

УДК 631.173

ОРГАНІЗАЦІЯ ТЕХНІЧНОГО СЕРВІСУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ТЕХНІКИ В США

Шейко Л.О.¹, Шуста В.І.²

¹ асистент, ВП НУБіП України "Ніжинський агротехнічний інститут";

² студент, ВП НУБіП України "Ніжинський агротехнічний інститут".

Проаналізовано досвід США виконання ремонтно-обслуговуючих робіт сільськогосподарської техніки. Описані переваги та недоліки організації технічного сервісу.

Технічний сервіс, сільськогосподарська техніка, виробник, посередник, споживач.

Ремонт і технічне обслуговування сільськогосподарської техніки в США організують та забезпечують матеріально-технічними ресурсами фірми-виробники техніки. Для цього вони використовують мережу спеціалізованих підприємств-агентів, власних та незалежних дилерів, гуртові та роздрібні бази і інших учасників. Така схема організації технічного сервісу підтверджує зацікавленість фірм-виробників в забезпеченні надійної експлуатації техніки. Світова практика свідчить, що вчасне та якісне проведення операцій технічного сервісу дає змогу скоротити простої машин з технічних причин, зменшити витрати запасних частин та витрати паливно-мастильних матеріалів.

Система обслуговування в США основана на тому, що фермер вибирає такі форми ремонту і технічного обслуговування, які враховують економічні та технічні наслідки.

В США в обслуговуванні та ремонті сільськогосподарської техніки об'єднались вдосконалення виробництва нової техніки та покращення технології і організації виконання технічного обслуговування та ремонту. Тобто, по перше – висока надійність, ремонтпридатність та пристосованість машин до обслуговування, а по друге – зменшення простою машин при виконанні технічного обслуговування та ремонту. Таким чином фірми виробники визнають рівноцінність якості виробленої продукції та якості послуг продукції, що експлуатується. Три рівня сільськогосподарського машинобудування США тісно взаємопов'язані між собою. Зв'язки між учасниками в системі "виробник-посередник-споживач" міцні, і

забезпечують повноцінний збут продукції по якості, ремонтпридатності, пристосуванні до обслуговування та експлуатації, послугам технічного сервісу.

Виробництво та збут сільськогосподарської техніки об'єднується з технічним сервісом, який необхідний для більшої гарантії збуту та отримання більших доходів ніж тільки від продажу техніки. Відомо, що кошти вкладені в технічний сервіс дають в два рази більше прибутку, ніж кошти вкладені в виробництво техніки. Деяким компаніям, зокрема "Катерпіллер" та "Джон Дір", продажі супутніх послуг приносять більше 50% прибутку.

Найбільш поширеною формою технічного сервісу в США є дилерська. Технічний сервіс сільськогосподарської техніки передбачає виконання наступних робіт:

- передпродажна підготовка техніки;
- продаж техніки;
- доставка техніки покупцю (фермеру);
- навчання операторів, які будуть працювати на техніці;
- технічне обслуговування техніки;
- продаж та доставка запасних частин;
- гарантійний ремонт техніки;
- післягарантійний ремонт техніки;
- прокат машин;
- виконання механізованих робіт, в тому числі, під час

проведення тривалого ремонту техніки фермера.

Фірми-виробники зацікавлені в організації ремонту та технічного обслуговування випущеної техніки тому, що при високому рівні її якості розширюється мережа покупців і відповідно збільшуються доходи від збільшення програми виробництва техніки та запасних частин до неї. Крім того, випуск ненадійної техніки приводить до додаткових витрат коштів та часу на усунення дефектів допущених при виробництві в період передпродажної підготовки, гарантійного та післягарантійного ремонту техніки. Крім того без зв'язку із споживачем фірмі-виробнику важко підвищити якість продукції.

В США існує декілька форм організації ремонту і технічного обслуговування техніки, але вони мають наступні спільні принципи:

- фірми-виробники відповідальні за технічний стан техніки протягом строку її служби, тому в процесі виробництва вони забезпечують високу надійність, максимально вдосконалюють

ремонтпридатність, пристосованість до технічного обслуговування та діагностування;

- незалежно від місця експлуатації техніки здійснюється ремонт і технічне обслуговування через розгалужену мережу посередників (дилерів, гуртові бази, фермерів і т.п.) та спеціалізовані ремонтні заводи;

- виробляється необхідна кількість запасних частин, які в найкоротші строки постачаються споживачам – фермерам, ремонтним виробництвам;

- учасники системи "виробник-посередник-споживач" забезпечуються необхідною технічною та іншою документацією;

- дилерів, фермерів та працівників проміжного виробництва навчають ефективним прийомам та методам експлуатації, ремонту та технічного обслуговування техніки.

Підвищенню якості техніки, що випускається, і вдосконаленню форм її обслуговування сприяють економічні важелі – маркетинг, ціни, знижки, націнки, які приводяться в дію, в основному, виробником техніки при орієнтуванні на споживача.

Фермери США впроваджують досвід довготривалого використання техніки. Якщо раніше вони прагнули замінювати техніку після закінчення гарантійного терміну, то тепер вони часто використовують її протягом 25 і більше років. Це обґрунтовується не гіршою працездатністю потриманої техніки в результаті якісного ремонту та технічного обслуговування.

В останні роки проявляється тенденція збільшення самостійності фермерів у виконанні ремонту і технічного обслуговування своєї техніки. Це пояснюється тим, що фірми-виробники забезпечують фермерів необхідними запасними частинами, інструментом, обладнанням та технічною документацією. Фермерами широко використовується агрегатний метод ремонту, при якому знятий з машини агрегат ремонтують фірми-виробники.

Досвід США показує, що основним посередником між фірмами-виробниками нової техніки для сільського господарства є дилерські підприємства. Виробник через дилера гарантує якість техніки в цілому, включаючи комплектуючі вироби та складові частини, і відшкодовує дилеру витрати для покриття витрат на регламентоване обслуговування та ремонт протягом гарантійного терміну. Гарантія на відремонтований виріб повинна бути, як для нових виробів, а то й вище.

Характерна тенденція останніх років – запровадження дилерами попереджувального проведення технічного обслуговування техніки фермерів, особливо зимою. В цей період дилери проводять безкоштовний огляд техніки та надають знижки на проведення ремонтних робіт.

Схема та структура організації технічного обслуговування тракторів та сільськогосподарських машин зазвичай не залежать від розміру компанії, рівня виробництва та продажу. Різниця є тільки в кількості дилерів та їх технічному оснащенні. Середній дилер обслуговує близько 100 тракторів в радіусі 50...70 км.

В США система ремонту і технічного обслуговування відповідає всім основним вимогам розвинутого виробництва і направлена на задоволення вимог фермера при одночасному отриманні прибутку для всіх учасників системи "виробник-посередник-споживач".

Список літератури

1. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.gosniti.ru>.
2. Микулин Ю.В. Ремонт и техническое обслуживание сельскохозяйственной техники в США / Ю.В.Микулин. – М.: Информагротех, 1990. – 43 с.
3. Козаченко О.В. Проблеми та перспективи розвитку технічного сервісу машин АПК / О.В.Козаченко – Вісник ХНТУСГ ім. П.Василенка, 2014. – Випуск 145. – С. 4-7.
4. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.khntusg.com.ua>.
5. Шейко Л.О. Зарубіжний досвід ремонту та технічного обслуговування сільськогосподарської техніки / Л.О.Шейко, Д.С.Піщулін // Інноваційні технології збалансованого природокористування в агропромисловому виробництві : зб. матеріалів Міжнарод. наук.-практ. конф. (24-25 березня 2016 року, м. Ніжин) – Ніжин: Видавництво НДУ, 2016. – С. 171-175.

Проанализирован опыт США выполнения ремонтно-обслуживающих работ сельскохозяйственной техники. Описаны преимущества и недостатки организации технического сервиса.

Служба технической поддержки, сельскохозяйственная техника, производитель, поставщик, потребитель.

Experience of the USA of performance of repair-serving works of agricultural machinery is analysed. Advantages and lacks of the organisation of technical service are described.

Service of technical support, agricultural machinery, the manufacturer, the supplier, the consumer.