

*Нехай В. В.
к.е.н., доцент,
кафедра маркетингу
Таврійський державний
агротехнологічний університет*

ДОСЛІДНИЦЬКА АНАЛІТИКА ЗБУТУ ПІДПРИЄМСТВ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО МАШИНОБУДУВАННЯ

Розвиток галузі сільськогосподарського машинобудування не можна відзначити, як позитивний. Тому, визначальною для розвитку однієї з вирішальних для індустріально-аграрної України галузі є її підтримка шляхом покращення управління діяльністю окремих підприємств, що і є ознакою ринкової спрямованості.

Збут є індикатором стабільного господарювання: якщо купують, значить є потреба, а якщо є потреба, є сенс виробляти.

Розглядаючи складні питання покращення управління господарською діяльністю, зокрема, збутовою, науковці вказують на ключову рушійну силу, яка спроможна перебороти конкурентний тиск, допомогти вистояти та перейти у розряд підприємств, які стабільно функціонують. Цією силою є головна сучасна складова управління підприємствами будь-яких галузей – маркетинг [1].

Про низький рівень збуту притаманний підприємствам, які виробляють в Україні сільськогосподарську техніку яскраво свідчать дані про якісні показники меж збуту та аналітична інформація про причини нестабільного та низького його рівня (таблиця 1), отримані під час особистого опитування представників малих та середніх підприємств Півдня України, що займаються продажами сільськогосподарської техніки та виробництвом вузлів та комплектувальних.. Поряд з поступовим скороченням виробництв на великих підприємствах з 90-х років триває налагодження виробництва окремих деталей та комплектувальних до сільськогосподарської техніки зусиллями приватного бізнесу. Цей процес обумовлений сільськогосподарською спрямованістю Півдня України [2,3,5].

Серед досліджених підприємств такі заводи, як ПАТ «Гідросила МЗТГ» (спеціалізується на виробництві гідророзподільників, електрогідророзподільників, підсилювачів руля, гідроциліндрів, муфт розривних, рукавів високого тиску для сільгосптехніки вітчизняного виробництва), ДП «Бердянський завод сільгосптехніки» (спеціалізується на виробництві машин для збирання зернових,

олійних, кормових та інших культур), ПАТ «Мелітопольський компресор» (спеціалізується на виробництві компресорів високого, середнього та низького тиску, шестерних компресорів, газодувок, компресорів для борошновозів, вакуумних насосів тощо, ТОВ «Мелітопольський автогідроагрегат» (ТОВ «Агат»), на якому виробляються амортизатори, гідроциліндри, вставні патрони до гідроциліндрів тощо), ПАТ «Рефма» (виробництво машин охолодження молока, масла, води, інших харчових продуктів та рідин, однокамерних холодильних машин, компресорно-конденсатних агрегатів, промислових кондиціонерів, теплових насосів, випарювачів, градирні вентиляторні та надання послуг з поставки, монтажу, наладки, гарантійного та післягарантійного обслуговування холодильного обладнання), ТОВ «Гідромашкомплект», яке поряд з виробництвом гідропідійомників виробляє окремі деталі для сільгосптехніки, ТОВ «Турбоком» (спеціалізація— виробництво турбокомпресорів «ТКР», водяних pomp до тракторної, автомобільної та сільськогосподарської техніки, ВАТ «Автоцветліт» (кольорове, сталеве, чавунне литво для тракторного, автомобільного та сільськогосподарського машинобудування).

Таблиця 1

Аналіз рівня збуту сільгосптехніки, вузлів та комплектувальних групи підприємств (57 підприємств) з урахуванням залишків попереднього періоду
(авторські дослідження)

Частка збуту у загальній кількості виробленого, %	Кількість підприємств за роками							Середній показник	Загальна кількість випадків за 7 років
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016		
Менше, ніж 40	1	5	1	2	3	3	3	2,57	18
40-50	3	2	4	12	3	2	3	4,14	29
51-65	3	5	4	5	5	5	5	4,57	32
66-80	12	4	1	2	2	1	2	3,43	24
81-90	9	20	19	4	20	21	20	16,14	113
100 і вище	29	21	28	32	24	25	24	26,14	183
Усього	57 підприємств							57	399

Також досліджено та проаналізовано невеликі за чисельністю працівників та об'ємами виробництва товарів та послуг фірми, засновані на приватній та колективній власності, такі, як ТОВ «Агроресурс-5», ТОВ «Агросоюз», ТОВ «Агрокомплект», ТОВ «СКВ-7», ТОВ «Планета АГРО», ТОВ «Маяк», ТОВ «Агромаш-2000» тощо [6].

До числа опитаних увійшли менеджери, які мають відношення до організації та забезпечення збуту. Таким чином, використано експертний метод та надана незалежна оцінка. Загалом інформацію надали представники 57 підприємств, які мають безпосереднє відношення до виробництва сільськогосподарської техніки.

Дані дослідження та аналізу вказують на те, що збут за результатами 2016 року, достатній для беззбиткової діяльності відмічено лише у 24 підприємств (42,1%), а за 7 років – у 183 випадках з 399 (45,9%).

Аналітика вказує на те, що менше половини респондентів визнали, що збут достатній, чверть — що нереалізованою залишається від 10 до 19 % продукції. Останній показник можна, за словами респондентів, поблажливо віднести до «поміркованого», тому що, по-перше, прибуток «перекриває» збитки нереалізації, по-друге, за умов диверсифікації виробництва, іноді не має сенсу збувати те, що вже замінено оновленими зразками. Але не слід забувати, що існує вторинний ринок, і, з практичної точки зору, його можна заповнити застарілими зразками, скоординувавши рівень ціни. При цьому слід все ж враховувати, що реалізація подібного може стати на заваді позитивному іміджу виробника, а також те, що подібні кроки можуть сприяти незначному зменшенню збуту новинок.

Зазначимо, що в одній з анкет було вказано, що реалізація за підсумками року склала 142%. Це найвищий показник серед респондентів. Він відноситься до підприємства ТОВ «СКВ-7» (м. Бердянськ), яке почало виробляти сепаратори за новою технологією, до 2010 року виробляло техніку, але не для сільського господарства. Найнижчим показником у респондентів був 14% у 2012 році: підприємство ТОВ «Теплоізоляція» (м. Синельникове Дніпропетровської області) майже не працювало протягом року, товарна політика і дотепер зазнає змін, диверсифікація виробництва, на жаль, відбувається не надто успішно. Але перспективи у підприємства є. Керівництво проводить переговори щодо організації виробництва начіпного обладнання до тракторів білоруського виробництва [4].

Також у опитуванні були заявлені питання щодо чинників низьких показників збуту. Їх достатньо назвали й ті респонденти, у яких продукція збувається достатніми темпами. Це вказує на те, що організація збуту є нагальним питанням.

Список використаних джерел

1. Нехай В.В. Формы внедрения маркетинга на предприятиях сельскохозяйствен-ного машиностроения. *Культура народов Причерноморья*. – Симферополь: Межвузовский центр «Крым», 2005. № 58. С. 126 – 133;
2. Нехай В.В. Проблемы организации маркетинга на предприятиях сельскохозяйственного машиностроения. *Культура народов Причерноморья*. Симферополь, 2006. №73 . С. 86-89;
3. Нехай В.В. Поглиблення теоретичних основ та визначення практичних напрямків покращення маркетингової підтримки вирішення проблем збуту підприємств сільськогосподарського машинобудування. *Вісник Хмельницького національного університету*. Хмельницький, 2013. №2. Т.3 (198). С. 153-157;
4. Нехай В.В. Управління ринком сільськогосподарської техніки на основі консолідації та прямого маркетингу. *Економіка АПК*. Київ, 2015. №12. С.68-71;
5. Нехай В.В. Управління ринком сільськогосподарської техніки на основі консолідації та прямого маркетингу. *Економіка АПК*. Київ, 2015. №12. С.68-71;
6. Нехай В.В. Чинники розвитку збуту підприємств сільськогосподарського машинобудування та сільського господарства країни. *Вісник Хмельницького національного університету* Хмельницький, 2018. №4(260). С. 265-265.

Ніколенко І.Ю.

к. е. н., доцент,

кафедра економічної теорії

ДВНЗ «Київський національний економічний

університет імені Вадима Гетьмана

МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ КОНЦЕПЦІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Основні концептуальні підходи моделі сталого розвитку почали формуватись у вітчизняній науці школою фізичної економії ще в кінці ХІХ ст. Засновником цієї школи є видатний український вчений С.А. Подолинський. Він вперше висловив