

**СЕКЦИЯ 3.
СОВРЕМЕННЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ МЕНЕДЖМЕНТА
И МАРКЕТИНГА В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ
ИНТЕГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ**

УДК 338.43

**КОНКУРЕНЦИЯ НА РЫНКЕ
СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ТЕХНИКИ**

Ахремко В.О., Бекетова К.Д.

ООО «Белагро Бел», г. Минск

Казакевич Л.А., к.ф.-м.н., доцент

*УО «Белорусский государственный аграрный технический университет»,
г. Минск*

Ключевые слова: сельскохозяйственная техника, конкуренция, маркетинговая деятельность, перспективные рынки, выставочная деятельность.

Key words: agricultural machinery, competition, marketing activities, promising markets, exhibition activities.

Аннотация: В работе проведен анализ конкуренции на рынке сельскохозяйственной техники. Для ООО «Белагро Бел» рассмотрены перспективные рынки и описаны направления маркетинговых исследований, определено участие в международных выставках.

Summary: The paper analyzes competition in the agricultural machinery market. For Belagro Bel LLC, promising markets are considered and marketing research directions are described, participation in international exhibitions is determined.

В течение десятилетия мировое сельскохозяйственное производство, по оценкам, вырастет на 17 %, что потребует соответствующее обеспечение сельскохозяйственной техникой и рост рынка на 5,7 % [1]. На сегодняшний день объем мирового рынка сельскохозяйственной техники оценивается в 6,32 млрд долл. США, а к 2031 году он достигнет 9,11 млрд долл. США [2]. Мировыми лидерами по производству сельскохозяйственной техники являются компании, определяющие характер и содержание конкуренции на основных рынках [3].

1. John Deere (США). Производит колесные и гусеничные тракторы, зерно-, кормо- и хлопкоуборочные комбайны, посевную, уборочную и почвообрабатывающую. Продукция реализуется в 160 стран под брендами John Deere, Frontier, Kemper, Green Systems, Sabo и Benye.

2. Case New Holland Global (США). Выпускает колесные тракторы, зерно-, кормоуборочные комбайны, сеноуборочное оборудование, посевную, уборочную, кормозаготовительную и почвообрабатывающую технику, навесные погрузчики, системы точного земледелия. Реализация продукции осуществляется в 170 стран под брендами Case IH, New Holland Agriculture и Steyr.

3. AGCO (США). Занимается производством тракторов, комбайнов, посадочного и кормозаготовительного оборудования, почвообрабатывающей техники, опрыскивателей, оборудования для внесения сыпучих и жидких удобрений, систем точного земледелия. Реализует свою продукцию под брендами AGCO, Challenger, Fendt, Gleaner, Hesston, Massey Ferguson, New Idea, Spra-Coupe, Willmar, Sunflower, Valtra, White Planters.

4. Kubota (Япония). Производит сельскохозяйственные тракторы, комбайны и двигатели к ним, реализуемые в Японии, Северной Америке, Европе и ряде стран Юговосточной Азии.

5. Yanmar (Япония). Занимается производством сельскохозяйственных тракторов, комбайнов, машин для перевозки сельскохозяйственных грузов. Реализуется техника преимущественно в Японии, США и странах Западной Европы.

6. CLAAS (ФРГ). Выпускает колесные и гусеничные тракторы, зерно- и силосоуборочные комбайны, кормозаготовительную и уборочную технику, погрузчики. Реализует продукцию под брендами CLAAS, Lexion и Renault в Австралии, Новой Зеландии, на Ближнем Востоке и в Африке.

7. Mahindra & Mahindra (Индия). Сельскохозяйственная техника под брендом Mahindra производится на предприятиях, расположенных на основных рынках сбыта – в Индии, Китае, Северной Америке и Австралии.

8. Iseki (Япония). На заводах производятся колесные тракторы, зерноуборочные комбайны, машины для работы на рисовых полях, которые реализует преимущественно на национальном рынке, а также в США, Англии, Бельгии, Германии, Китае, Южной Корее.

9. УТО Group (Китай). Сельскохозяйственные колесные и гусеничные тракторы, комбайны и навесное оборудование выпускают входящие в ее состав фирмы First Tractor (марка Dongfanghong) и УТО France.

10. SAME Deutz-Fahr (Италия). Выпускает тракторы, комбайны, двигатели к ним, сельскохозяйственное оборудование на заводах, расположенных в Европе, Индии и Китае, где и продается большая их часть под брендами SAME, Lamborghini, Deutz-Fahr и Hurlimaim.

На рынке России присутствуют как отечественные, так и зарубежные производители сельскохозяйственной техники [4]. Среди крупнейших российских производителей техники следует выделить ООО «КЗ «Ростсельмаш», АО «Петербургский тракторный завод», ЗАО СП «Брянсксельмаш»,

АО «Евротехника», ООО «Техна», ЗАО «Ко-Нева», ООО «Пегас-Агро», ООО «Агро», ООО «Воронежсельмаш» и др.

В Республике Беларусь сельскохозяйственное машиностроение представлено 67 предприятиями [5]. На них осуществляется производство тракторов и комбайнов; сельскохозяйственных прицепов и полуприцепов; навесного и почвообрабатывающего оборудования; оборудования для полива и орошения; оборудования для животноводства и птицеводства.

Российским и белорусским производителям сельскохозяйственной техники и оборудования в условиях, когда страны ЕС и США расширяют санкции и продолжают закрывать свои рынки, конкурировать достаточно сложно. Свою роль здесь играют специализированные дилерские организации. В Беларуси крупнейшим поставщиком сельскохозяйственной техники и запчастей выступает ООО «Белагро Бел» [6]. Оно имеет филиалы с торговыми точками в крупных городах Беларуси (Барановичи, Бобруйск, Витебск, Гомель, Гродно, Лида, Минск, Могилев, Мозырь, Пинск). Непосредственно от производителей по минимальным ценам поставляется огромный ассортимент из 3000 наименований техники и 100000 артикулов запчастей. При этом предлагаются максимально выгодные условия – лизинг, льготные кредиты, субсидии, рассрочка. ООО «Белагро Бел» осуществляет также сервисное обслуживание техники клиентов. География продаж сельскохозяйственной техники и запчастей весьма широкая. Доля рынка составляет:

- Россия – 63,85 %;
- Беларусь – 19,97 %;
- Казахстан – 7,42 %;
- Венгрия, Куба, Молдова, Пакистан, – 0,5-1,0 %;
- Болгария, Испания, Португалия – 0,1-0,49 %.

Перспективными рынками, куда осуществляются отдельные поставки техники, являются Азербайджан, Армения, Грузия, Киргизия, Таджикистан, Нигерия, Гвинея-Бисау, Никарагуа, Вьетнам, Сербия.

Для успешной конкуренции и эффективного продвижения сельскохозяйственной техники на рынок первостепенное значение отводится маркетинговой деятельности, которая рассматривается как комплексная система сбыта продукции, ориентированная на удовлетворение потребностей конкретных клиентов на основе исследования и прогнозирования рынка [7-8]. Роль маркетинга в коммерческой деятельности определяется тем, что он раскрывает потенциальные возможности сбыта и создает эффективную систему товародвижения.

Актуальным для ООО «Белагро Бел» является проведение маркетинговых исследований по следующим направлениям.

1. Комплексное изучение рынка:

- изучение общих условий деятельности и емкости рынка;

- изучение правовых, политических и транспортных условий деятельности и коммерческой практики на выбранном товарном рынке;
- повседневное изучение реализованного, неудовлетворенного и формирующегося спроса;
- анализ сложившихся на рынке цен, тенденций их изменения;
- анализ эффективности рекламных кампаний;
- анализ перспектив развития рынка.

2. Изучение потребителей:

- кто является потребителями продукции и услуг, их численность;
- осуществление ранжирования потребителей по степени важности и уровню платежеспособности;
- изучение степени удовлетворенности потребителей.

3. Изучение конкурентов:

- анализ деловой репутации, сильных и слабых сторон конкурентов;
- изучение размера рыночной доли конкурентов;
- изучение цен, методов реализации и продвижения продукции конкурентов.

ООО «Белагро Бел» активно использует различные маркетинговые инструменты, способствующие реализации продукции. Особо следует выделить участие в выставках, размещение рекламных статей в интернете. Имеется группа сайтов разделенная по категориям ассортимента, на которых размещаются актуальные ценовые предложения, что позволяет привлекать новых потенциальных клиентов для сотрудничества. Компания активно использует SMM во всех основных социальных сетях таких как Instagram, Вконтакте, Facebook, Одноклассники, TikTok, видеохостингах – YouTube, Rutube. Кроме этого компания занимается SERM и активно мониторит интернет-пространство для управления репутацией бренда.

ООО «Белагро Бел» регулярно участвует в различных выставках, что обеспечивает заключение новых договоров как с небольшими фермерскими хозяйствами, так и с крупными аграрными холдингами. Перечень перспективных выставок на 2025 год достаточно широкий, в частности:

- Белагро-2025 – Минск, Беларусь;
- KazAgro | КазАгро 2025 – Астана, Казахстан;
- Интерагромаш & Агротехнологии – Ростов-на-Дону, Россия;
- Агрос 2025 – Москва, Россия;
- Татагроэкспо 2025 – Казань, Республика Татарстан,;
- Агроэкспокрым 2025 – Симферополь, Республика Крым.

Список использованной литературы

1. EIMA-2022: анализ ситуации на мировом рынке продаж сельхозтехники [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://glavpahar.ru/>

news/eima-2022-analiz-situacii-na-mirovom-rynke-prodazh-selhoztehniki – Дата доступа: 29.04.2024.

2. Аналитика рынка сельскохозяйственной техники [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.verifiedmarketreports.com/ru/product/agricultural-machinery-and-tires-market/> – Дата доступа: 17.02.2025.

3. Изменение состава стратегической группы мирового сельхозмашиностроения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rep.bntu.by/bitstream/handle/data/17730/37.pdf?sequence=1&isAllowed=y> – Дата доступа: 17.02.2025.

4. Обзор рынка сельскохозяйственной техники: тренды и структура [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://marketing.rbc.ru/articles/13354/> – Дата доступа: 17.02.2025.

5. Сельскохозяйственное машиностроение в Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://factories.by/producers/selskokhozyaystvennoemashinostroenie> – Дата доступа: 17.02.2025.

6. Официальный сайт ООО «Белагро Бел» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://belagrobел.by> – Дата доступа: 29.04.2024.

7. Беляева, А.А. Особенности маркетинговой деятельности предприятий сельскохозяйственной отрасли / А.А. Беляева. // Вестник молодежной науки. – 2020. – № 3 (25). – С. 6–8.

8. Артемьева, О.А. Маркетинг и современность: учебник / О.А. Артемьева. – Минск: Инфра-М, 2017. – 266 с.

УДК 339.187.62

ЛИЗИНГ: ПРЕИМУЩЕСТВА ДОГОВОРА И ПЕРСПЕКТИВЫ ПРИМЕНЕНИЯ ДЛЯ СУБЪЕКТОВ АГРОБИЗНЕСА

Бельчина Е.М., ст. преподаватель

УО «Белорусский государственный аграрный технический университет», г. Минск

Ключевые слова: лизинг, договор, аренда, лизингодатель, лизингополучатель, сельское хозяйство

Keywords: leasing, contract, lease, lessor, lessee, agriculture

Аннотация: В статье раскрыты особенности и правовые аспекты регулирования договора финансовой аренды (лизинга) в Республике Беларусь, представлены сравнительные характеристики договора аренды и договора финансового лизинга, изложены преимущества лизинга для субъектов агробизнеса. С целью расширения сферы применения лизинга в АПК, предлага-