп”), окрім визначення “плюсів” і “мінусів”, вводять додатково оцінку автомобіля в балах. Розглядаються властивості, які можна дослідити протягом тест-драйву. Насамперед, це місце водія, салон, тягова динаміка, керованість, гальма, плавність ходу, шуми, мікроклімат, а також імідж марки. Кожний параметр оцінюється окремо (максимум п’ять балів) та в комплексі – загальною оцінкою. Споживачеві надається можливість проаналізувати результати оцінки самого автомобіля та його окремих характеристик.

Серед українських періодичних видань найпрофесійнішим підходом до випробувань автомобілів відрізняється журнал “Motor News”. Аналогом експертних випробувань можна вважати редакційний тест-драйв під назвою “перше знайомство” – короткочасну (100–

200 км) пробну поїздку. Оцінка здійснюється за принципом “плюсів” і “мінусів” по окремих групах: кузов, комфорт, двигун і трансмісія, динаміка, безпека. В кожній групі називаються кілька параметрів, поряд з якими проставляються знаки “плюс” або “мінус”. Врахувавши всі “плюси” і “мінуси”, можна зробити висновки про автомобіль загалом або про його окремі властивості.

Деяку іншу форму подачі звітів про споживчі тест-драйви під назвою “примеряем на себя” вибрав часопис “Авторевю”. Кілька днів автомобілем користуються різні за віком, статтю, темпераментом, антропометричними даними і водійським стажем члени редакційного колективу, після чого описують враження від поїздки. Звіт обов’язково закінчується особистою думкою експерта – купив би він цей автомобіль чи ні. Ознайомившись із суб’єктивними результатами тестів, які друкуються одночасно, і нерідко бувають полярно протилежними, споживач має можливість попередньо сформулювати власну думку про тестований автомобіль.

Не меншою різноманітністю відрізняються дорожні, ресурсні та інші види споживчих випробувань легкових автомобілів.

1. Перепелица И. Потребительские предпочтения покупателей автомобилей // *Капитал*. 1998. № 1. С. 76–81. 2. Якокка Ли. *Карьера менеджера: Nonfiction*. Минск., 1996.

УДК 664.84

М.Х. Корецький

Запорізький інститут державного
та муніципального управління

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ МАРКЕТИНГУ В ОВОЧЕПРОДУКТОВОМУ ПІДКОМПЛЕКСІ АГРОПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ

© Корецький М.Х., 2001

Наведено розробки автора щодо комплексу формування ефективного овочепродуктового підкомплексу. Це зумовлюється необхідністю раціонального поєднання сфер виробництва, переробки, зберігання і збуту овочів, розвитку агробізнесу та створення відповідної інфраструктури ринку овочевої продукції в системі національного ринку продовольства.

In this article the elaboration's of farming of the efficient vegetable-food under-cornplex are performed. It is conditioned by the necessity to unite rationally spheres of the production, processing, storage and sale of vegetable, to develop agricultural business and to create the corresponding infrastructure of a vegetable production market in the system of national provision market.

Овочепродуктовий підкомплекс є важливою складовою частиною продовольчого комплексу України. Його основне завдання – стабільне задоволення потреб держави в овочевій продукції та її експорт в інші країни. В умовах стабільної економіки це завдання певною мірою виконувалося. Під час переходу до ринку та через економічну нестабільність ситуація в підкомплексі різко погіршилася: зменшилися обсяги виробництва і продажу