

ЭЛЕМЕНТЫ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ В СИСТЕМЕ АГРОТЕХСЕРВИСА

**А. КОРОЛЕВ, ассистент
(БАТУ)**

В условиях перехода к рынку предприятиям системы агротехсервиса приходится решать сложнейшие задачи повышения эффективности производства, реализации продукции и услуг, получения определенной доли прибыли для дальнейшего воспроизводства. В сложившейся ситуации возрастает значимость маркетинговых исследований рынка ремонтно-технических услуг.

Установление стабильных взаимоотношений предприятий технического сервиса с потребителями услуг возможно лишь при условии соблюдения паритета интересов: предлагаемый спектр услуг ориентирован на удовлетворение реального спроса.

Определение спроса на услуги возможно путем использования количественных методов прогнозирования, применяемых для обобщения и анализа информации, а также современных методов принятия рациональных решений с помощью экспертов (методы экспертных оценок).

С целью выявления потребности сельскохозяйственных производителей в услугах предприятий технического сервиса нами было проведено анкетирование руководителей и главных специалистов хозяйств (табл. 1).

В этой же таблице для сравнения дана информация о потребности сельскохозяйственных производителей России в услугах ремонтно-технических предприятий [1].

Анализ результатов анкетирования позволяет выделить в зависимости от степени приоритетности для потребителей три группы

1. Потребность сельскохозяйственных производителей в услугах предприятий технического сервиса

№№ п/п	Наименование услуг	Условные обозначения	Доля хозяйств нуждающихся в услугах, %	
			РБ	РФ
1.	2.	3.	4.	5.
1.	Обеспечение запасными частями	X ₁	67	97
2.	Гарантийное обслуживание	X ₂	92	84
3.	Создание и функционирование технических обменных пунктов	X ₃	87,5	72
4.	Проведение ремонтов полнокомплектных тракторов и автомобилей с их модернизацией	X ₄	33	-
5.	Проведение ремонтов отдельных агрегатов и систем	X ₅	79	66
6.	Проведение централизованного технического обслуживания автомобилей	X ₆	50	-
7.	Проведение централизованного технического обслуживания тракторов и сельскохозяйственных машин	X ₇	75	-
8.	Прокат, аренда техники	X ₈	83	29
9.	Скупка, продажа техники, бывшей в употреблении	X ₉	79	22
10.	Страхование техники	X ₁₀	46	-

услуг:

I-ая группа: X₂, X₃, X₈;

II-ая группа: X₅, X₉, X₇, X₁;

III-я группа: X₆, X₁₀, X₄.

Наибольшую потребность сельхозпредприятия испытывают в услугах первой группы: гарантийное обслуживание (92%), создание и функционирование технических обменных пунктов (87,5%), прокат и аренда техники (83%).

Проведенное исследование с использованием метода экспертных оценок [2] позволило аналогично распределить перечисленные в табл. 1 услуги в зависимости от степени приоритетности для

районных ремонтно-технических предприятий - производителей услуг (РАПТ):

I группа: X₅, X₄, X₇

II группа: X₂, X₁, X₃, X₈, X₆

III группа: X₇, X₁₀

Для сравнения спроса и предложения на рынке ремонтно-технических услуг результаты исследований сведены в табл. 2.

Как видно из табл. 2, по первой группе услуг наблюдается несовпадение интересов сторон. Производители сельскохозяйственной продукции нуждаются в организации гарантийного обслуживания (X₂), создании и функционировании технических обмен-

2. Группировка услуг по степени приоритетности

Участники системы технического сервиса	I группа	II группа	III группа
Сельскохозяйственные производители	X ₂ , X ₃ , X ₈	X ₁ , X ₉ , X ₇ , X ₅	X ₆ , X ₁₀ , X ₄
Райагропромтехника	X ₅ , X ₄ , X ₇	X ₂ , X ₁ , X ₃ , X ₈ , X ₆	X ₇ , X ₁₀

ных пунктов (X₃), проката и аренды техники (X₈). С другой стороны, наиболее приоритетными для РАПТ являются услуги, связанные с ремонтными воздействиями: проведение ремонтов отдельных агрегатов и систем (X₅), централизованное техническое обслуживание тракторов и сельскохозяйственных машин (X₇), ремонт полнокомплектных тракторов и автомобилей с их модернизацией (X₄).

В распоряжении сельскохозяйственных производителей находится техника, выработавшая свой ресурс, и, следовательно, требующая не столько технического обслуживания и ремонта, сколько замены. Однако финансовое положение большинства хозяйств не позволяет приобретать технику за счет собственных средств.

В сложившейся ситуации целесообразно, на наш взгляд, стимулировать развитие лизинга - одной из форм долгосрочной аренды, имеющей ряд преимуществ:

- эксплуатация техники без предварительной оплаты ее стоимости;
- отнесение лизинговых платежей на себестоимость продукции;
- оплата стоимости техники из средств, полученных в результате ее эксплуатации;
- использование гибких схем

погашения задолженности;

- возможность применения механизма ускоренной амортизации;

- фиксированный размер лизинговых платежей.

Организация лизинговых отношений по схеме: лизингодатель предоставляет технику, лизингополучатель эксплуатирует, дилерский пункт на базе РАПТ организует обслуживание в гарантийный период эксплуатации, а районное ремонтно-техническое предприятие проводит сложный ремонт в постгарантийный период на основе прямых договоров с хозяйством позволит обеспечить удовлетворение спроса сельскохозяйственных производителей на услуги I-й группы (X₂, X₃, X₈), а также дополнительно загрузить мощности сервисных предприятий.

Литература

1. Гайдук Н.В. Маркетинговая деятельность на ремонтно-техническом предприятии //Механизация и электрификация с/х. 1999. №2-3. С.2-6.

2. Герасенко В.П. Прогностические методы управления рыночной экономикой: Учебн. пособие: в 2-х ч.-Ч.1 - Гомель: БЦБ "Альтаир", 1997.-320с.

С.И. Альфтек Индасприс

- Абразивный инструмент
- Алмазный инструмент
- Металлорежущий инструмент
- Подшипники заводов СНГ
- Профессиональные щетки из стальной проволоки

Платежные реквизиты:

Расчетный счет
3012004380015
в Партизанском отд.
БелПСБ г.Минска
Код

386

УИН

100019233

Возможна оплата по чековой книжке

При получении знать коды

Наш адрес и телефоны:

Отдел инструмента
(017) 265-13-90,
268-73-36, 268-28-53

Отдел подшипников
(017) 265-28-53

Факс
(017) 265-14-82

Адрес
220103 г.Минск, ул.Кнорина, 55

Склад работает с 8.00 до 16.00
(кроме субботы и воскресенья)