

УДК 658.8

DOI: 10.31891/2307-5740-2018-260-4-265-269

НЕХАЙ В. В.

Таврійський агротехнологічний університет

ЧИННИКИ РОЗВИТКУ ЗБУТУ ПІДПРИЄМСТВ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО МАШИНОБУДУВАННЯ ТА СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА КРАЇНИ

Визначено основні чинники та проаналізовано їх вплив на розвиток підприємств галузі сільськогосподарського машинобудування та сільського господарства України. Вказано на слабку забезпеченість технікою для сільськогосподарських робіт та межі потреби у основних засобах сільського господарства. Обґрунтовано висновки про те, що дієвими заходами вирішення проблеми визнано зміни на законодавчому рівні та зрушення в управлінні процесами на рівні підприємств.

Ключові слова: збут, маркетинг, машинобудування, сільське господарство, управління.

NEKHAY V.

Tavriya state agrotechnological university

FACTORS INFLUENCING THE DEVELOPMENT OF SALES OF AGRICULTURAL MACHINERY AND AGRICULTURE IN THE COUNTRY

The main factors of influence are determined. Their influence on the development of the enterprises of the agricultural machine-building and agriculture sector of Ukraine is analyzed. It is pointed out that there is a poor supply of equipment for agricultural work, the limits of need for basic means of agriculture. It is determined that the inflow to the domestic market of foreign machinery induces a decrease in the volume of production of machinery and equipment for agriculture. The prices for them grow in the absence of funds from agricultural enterprises. This leads to an increase in the lifetime of the equipment. This reduces their technical readiness, leads to a breach of the terms of agricultural work, reduces the purchasing power of users of technology. For manufacturers of agricultural machinery, the problem of low-level sales is increasing. The influence of such factors as industry, legal, personnel, economic, marketing and quality factor of enterprise management is determined. The essence and meaning of each factor are analyzed. The problem of sales improvement without staffing can not be solved. The success of the whole process of product movement, from production to consumer, depends on the qualifications, responsibilities and motivations of workers. It is important to set up the production of various component parts within the country, to diversify the assortment and quality of products, which is necessary first of all for own consumption, and also has important export value. It is important to develop and implement an economic mechanism to increase the interest of factories in the firm technical service of tractors, combines, other equipment during the entire period of their operation, in the restoration and re-sale of worn-out cars, realization of pre-sale and after-sales service. Problems of agricultural engineering are poor management of the development of enterprises themselves. Marketing is a set of functions that the market enters into. Information about his needs affects production programs. Market levers adjust the activity of the enterprise. An enterprise has the opportunity to influence the market and its presence through the product line adjusts the market situation. The prospect is to look for ways to accelerate the creation of appropriate conditions for the domestic technology to have organized sales, which is intended to eliminate the threat of dependence of agricultural enterprises on the supply of imported machinery and to meet the needs of farmers. Effective measures to address the problem were recognized by changes in the laws and improved business management.

Keywords: realization, marketing, mechanical engineering, agriculture, management.

Постановка проблеми. Наукове забезпечення розвитку підприємств сільськогосподарського машинобудування доволі слабе. В основному, дослідження стосуються питань удосконалення виробництва продукції, підбору кадрів. Питання ж маркетингу, збуту, раціонального управління окремими ланками управлінської діяльності цих підприємств потребують більшої уваги.

Для того, щоб визначитись з проблемами збуту продукції машинобудівних підприємств, зокрема, сільськогосподарського машинобудування, необхідним є аналіз чинників впливу на розвиток галузі сільськогосподарського машинобудування та сільського господарства країни, що покликане слугувати вирішенню науково-прикладної проблеми – пошук шляхів удосконалення технологій управління виробничо-господарською діяльністю підприємства.

Аналіз основних досліджень та публікацій. Серед робіт вітчизняних учених і країн СНД, які торкалися проблем удосконалення управління виробничими підприємствами, слід виділити праці таких авторів, як Л. Аверченко [1], С. Гаркавенко [3], О. Гірняк [4], П. Лазановський [4], В. Петров [6].

Роботи таких авторів, як І. Акімова [2], П. Перерва [5], Н. Гончарова [5], вже безпосередньо торкаються наукового обґрунтування необхідності вирішення проблем збуту підприємств машинобудування, зокрема, сільськогосподарського.

Ціль статті полягає у висвітленні ключових чинників впливу на розвиток збуту підприємств сільськогосподарського машинобудування та сільського господарства країни як основного споживача вітчизняної сільгосптехніки.

Основний матеріал дослідження. У результаті надходжень на вітчизняний ринок іноземної техніки існує тенденція до зменшення обсягів виробництва машино-технічних засобів для сільського господарства, а також зростання цін на них за відсутності коштів у сільськогосподарських підприємств, що

й призводить до збільшення строків експлуатації наявної техніки. Це знижує їх технічну готовність, призводить до порушення строків виконання сільськогосподарських робіт, зниження купівельної спроможності користувачів техніки, а для виробників сільськогосподарської техніки посилюється проблема низького рівня збуту виробленого.

Зазначене спонукає до знаходження точки перетину інтересів вітчизняних аграріїв та машинобудівників (рис. 1). На наш погляд, вона знаходиться у площині управління збутом останніх та полягає у поліпшенні та урізноманітненні методів маркетингового впливу на управління збутом сільськогосподарської техніки.

Чинниками, які впливають та, зрештою, створили ситуацію, є правова недосконалість, складна ситуація в галузі, недосконалість економічних важелів впливу на ситуацію, недосконала організація збуту, проблеми в управлінні підприємствами, некваліфіковані кадри у галузі управління, нерациональна організація маркетингу. Враховуючи, що деякі між собою пов'язані, необхідно знайти, розробити або покращити механізми впливу на окремі функціональні ділянки підприємства з метою досягнення позитивного результату – покращення збуту сільськогосподарської техніки та більш повне забезпечення нею сільгоспвиробників. Розглянемо сутність кожного у відношенні до досліджуваної ситуації.

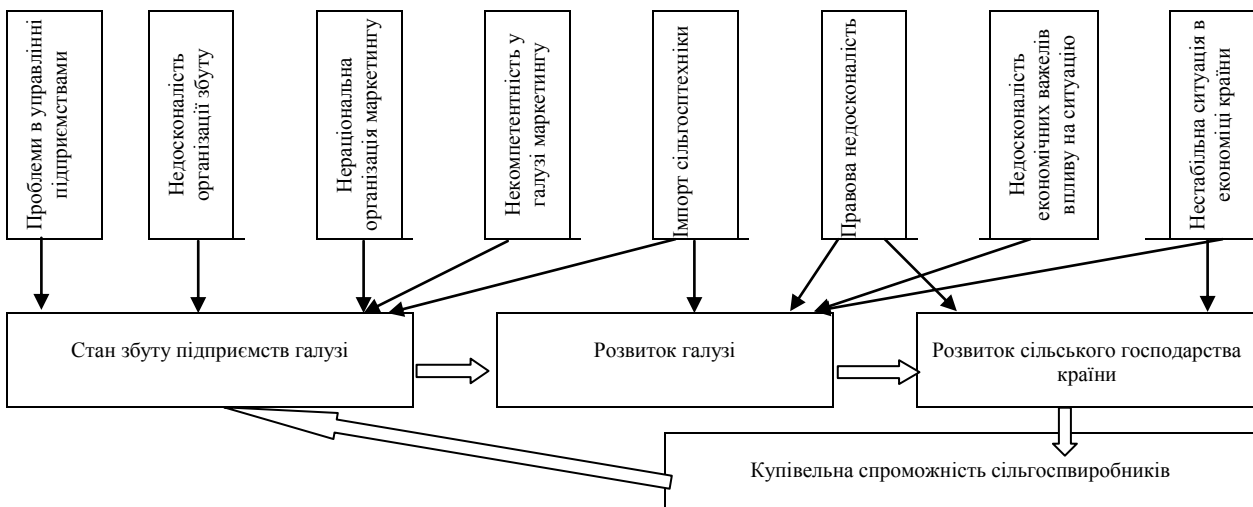


Рис. 1. Чинники впливу на стан збуту підприємств, розвиток галузі сільськогосподарського машинобудування та сільського господарства країни

Кадровий чинник. Виробничими структурами у системі матеріально-технічного забезпечення сільського господарства є заводи сільськогосподарського, продовольчого і торгового машинобудування, хімічні підприємства, торговельно-посередницькі організації, підприємства з ремонту і технічного обслуговування машин і обладнання, машино-технологічні формування з надання виробничих послуг, центри випробування техніки, конструкторські та науково-дослідні установи. У межах свого регіону і сфери діяльності вони вивчають попит, купівельну спроможність споживачів, умови реалізації товарів, терміни постачань і на основі зібраної інформації налагоджують виробництво та реалізацію продукції. Таким чином, неможливо вирішити проблему покращення збуту без кадрового забезпечення. Саме від кваліфікованості, відповідальності та мотивованості робітників залежить успіх усього процесу руху товару – від виробництва до споживача.

Галузевий та правовий чинники. Вочевидь, проблеми машинобудівного комплексу України пов'язані з необхідністю розвитку економічних зв'язків у постачанні комплектувальних, втраюто традиційних ринків збуту продукції, а також технічною відсталістю і низькою, у порівнянні з міжнародними стандартами, якістю виробів. Зараз важливо налагоджувати випуск різноманітних комплектувальних деталей усередині країни, урізноманітнювати асортимент і якість продукції, яка необхідна, перш за все, для власного споживання, а також має важливе експортне значення.

Так, напрямки розвитку сільськогосподарського машинобудування, насамперед, треба пов'язувати зі станом та показниками виробництва сільськогосподарської продукції в Україні, а також технологіями, які використовуються у сільському господарстві. Це пояснюється тим, що в умовах ринкової економіки конкурують не окремі машини, а технології. Для забезпечення технологій необхідно працювати над покращенням галузевої забезпеченості з урахуванням регіональних, технологічних та інших особливостей.

У якості ще одного свідчення про незадовільний стан технічної озброєності сільського господарства країни, наведемо висновки Українського науково-дослідного інституту прогнозування та випробування техніки і технологій для сільськогосподарського виробництва: «Визначальним чинником техніко-технологічного переоснащення агропромислового виробництва на нинішньому етапі є оновлення матеріально-технічної та ресурсної бази сільськогосподарських підприємств. Довготривала економічна

криза, яка охопила агропромисловий комплекс, особливо відчутно вразила машино-тракторний парк... Майже 90% наявної в господарських структурах техніки відпрацювала по одному і більше нормативних строків експлуатації» [6].

Ситуація з виробництвом сільгосптехніки неоднозначна: багато підприємств цієї галузі різко зменшили випуск продукції в умовах економічної нестабільності, а деякі поступово модернізуються і переоснащуються. Так, Калинівський завод (Вінницька область) за допомогою Німеччини випускає знедавна нові сівалки (планова потужність – 3 тис. сівалок за рік, що повністю забезпечує потреби України). Невеликі підприємства з випуску сучасних зернозбиральних комбайнів, які відповідають західним аналогам, діють в Харкові, Бердянську, Херсоні. Машинобудівні заводи Мелітопольщини розширюють асортимент гідравліки, механізмів та комплектувальних для сільгосптехніки та підкорюють нові ринки світу.

Цілком зрозуміло, що сільськогосподарське машинобудування має пристосовуватися до інтересів і потреб аграріїв у повній відповідності до планів розвитку АПК.

Подальша ж стагнація машинобудування і оснащення АПК іноземною технікою може призвести до повної залежності від її постачання та створить пряму загрозу продовольчій безпеці Держави, оскільки країни виробники техніки, зможуть диктувати АПК України номенклатуру й обсяги виробництва продукції.

Для уникнення цього необхідно розвивати власне машинобудування для АПК і в умовах світової фінансової кризи підтримати вітчизняного виробника, обмеживши імпорту техніки для АПК в Україну [7]. Метою корегування законодавства є обмеження імпорту в Україну як нової, так і такої техніки, яка була у використанні, іноземної техніки й заборонити використання коштів, що надаються сільгосптоваровиробникам Державним бюджетом за всіма бюджетними програмами у якості допомоги, дотацій і підтримки на закупівлю техніки іноземного виробництва.

Економічний чинник. Якщо розглядати економічні важелі впливу на ситуацію, що склалась, необхідно розробити та впровадити економічний механізм підвищення зацікавленості заводів-виробників техніки у фірмовому технічному сервісі тракторів, комбайнів, іншої техніки протягом усього терміну їх експлуатації, а також у відновленні та повторному продажі частково зношених машин, здійсненні передпродажного і післяпродажного технічного обслуговування. Завдяки постановці на виробництво нових технічних засобів та оновлення технологій їх виготовлення, вітчизняні машинобудівні підприємства останнім часом значно поліпили якість та конкурентоспроможність продукції, що дає надію та підставу вважати, що вітчизняна галузь машинобудування для АПК за умови виконання положень Закону України «Про стимулювання розвитку вітчизняного машинобудування для агропромислового комплексу» спроможна ліквідувати загрозу потрапляння сільськогосподарських підприємств у залежність від постачань імпортової техніки й поетапно забезпечити потреби агропромислового комплексу у високоякісній та високопродуктивній вітчизняній техніці за значно нижчими цінами, ніж пропонуються іноземними фірмами [8].

Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки» на основі статистичних даних та дослідної інформації займається ґрунтовними розробками стратегій розвитку сільського господарства України. Окреме місце у розробках приділяється техніці для сільського господарства. Так, під керівництвом доктора економічних наук Г.М. Підлісецького було розроблено прогнози необхідності в основних засобах для сільського господарства (таблиця 1) і проекти законодавчих актів, які потрібно прийняти для покращення технічного оснащення сільгоспробіт (таблиця 2).

Таблиця 1

**Необхідність у основних засобах сільського господарства
(за даними ННЦ «Інститут аграрної економіки») Джерело: [9]**

Види основних засобів	Вартість основних засобів, млрд грн.			
	2010 р. (факт)	2015 р. (очікув.)	прогноз на 2020 р.	
			оптимістичний варіант	песимістичний варіант
Машини та обладнання	30,4	159,9	245,5	115,3
Транспортні засоби	7,2	41,2	62,9	27,4
Інші засоби	65,6	248,1	377,4	172,4
Усього	103,2	449,2	685,8	315,1

Наступний чинник -- *якість управління підприємством.* Проблеми сільськогосподарського машинобудування лежать і у площині розвитку самих підприємств-виробників.

Все вказане, ймовірно, певним чином позначиться на темпах розвитку підприємств галузі, але, на нашу думку, у підприємства існує власний менеджмент, який повинен спонукати удосконалення та заходи з вирішення проблем якості та підтримки збуту.

Маркетинг. Маркетинг є комплексом функцій, які пов'язують підприємство з ринком: інформація про його потреби впливає на виробничі програми, ринкові важелі опосередковано корегують діяльність підприємства, а воно, у свою чергу, має можливість впливу на ринок та своєю присутністю через товарний

портфель корегує ринкову кон'юнктуру. Цей процес відбувається у процесі здійснення збуту або підготовки до нього, так як ж саме збут завершує цикл господарської діяльності і на підставі його показників є можливість оцінити її успішність.

Таблиця 2

**Проекти законодавчих актів, які потрібно прийняти для реалізації
Стратегічних напрямів (Джерело: [10])**

Питання, які вимагають законодавчого врегулювання	Якими законодавчими актами має бути врегульована проблема	Назва законодавчого документа
Розділ VII. (Підлісецький Г.М.)		
7.1. Техніко-технологічне переоснащення заводів сільгоспмашинобудування, підвищення якості вітчизняних технічних засобів	Проект Закону України	Про пріоритетний розвиток вітчизняного сільськогосподарського машинобудування
7.2. Удосконалення системи інженерно-технічного забезпечення агропромислового комплексу	Закон України	Про внесення змін і доповнень до Закону України «Про лізинг»
7.3. Удосконалення принципів умов та порядку надання державної підтримки у відтворенні матеріально-технічної бази агропромислового комплексу	Постанова КМ України	Про державну підтримку запровадження ресурсощадних та екологоохоронних технологій та стимулювання виробників технічних засобів для них
7.4. Про техніко-технологічну модернізацію аграрного виробництва	Постанова КМ України, Державна цільова програма	Про техніко-технологічну модернізацію аграрного виробництва

Маркетинг за своєю суттю та функціональною наповненістю є діяльністю, спрямованою на покращення стану збуту. Іншими словами, збут покращиться, якщо від стадії ідеї до стадії розподілу товару на ринку його підтримує маркетинг.

Усі запуснені механізми маркетингової допомоги розвитку сільгоспмашинобудування в Україні діють з різним ступенем успішності. Практики та науковці працюють у взаємозв'язку, про що свідчать всеукраїнські форуми «Промисловий маркетинг». Організаторами широкого професійного зібрання виступають Українська Асоціація Маркетингу й Агентство індустріального маркетингу. На зборах обговорюються тенденції світових промислових ринків та їхній вплив на українські ринки, прогнози щодо розвитку економіки України і світу у майбутньому, а також доцільність використання інтернет-технологій у секторі промислових товарів. Серед доповідачів форуму – директора, провідні маркетологи й аналітики компаній, що зберегли й зміцнили свої позиції на ринку. Проблеми адаптації вітчизняної техніки, зокрема, сільськогосподарської, за допомогою маркетингових інструментів. Саме подібні збори, форуми та науково-практичні конференції, де концентруються досвід діяльності окремих підприємств, регіонів, галузей та наукова думка, висвітлюють проблеми, які існують у розвитку промислових галузей в умовах ринкової економіки.

Висновки. Дослідження, проведені для цілей узагальнення проблем в управлінні підприємствами сільськогосподарського машинобудування України, дає підстави зазначити, що усі зазначені чинники позначаються на стані збуту вітчизняної сільськогосподарської техніки. Цілком зрозуміло, що сільськогосподарське машинобудування має пристосовуватися до інтересів і потреб аграріїв у повній відповідності до планів розвитку АПК, а відбутись це має через удосконалення управління підприємствами та окремими ланками його діяльності, зокрема, збутом. Втілюватись це має через заходи з популяризації вітчизняної техніки для сільгоспробіт, налагодження випуску різноманітних комплектувальних, урізноманітнення асортименту і покращення якості продукції, яка необхідна, перш за все, для забезпечення вітчизняного сільгоспвиробництва, імпортозаміщення, а також має експортне значення.

Незважаючи на те, що існували та існують плани державної підтримки галузі, проблеми сільськогосподарського машинобудування лежать і у площині розвитку самих підприємств-виробників.

Перспективним для подальшого наукового опрацювання є пошук напрямків прискорення створення відповідних умов для того, щоб вітчизняна техніка мала якісно організований збут, що покликане ліквідувати загрозу потрапляння сільськогосподарських підприємств у залежність від постачань імпоротної техніки й поетапно забезпечити потреби аграріїв.

Література

1. Аверченко Л. К. Психология управления / Л.К. Аверченко. – М. : ИНФРА– М, 2000. – 150 с.
2. Акимова И.М. Промышленный маркетинг / И.М. Акимова. – К. : О-во «Знання», КОО, 2009. – 294 с.
3. Гаркавенко С.С. Маркетинг : підручник для вузів / С.С. Гаркавенко. – К. : Лібра, 2008. – 384 с.
4. Гірняк О.М. Менеджмент: теоретичні основи і практикум / О.М. Гірняк, П.П. Лазановський. – К. : Магнолія плюс, Львів : Новий світ , 2003. – 336 с.
5. Гончарова Н.П. Маркетинг инновационного процесса : учебное пособие / Н.П. Гончарова, П.Г. Перерва и др. – К. : Магнолія плюс, 2008. – 267 с.
6. Петров В.М. Розвиток агротехнологій і технічної політики у сільському господарстві / В.М. Петров // Економіка АПК. – 2006. – № 8. – С. 36–40.
7. Система матеріально-технічного забезпечення в Україні та формування ринку засобів виробництва [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://agroua.net/economics/documents/category-121/doc-155/>
8. Бондар О. Чому не купують тракторів / О. Бондар // Пропозиція: український журнал з питань агробізнесу. – 2006. – № 6. – С. 112–118.
9. Стратегічні напрями розвитку сільського господарства України на період до 2020 року / [за ред. Ю.О. Лупенка, В.Я. Месель-Веселяка]. – К. : ННЦ «ІАЕ», 2012. – 182 с.
10. Державна цільова програма розвитку українського села на період до 2015 року // Економіка АПК : міжнародний науково-виробничий журнал. – 2007. – № 11. – С. 53–57.

References

1. Averchenko, L. K. (2000), *Psykholohyia upravlenyia*, INFRA-M, Moskva, Russia.
2. Akymova, Y.M. (2009), *Promyshlennyj marketynh*, Znannia, Kyiv, Ukraine.
3. Harkavenko, S.S. (2008), *Marketynh: pidruchnyk dlia vuziv*, Libra, Kyiv, Ukraine.
4. Hirniak, O.M. (2003), *Menedzhment: teoretychni osnovy i praktykum*, Mahnoliia plus, Kyiv, Novyj svit, L'viv, Ukraine.
5. Honcharova, N.P., Pererva, P.H., *Marketynh ynnovatsyonnoho protsessa: uchebnoe posobyе*, Mahnolyia plus, Kyiv, Ukraine.
6. Petrov, V.M. (2006), *Rozvytok ahrotekhnolohij i tekhnichnoi polityky u sil'skomu hospodarstvi*, *Ekonomika APK*, vol. 7, pp. 36-40.
7. *Systema material'no-tekhnichnoho zabezpechennia v Ukraini ta formuvannia rynku zasobiv vyrobnytstva*, available at: <http://agroua.net/economics/documents/category-121/doc-155/>
8. Bondar, O. (2006), *Chomu ne kupuiut' traktoriv*, *Propozytsiia: ukrains'kyj zhurnal z pytan' ahrobiznesu*, vol. 6, pp. 112-118
9. *Stratehichni napriamy rozvytku sil's'koho hospodarstva Ukrainy na period do 2020 roku* (2012), NNTs «IAE», Kyiv, Ukraine.
10. *Derzhavna tsil'ova prohrama rozvytku ukrains'koho sela na period do 2015 roku* (2007), *Ekonomika APK*, Kyiv, Ukraine.

Рецензія/Peer review : 14.08.2018

Надрукована/Printed : 14.09.2018

Рецензент: д. е. н., доцент Лєгеза Д. Г.