



Рис. 1. Технологический процесс нанесения покрытий

УДК 338.436.33.631.3

СИСТЕМА ФИРМЕННОГО СОПРОВОЖДЕНИЯ ТРАКТОРОВ «БЕЛАРУС»

*С.Н. Кирьянова – студентка 5 курса, А.Р. Савлук – студент 3 курса,
БГАТУ*

Научный руководитель – к.т.н., профессор В.П. Миклуш

В условиях, когда фирма-производитель несет ответственность за свою продукцию в течение всего жизненного цикла, крупные промышленные корпорации, выпускающие наукоемкую и высокотехнологичную технику, сталкиваются с тем, что совокупность услуг, связанных с ее сбытом и эксплуатацией, становится одним из главных факторов конкурентоспособности. Чтобы обеспечить лояльность клиентов, их доверие к бренду, фирма-производитель должна повышать качество не только выпускаемых машин, но и их последующего сервисного сопровождения. Это тем более актуально, поскольку динамичное развитие рынка сельскохозяйственной техники и высокая конкуренция на рынках сбыта вынуждают производителей к быстрому обновлению модельного ряда. Такая ситуация создает целый ряд проблем при эксплуатации машин и организации их сервисного сопровождения.

Кроме того, этап эксплуатации – самый длительный из всех этапов жизненного цикла (ЖЦ), поэтому клиент выберет ту технику, с которой не будет иметь проблем в течение всего срока ее использования.

В этих условиях большое значение приобретает разработка концепции и научно обоснованных подходов к созданию и совершенствованию работы системы фирменного сервиса (ФС). В мировой практике эти разработки принято квалифицировать как стратегические проблемы национального уровня.

Основополагающим принципом систем фирменного технического сервиса является полная ответственность предприятий-изготовителей за работоспособность продукции в течение всего срока ее эксплуатации в любом регионе. Отечественный и зарубежный опыт показывает, что функционирование рынков продукции находится под огромным влиянием систем фирменного сервиса производителей, так как они позволяют удовлетворять потребности в средствах механизации не столько за счет экстенсивного увеличения числа техники, сколько благодаря повышению качества и эффективности ее использования.

Основными преимуществами фирменного технического сервиса являются:

- возможность повышения уровня индустриализации работ по техническому обслуживанию и ремонту на основе применения современного диагностического, ремонтно-технологического оборудования и оснастки, рекомендуемых предприятием-изготовителем;

- осуществление постоянного мониторинга за качеством изделий на всех этапах их жизненного цикла и повышение на этой основе эффективности конструкторских решений;

- предоставление потребителям комплекса услуг, связанных с консультированием по эксплуатации техники, обеспечением запасными частями, информацией о технических новинках;

- рационализация процессов утилизации машин и оборудования, которое отработали свой срок и усиление на этой основе ориентации на источники вторичных ресурсов при изготовлении продукции.

Развитие товаропроводящей сети предприятия-изготовителя на внутренних и зарубежных рынках сбыта своей продукции осуществляется путем создания следующих структур:

- собственных торговых домов;

- региональных технических центров (фирменных и специализированных);

- районных дилерских (технических) центров (фирменных и специализированных).

Производственное объединение «Минский тракторный завод» выпускает тракторную технику 28-ми наименований и более 100 моделей. Бело-

русские тракторы и машины, созданные на их базе, экспортируются в 125 стран мира. Объединение имеет деловые отношения с внешнеэкономическими партнерами в более чем 90 странах мира. Наиболее крупными импортерами продукции МТЗ являются: Россия, Украина, Германия, Польша, Казахстан, Узбекистан, Пакистан, Египет, Вьетнам, Венгрия, Сербия, Литва, Латвия, Румыния, Словакия, Болгария, Венесуэла и др.

Очевидно, что поддержание и расширение такого огромного рынка продукции марки «Беларус» невозможно без создания современной товаропроводящей сети, обеспечивающей многофункциональный технический сервис проданных машин. Высокий уровень сервиса особенно необходим для продвижения техники МТЗ как на внутреннем, так и на мировом рынках сбыта.

Для своевременного обслуживания обширной гаммы тракторов и специальной техники Минским тракторным заводом территории Республики Беларусь создана сервисная сеть, включающая 27 дилерских технических центров, обеспечивающих предпродажную подготовку и техническое обслуживание тракторной техники «Беларус» в 118 районах 6-ти областей. Вместе с тем дальнейшее развитие и совершенствование фирменного технического сервиса требует решения задачи оптимизации количества дилерских технических центров, с учетом рационального распределения объемов работ между уровнями ремонтно-обслуживающей базы, их размещения и обоснования потребности в средствах технологического оснащения.

Сервисное сопровождение тракторов «Беларус» за рубежом регламентируется стандартом предприятия «Товаропроводящая сеть Минского тракторного завода (ТПС)», контрактами на поставку продукции, агентскими соглашениями на гарантийное и послегарантийное обслуживание. В соответствии с указанными документами сервисные службы ПО «МТЗ» осуществляют дифференцированный подход к созданию сервисной сети в конкретной стране или регионе в зависимости от экономического развития, природных условий, насыщенности тракторного рынка.

Крупнейшим рынком сбыта тракторов «Беларус» является Российская Федерация. Кроме поставки готовой продукции организованы тракторосборочные производства в различных регионах РФ (Елабуга, Саранск, Череповец, Смоленск, Бузулук, Благовещенск и др.), куда поставляются тракторокомплекты для сборки. За последние три года в Российской Федерации было реализовано более 51,6 тыс. тракторов, в том числе 26,0 тыс. тракторокомплектов.

Учитывая обширную территорию РФ, для поддержания стабильности рынка и более оперативного продвижения продукции ПО «МТЗ» в стране, было принято решение о создании в России торговых домов (ТД) Минского тракторного завода. В функции ТД входит осуществление оптовой и розничной реализации продукции, организация и проведение предпродажной подготовки и гарантийного обслуживания реализованной техники за счет

собственных средств.

При определении количества торговых домов исходили из минимального уровня рентабельности, при котором они могут функционировать [1].

Размещение торговых домов осуществлено в регионах с наиболее развитым агропромышленным комплексом, требующих значительных объемов поставок техники. В настоящее время структура товаропроводящей сети ПО «МТЗ» в Российской Федерации включает 8 тракторосборочных производств и 6 торговых домов.

В функции дилеров торгового дома входит розничная реализация продукции ПО «Минский тракторный завод», организация и проведение предпродажной подготовки, гарантийного и послегарантийного обслуживания техники.

В контракте на поставку продукции, заключаемым между заводом-изготовителем и торговым домом, оговаривается, что если в процессе предпродажной подготовки поставленной продукции, проводимой ТД или его дилером до ее ввода в эксплуатацию, будут обнаружены дефекты деталей и узлов, возникшие по вине завода-изготовителя, последний обязуется безвозмездно произвести их замену. Поставка деталей и узлов взамен дефектных производится после возврата вышедших из строя узлов и деталей на завод-изготовитель.

Гарантийное обслуживание тракторов, собранных из тракторокомплектов, осуществляют сборочные производства за счет своих средств, путем организации собственных сервисных центров, ремонтных мастерских и складов запчастей.

С целью дальнейшего развития и совершенствования технического сервиса тракторов «Беларус» на рынке Российской Федерации Минский тракторный завод разработал концепцию, предусматривающую:

1) повышение качества сервиса:

– регулярное обучение специалистов торговых домов и дилерских (технических) центров конструктивным особенностям техники, выпускаемой ПО «МТЗ», вопросам гарантийного сопровождения техники, рекламационной работы и др.;

– создание через Торговые дома оперативной связи с дилерскими (техническими) центрами на основе информационных технологий (компьютерных сетей, электронной почты);

– сокращение сроков устранения отказов техники;

– осуществление обратной связи с потребителями через Интернет-сайт;

2) ориентацию на увеличение числа клиентов в общей системе потребителей сельскохозяйственной техники:

– централизация продаж;

– внедрение комплекса услуг для клиентов;

– организация взаимодействия с регионами;

3) розничные и оптовые продажи техники, запасных частей:

– расширение торговой сети, увеличение количества и номенклатуры коммерческих запчастей;

4) продажу товаров по каталогам и через Интернет-сайт:

– размещение на Интернет-сайте подробной информации о продукции ПО «МТЗ» и прайс-листа;

– организация приема заказов дилерскими (техническими) центрами по каталогам.

Гарантийное и послегарантийное обслуживание тракторной техники марки «Беларус» в странах СНГ регламентируется договорами на поставку продукции и осуществляется субъектами товаропроводящей сети самостоятельно и за счет собственных средств.

При работе на рынках СНГ применяются разные формы сотрудничества: создание представительств ПО «МТЗ», Торговых домов, совместных предприятий, заключение договоров с государственными и частными организациями (фирмами-агентами), создание сборочных производств. В случаях, когда субъект товаропроводящей сети не имеет собственной сервисной службы, завод-изготовитель заключает договоры на проведение предпродажной подготовки и гарантийное обслуживание своей техники со специализированными организациями. Например, в Туркменистане организация технического сервиса тракторной техники «Беларус» ведется через представительство МТЗ в этой стране. Техническое обслуживание продукции МТЗ на всей территории Туркменистана осуществляют хозяйственные общества «Техно-Сервис» и «ИПС Агри», с которыми завод заключил договор на техническое сопровождение продаваемой техники.

С целью совершенствования технического сервиса тракторной техники «Беларус» в странах СНГ, обеспечения оперативной обратной связи с потребителями, оказания помощи дилерским (техническим) центрам в техническом обслуживании и ремонте поставленной техники на ПО «МТЗ» реализован ряд организационно-технических мероприятий:

– постоянно актуализируется существующая технико-сопроводительная документация с внесением в нее всех конструктивных изменений и дополнений, произведенных заводом-изготовителем;

– открыт в Интернете сайт «Техническая поддержка дилера» с размещением на нем технико-сопроводительной документации, в том числе каталогов, руководств по эксплуатации, руководств по разборке-сборке тракторов и др.;

– разработаны таблицы норм расхода запасных частей для техники марки «Беларус» (по моделям) для руководства при составлении заявок на закупку запасных частей;

– разрабатывается программа обеспечения компьютерной связи с дилерскими (техническими) центрами для оперативного обмена информаци-

ей по дефектам и отказам тракторной техники и выработке рекомендаций по устранению дефектов;

– организовано в учебном центре МТЗ и на дилерских центрах систематическое обучение механиков, дилеров и потенциальных покупателей техники «Беларус» конструктивным особенностям и правилам эксплуатации тракторов и альтернативной техники марки «Беларус»;

Весь комплекс проводимых мероприятий направлен на расширение рынка сбыта продукции ПО «МТЗ», повышение к ней интереса потенциальных покупателей, а также обеспечение качественного сервисного сопровождения тракторной техники

1. Методические рекомендации по организации и повышению эффективности функционирования дилерской системы технического сервиса в АПК / Сайганов А.С. [и др.] – Минск : Ин-т экономики НАН Беларуси, 2007. – 80 с.

2. Организация и функционирование рыночной системы технического агросервиса / В.Г. Гусаков, А.С. Сайганов, П.А. Дроздов, С.К. Карпович – Минск: Центр аграрной экономики Института экономики НАН Беларуси, 2007.– 190 с.

3. Миклуш В.П., Барташевич Л.В., Барташевич А.Л. Перспективы развития дилерских центров по сервисному сопровождению тракторов «Беларус» // Современные проблемы освоения новой техники, технологий, организации технического сервиса в АПК: доклады республиканской научно-практической конференции на 21-й Международной специализированной выставке «Белагро-2011», г. Минск, 8 июня, 2011г. – Минск: ГИВЦ Минсельхозпрода, 2012. с. 25-32.

ФОРМИРОВАНИЕ РЫНКА ПОДДЕРЖАННОЙ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ТЕХНИКИ

*С.Н. Кирьянова – студентка 5 курса, А.Р. Савлук – студент 3 курса,
БГАТУ*

Научный руководитель – к.т.н., профессор В.П. Миклуш

На современном этапе в условиях стабильного и устойчивого развития АПК Республики Беларусь наряду с внедрением различных схем реализации новой техники, в сфере сельского хозяйства необходимо развивать эффективную систему реализации подержанных машин. Это позволяет в значительной степени ускорить обновление и улучшить количественный и качественный состав машинно-тракторного парка, а также сэкономить значительные объемы денежных средств, так как стоимость подержанной техники с восстановлением ресурса до уровня 80–90% составляет 40–60% от стоимости новой [1].

Перспективность данного направления подтверждается опытом стран Западной Европы и США, на рынке которых продается подержанных тракторов в 2-3 раза больше, чем новых, что дает возможность хозяйствам