

УДК 338

**СТРУКТУРИРОВАНИЕ ЭТАПОВ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ
STRUCTURING THE STAGES OF MARKETING ACTIVITIES OF THE MACHINE-
BUILDING ENTERPRISE**

О.Н. Миркина
O.N. Mirkina

Смоленский государственный университет, Смоленск, email: olga-mirkina@yandex.ru
Smolensk State University, Smolensk, email: olga-mirkina@yandex.ru

Аннотация

Рассматривается состояние машиностроительной отрасли России. Определено падение производства сельскохозяйственной техники в натуральном выражении и рост спроса на технику потребителей. Предложено совершенствовать сбыт продукции предприятий машиностроения. В сбытовой деятельности определены этапы: анализ факторов; построение структуры каналов сбыта; оценка эффективности каналов сбыта. Предполагается, что структурирование сбыта позволит увеличить продажи сельскохозяйственной техники.

Abstract

The state of the engineering industry in Russia is being considered. A drop in the production of agricultural machinery in physical terms and an increase in demand for consumer equipment were determined. It is proposed to improve the sale of products of mechanical engineering enterprises. In sales activities, the following stages are defined: analysis of factors; Building a distribution channel structure evaluation of sales channel efficiency. It is assumed that the structuring of sales will increase sales of agricultural machinery.

Ключевые слова: машиностроение, сбыт, сельскохозяйственная техника, продукция, канал сбыта.

Key words: mechanical engineering, sales, agricultural machinery, products, distribution channel.

Введение

Рыночная экономика ставит перед предприятием важнейшую задачу – выявить и сформулировать потребности рынка, найти способы их удовлетворения с наибольшей для себя и потребителя выгодой. Удовлетворение потребностей заключается не только в производстве необходимой потребителю продукции, важно выбрать наилучший канал её сбыта, позволяющий быстрее и дешевле доставить продукцию потребителю, а в случае необходимости оказать ему сопутствующие услуги. Поскольку организация каналов сбыта является довольно дорогостоящим видом деятельности, промышленные предприятия прилагают немало усилий к изучению потребителей, выявлению факторов, оказывающих влияние на выбор того или иного канала сбыта, а также оценке эффективности сбытовой деятельности.

Проблемы организации сбыта продукции касаются любого предприятия, однако чем сложнее и дороже продукция, тем больше средств требуется для её сбыта. Это означает, что особое внимание проблемам сбыта продукции уделяют крупные

промышленные предприятия, в том числе предприятия сельскохозяйственного машиностроения. Для отечественной экономики очень важно развивать отрасли промышленности, в том числе через поиск подходов к выбору лучших каналов сбыта продукции, поэтому тема статьи представляется довольно актуальной.

Цель исследования

Цель исследования – рассмотреть структурную схему сбытовой деятельности промышленного предприятия на примере сельскохозяйственного машиностроения.

Для достижения указанной цели в работе поставлены и решены следующие задачи:

- охарактеризовать современное состояние отрасли;
- выявить факторы, влияющие на сбытовую деятельность машиностроительного предприятия-производителя техники для сельского хозяйства;
- структурировать этапы сбытовой деятельности предприятия сельскохозяйственного машиностроения.

Материал и методы исследования

Информационной базой исследования послужили труды ученых экономистов. Понятие «процесс сбыта продукции» является экономической категорией и выступает предметом научного интереса широкого круга отечественных и зарубежных ученых. Среди зарубежных авторов, занимавшихся вопросами сбыта продукции, можно выделить Ф. Котлера, Дитера И.Г. Шнайдера, Ж.-Ж. Ламбена и др. Среди работ отечественных учёных, посвященных, в том числе, вопросам организации сбыта продукции, выделяются труды Е.П. Голубкова, В.Н. Наумова, В.В. Бурцева, А.П. Панкрухина и др.

Современные проблемы состояния отрасли сельскохозяйственного машиностроения России отражены в трудах ряда ученых, среди них Зефилов В. И., Дегтярев Д. А., Криничная Е. П., Чепик Д. А., Колесников А. В. и др.

Для исследования использованы аналитические данные Росстата и Минсельхоза России, материалы Российской ассоциации производителей специализированной техники «Росспецмаш».

В процессе исследования применялись общенаучные и специфические методы исследований: аналитический, экономико-статистический, экспертных оценок и др.

Результаты исследования и их обсуждение

Промышленность занимает существенное место в экономике Российской Федерации. По данным Росстата, в 2022 г. на долю обрабатывающих производств в ВВП России пришлось 14,2%, что составляет 97,5% от показателя 2021 г. На машиностроение и металлообработку приходится около 20% промышленного производства и 1/3 занятости в промышленности. В состав отрасли входят более 50 тыс. предприятий [7]. Отечественное машиностроение характеризуется наличием свыше 100 подотраслей с различным направлением деятельности и ряда отдельных предприятий узкого профиля, ассортимент выпускаемой продукции отличается большим разнообразием. Представляет интерес отечественное сельскохозяйственное машиностроение, поскольку в современных условиях от его развития зависит обеспеченность техникой аграрных предприятий, а значит результативность их деятельности и, в конечном счете, продовольственная безопасность нашей страны [5].

Оценку современного состояния машиностроительной отрасли в части производства аграрной техники дают ученые и практики. Авторы отмечают негативное влияние на сельскохозяйственное машиностроение, как и на экономику России в целом, санкций, введенных в 2022 году правительствами ЕС и США [5]. За первое полугодие 2023 г. производство сельхозтехники в России выросло на 17,2% относительно аналогичного периода прошлого года. И если в денежном выражении производство растет, то в физическом эквиваленте, наоборот, в некоторых категориях техники можно

наблюдать снижение объемов производства (рис. 1). В 2023 г. российское производство увеличилось на 24%, что меньше темпов роста рынка, поэтому доля отечественных производителей упала, импорт же вырос на 63% [1]. Среди отдельных сегментов рассматриваемого рынка выделен рост в натуральном измерении комбайнов зерноуборочных и кормоуборочных. Все остальное российское производство в натуральном выражении демонстрирует движение вниз [2].

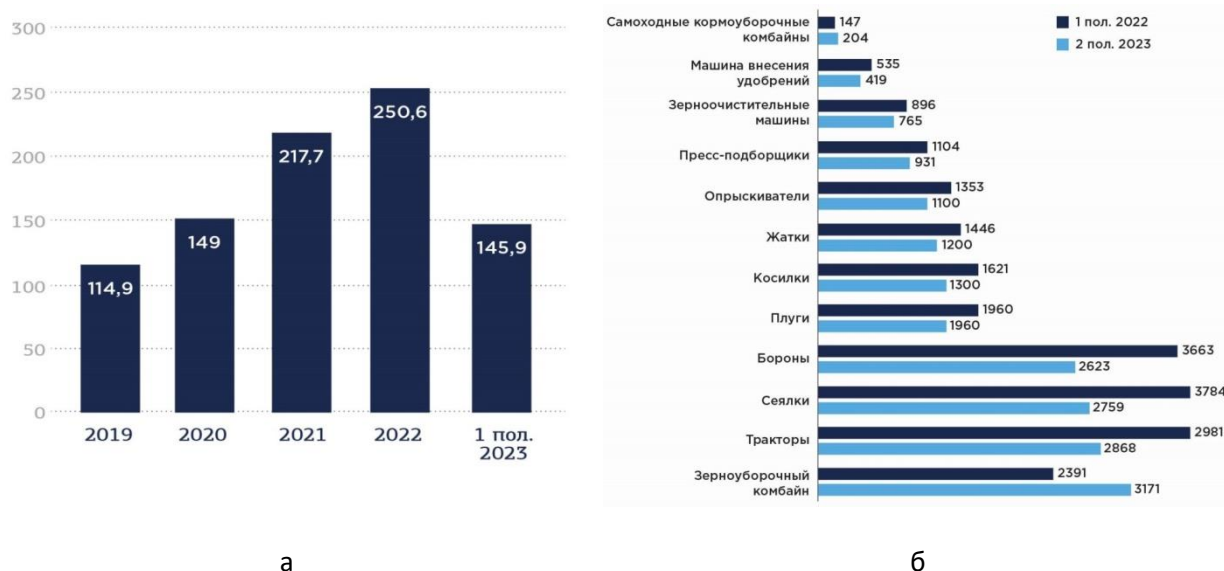


Рис. 1. Сопоставление объем производства в России сельскохозяйственной техники в денежном выражении (млрд. руб.) (а) и динамики объемов производства категорий сельхозтехники в первом полугодии 2023 г. (относительно первого полугодия 2022 г.) в натуральном выражении (шт.) (б) [11]

Такие разнонаправленные тенденции объясняют следующим – рост объемов производства в денежном выражении связан с повышением себестоимости производства сельскохозяйственной техники, в особенности в 2023 г. На что, в свою очередь, влияют удорожание логистики и комплектующих [11]. Рост объемов выпуска некоторых категорий техники объясняется низкой базой 2022 г. Увеличение доли российской техники внутри страны объясняется также сокращением общего объема оборудования [6]. Очевидно, ситуация в сельскохозяйственном машиностроении довольно тревожная. Однако, стоит отметить, что причины этого носят комплексный характер: на падение производства в отрасли отмечаемое уже длительное время [9] наложилось современное осложнение внешнеполитической и внешнеторговой обстановки. Правительство Российской Федерации принимает меры к упрощению доступа отечественных потребителей к зарубежной технике и комплектующим (путем введения «параллельного импорта», некоторое упрощение таможенного оформления, поиск новых партнеров из числа дружественных стран), также разрабатываются механизмы, направленные на поддержку отечественного производства (субсидии производителям сельхозтехники (по федеральной «Программе 1432»), реализация льготных лизинговых программ и льготного кредитования). Но это не снимает проблемы поиска путей увеличения производства отечественной техники и роста его эффективности со стороны самих предприятий. Одним из них представляется совершенствование сбытовой деятельности.

В общем понимании сбытом называют процесс реализации продукции. Главная цель сбытовой деятельности – получение предпринимательской прибыли производителем

продукции на основе удовлетворения платежеспособного спроса потребителей. Сбыт продукции предприятием-производителем осуществляется через каналы сбыта (каналы товародвижения). Традиционно выделяют прямой сбыт и сбыт через посредников. По оценкам ученых, доля затрат на функционирование сбытовой системы в общих затратах промышленных предприятий России в период с 2017 по 2020 гг. колеблется в диапазоне 9,9 – 8,9% [12], поэтому важным решением, определяющим эффективность всей сбытовой деятельности производителя, является решение о выборе сбытовой схемы, о наличии и количестве её участников и условиях их взаимодействия. С термином «сбыт продукции» тесно связано понятие «товародвижение», под которым понимают «деятельность по планированию, претворению в жизнь и контролю за физическим перемещением материалов и готовых изделий от мест их происхождения к местам использования с целью удовлетворения нужд потребителей и с выгодой для себя» [10].

Стоит отметить, в научной литературе и в практической деятельности принято разграничивать подходы к сбыту потребительской продукции и продукции промышленного назначения. Важно рассмотреть построение каналов сбыта продукции именно промышленного назначения, поскольку затраты на её сбыт отразятся в конечном счете на стоимости потребительской продукции.

Продукция предприятий сельскохозяйственного машиностроения относится к категории продукции промышленного назначения. Это сложная, зачастую наукоёмкая продукция, требующая, как правило, сопутствующих услуг, таких как обучение персонала, консультирование, ремонт и наладка, предоставление запасных частей и т.д. Чем дороже продукция, тем больше вероятность, что потребуются и финансовые услуги (предоставление отсрочки платежа, гарантии или страхование и др.).

Продумывая свою сбытовую деятельность, предприятие обязательно учитывает спрос на свою продукцию. Так, современное состояние материально-технической базы в отрасли растениеводства характеризуется крайне низким уровнем обновления машин и механизмов [13]. Динамика парка основных видов техники в организациях сельскохозяйственной отрасли в России за последние 10 лет отрицательна. Снижение общего количества техники в среднем за рассматриваемый период составило 3% ежегодно. В период с 2012 по 2021 г. количество комбайнов и тракторов, являющихся базой при осуществлении сельскохозяйственной деятельности, сократилось на 29% (с 370,2 тыс. шт. в 2012 г. до 264,4 тыс. шт. в 2021 г.) [3].

Но законы рыночной экономики требуют наличия именно платежеспособного спроса, поскольку только он позволяет сбытовой сделке состояться. По оценкам специалистов, в целом агропромышленный комплекс (сельское хозяйство и пищевая промышленность) в 2023 г. покажет рост на 1%. Аналитики ожидают увлечение стоимостного объема экспорта продовольствия. Но финансовое состояние АПК ухудшится. Аграрии жалуются на низкую доходность особенно в растениеводстве [4]. Низкий платежеспособный спрос резко ограничивает емкость рынка для предприятий сельскохозяйственного машиностроения.

Таким образом, при выстраивании сбытовой деятельности предприятиям следует учитывать свойства реализуемой продукции и потребности в дополнительных услугах к ней, величину платежеспособного спроса на эту продукцию, наличие сопутствующей финансовой инфраструктуры в виде банков, страховых компаний, присутствие на рынке конкурентов и оказание со стороны государства помощи как самим промышленным предприятиям, так и аграриям.

Анализ и оценка перечисленных факторов позволяет машиностроительному предприятию выработать структуру канала товародвижения, максимально отвечающую

его потребностям. Этапы процесса формирования системы каналов сбыта продукции промышленного назначения можно схематично представить следующим образом:

- этап 1 – анализ факторов, влияющих на построение каналов сбыта;
- этап 2 – построение структуры каналов сбыта;
- этап 3 – оценка эффективности каналов сбыта (рис. 2).

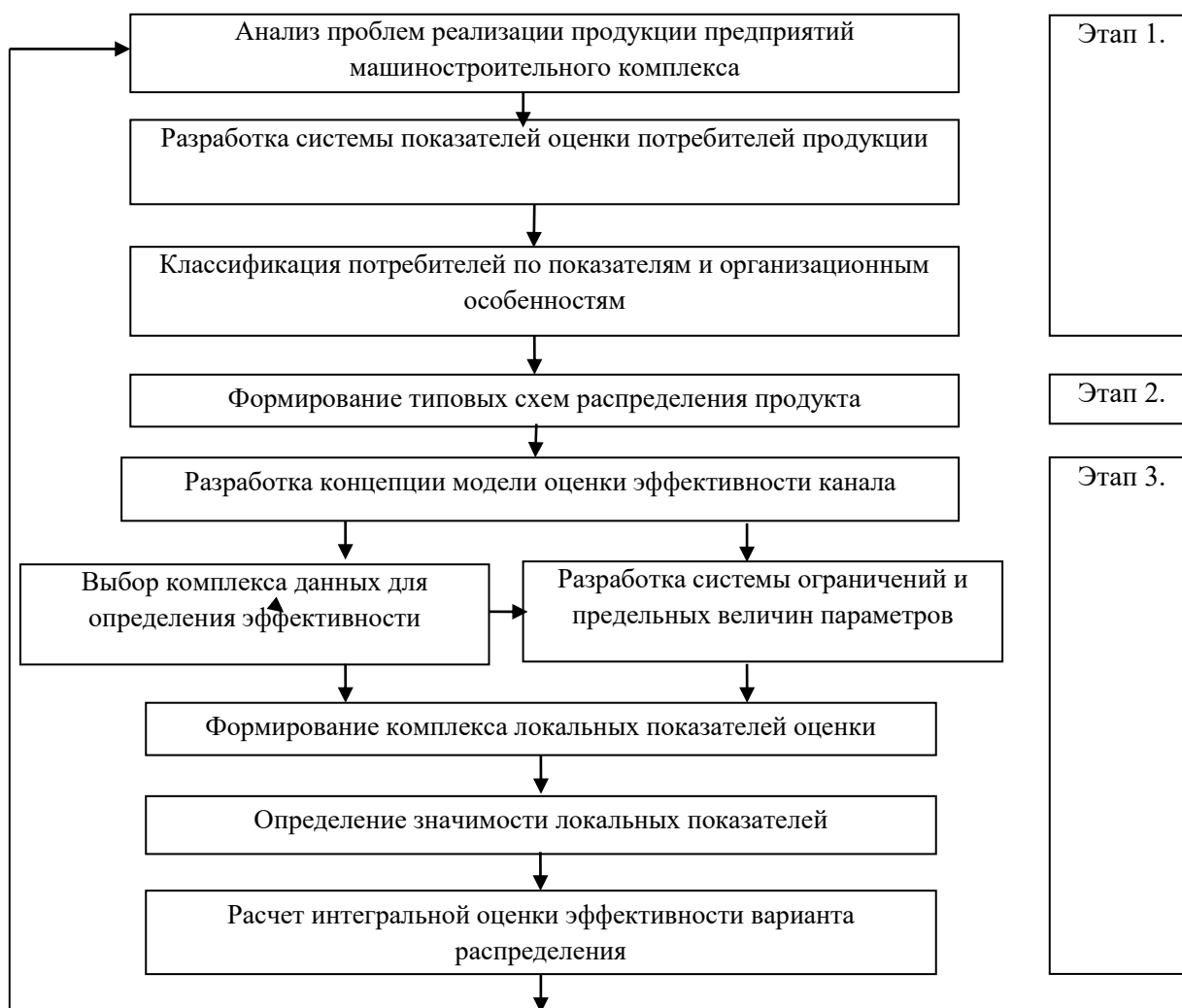


Рис. 2. Структурирование этапов сбытовой деятельности машиностроительного предприятия

Каждый этап предполагает выполнение ряда действий. Выявление состава элементов и упорядочение, установление их взаимосвязей представляет собой процесс структурирования. Применительно к структурированию этапов сбытовой деятельности можно сказать, что это выявление факторов построения каналов сбыта, их систематизация, определение структуры товаропроводящей сети и построение каналов сбыта, оценка их эффективности, т.е. последовательность операций, направленных на организацию сбытовой деятельности предприятия [8].

Наиболее ответственным представляется первый этап, поскольку он предполагает обработку большого объема исходной информации, касающейся анализа потенциальных потребителей с точки зрения их потребностей и платежеспособности, выполнение оценки выявленных показателей. Изучение потребителей предполагает разработку системы показателей их оценки. В число таких показателей входят: размер предприятия;

специализация, интенсификация и результаты производства; эффективность и финансовое состояние предприятий. Это позволяет сгруппировать потребителей по определенным показателям (критериям), например, по площади посева полевых культур, рентабельности, платежеспособности. Также на этом этапе предполагаемый рынок сбыта рассматривается на наличие конкурентов, инфраструктурных элементов и их доступности потребителям продукции и самому предприятию.

Второй этап предполагает сопоставление выявленных требований к каналу сбыта с имеющейся сбытовой сетью. Оценка производится с точки зрения длины и ширины канала. Если структура соответствует требованиям, продукция реализуется и производится оценка эффективности канала (третий этап схемы). Если выявлены несоответствия, предприятие переходит к построению структуры каналов с необходимыми характеристиками. Классификация потребителей позволяет провести формирование типовых схем сбыта продукции, так как различные группы потребителей требуют соответствующих схем реализации продукции. Предприятие сельскохозяйственного машиностроения может реализовать свою продукцию следующими способами (типовые схемы сбыта): напрямую потребителю, через посредника (одного или нескольких), посредством лизинговой компании, выступить в качестве лизингодателя своей продукции. Выбор схемы реализации продукции зависит от того, к какой классификационной группе принадлежит потребитель. Может быть выстроен новый канал сбыта, может быть расширен действующий. На этом этапе предприятие может включить в сбытовые схемы дополнительных посредников, например лизинговую или страховую компанию, банк, торговых посредников. Включение в сбытовой канал посредников в лице лизинговых компаний или банков является целесообразным, когда сами потребители продукции не в состоянии её полностью и своевременно оплатить. Это позволяет сделать технику более доступной потребителю, потенциально повысить эффективность его деятельности, а также создает спрос определенной степени платежеспособности на продукцию машиностроителей. Включение посредников в лице агентов, дилеров позволяет пространственно охватить больший рынок, что также способствует развитию сбытовой деятельности.

Далее следует оценка эффективности канала (третий этап). Эффективный канал сбыта продукции должен удовлетворять требованиям продавца и покупателя: расширять сбыт продукции и обеспечивать доступ крестьянских хозяйств к новой сельскохозяйственной технике. Выделение типовых схем реализации продукции необходимо для формирования комплекса данных для определения эффективности канала и разработки системы ограничений и предельных величин параметров канала сбыта. На этой базе происходит формирование комплекса локальных показателей оценки. Экспертным путем проводится определение значимости локальных показателей эффективности канала реализации. На основании наиболее значимых локальных показателей происходит расчет интегральной оценки эффективности варианта сбыта продукции. Критериями эффективности могут служить показатели рентабельности сбытовой деятельности средние по отрасли. Поскольку предполагается, что предприятие развивается, процесс формирования системы каналов сбыта продукции не прерывается, а возвращается к первому этапу и т.д.

В качестве источников информации для проведения анализа и оценки могут выступать официальные нормативно-правовые документы, аналитические данные Росстата, открытые данные сельскохозяйственных предприятий, данные конкурентов, финансовых посредников и самого предприятия.

Выводы (заключение)

Таким образом, актуальность темы исследования не вызывает сомнения. Промышленность занимает важное место в экономике России. Среди отраслей отечественной промышленности рассмотрена подотрасль сельскохозяйственного машиностроения, поскольку от ее развития зависит обеспеченность отечественных аграриев современной производительной техникой. Динамика производства отрасли длительное время носит отрицательный характер, что негативно сказывается на потребителях её продукции – неуклонно снижается наличие аграрной техники в сельскохозяйственных предприятиях, растет степень её износа. Обострение внешнеполитической ситуации также негативно сказалось на отрасли. Это с одной стороны порождает спрос на продукцию отечественных предприятий, производящих сельскохозяйственную технику, а с другой стороны не позволяет потребителям её купить, поскольку их финансовое состояние ухудшается вследствие их неэффективной деятельности.

В сложившейся ситуации необходимо разрабатывать подходы к расширению сбыта продукции предприятий сельскохозяйственного машиностроения, одним из них может стать структурирование этапов их сбытовой деятельности. Под структурированием в данном случае понимаем выявление факторов построения каналов сбыта, их систематизация, определение структуры товаропроводящей сети и построение каналов сбыта, оценка их эффективности. Сбытовая деятельность машиностроительного предприятия разбивается на этапы: анализ факторов, влияющих на построение каналов сбыта; построение структуры каналов сбыта; оценка эффективности каналов сбыта. В каждом этапе сгруппированы действия, нацеленные на построение наилучшего канала сбыта. Анализ и оценка опираются на доступные материалы, касающиеся потребителей продукции, инфраструктурного окружения предприятия. Структурирование этапов сбытовой деятельности машиностроительного предприятия позволит расширять сбыт продукции и обеспечивать техникой отечественные сельскохозяйственные предприятия.

Список литературы

1. Афанасьев И. Состояние российского сельхозмашиностроения в 2023 году и планы развития обсудили на главном отраслевом форуме. [Электронный ресурс]. URL: <https://agriexpert.ru/articles/1597/sostoyanie-rossiiskogo-selxozmasinostroeniya-v-2023-godu-i-plany-razvitiya-obsudili-na-glavnom-otraslevom-forume> (дата обращения 22.11.2023).
2. Бабкин К.А. Состояние и перспективы развития сельхозмашиностроения в Российской Федерации. [Электронный ресурс]. URL: https://atf.rosspetsmash.ru/upload/iblock/a79/2023_10_03-doklad-k.a.babkina.pdf (дата обращения 22.11.2023).
3. Галиуллина Э.И. Современные тенденции развития агропромышленного комплекса России. ООО «Экономические науки». Москва, 2023. № 4. [Электронный ресурс]. URL: https://ecsn.ru/wp-content/uploads/202304_112.pdf (дата обращения 22.11.2023).
4. Ганенко И. Результаты работы отрасли пока позитивные // Агроинвестор. 2023. № 09. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.agroinvestor.ru/opinion/article/40931-rezultaty-raboty-otrasli-po-ka-pozitivnye/> (дата обращения 22.11.2023).
5. Зефирова В.И., Дегтярев Д.А. Сельскохозяйственное машиностроение России в условиях санкций // Актуальные проблемы экономики и управления. 2023. № 1 (12). С. 123-127.
6. Криничная Е.П. Рынок сельскохозяйственной техники в России: современное состояние и тенденции развития // Вестник аграрной науки. 2022. № 6 (99). С. 110-118.

7. Машиностроительная отрасль РФ. [Электронный ресурс]. URL: <https://finplan.org/lk/industries/mechanical-engineering/?ysclid=lpjoru3x9f572608108> (дата обращения 22.11.2023).
8. Миркина О.Н. Алгоритмизация формирования системы распределения промышленной продукции // Научное обозрение. 2015. № 11. С. 375-378..
9. Миркина О.Н. Тенденции развития сельскохозяйственного машиностроения России // Интеллект. Инновации. Инвестиции. 2017. № 2. С. 26-29.
10. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс / перевод с английского. М.; СПб.: Диалектика, 2019. 488 с.
11. Производство сельхозтехники: топ-10 отечественных производителей, балльная система локализации и перспективы развития отрасли. [Электронный ресурс]. URL: <https://delprof.ru/press-center/open-analytics/proizvodstvo-selkhoztekhniki-top-10-otechestvennykh-proizvoditeley-ballnaya-sistema-lokalizatsii-i-p/?ysclid=lpjn5gp4ls913089936> (дата обращения 22.11.2023).
12. Ха А.Т. Экономическая сущность сбытовой деятельности предприятия // Финансовые рынки и банки. 2021. № 5. С. 65-69.
13. Чепик Д.А., Колесников А.В. Проблемы материально-технического обеспечения растениеводства // Зернобобовые и крупяные культуры. 2022. № 4 (44). С. 24-31.