

Як свідчать результати дослідження, в сучасних умовах основними перепонами та загрозами успішного функціонування ПАТ «Харківський тракторний завод» є: 1) застаріла техніко-технологічна база, що не дозволяє випускати продукцію, яка б була конкурентоспроможною на внутрішньому та зовнішньому ринках тракторної продукції; 2) відсутність державної підтримки виробників сільськогосподарської техніки в Україні; 3) значна залежність фінансових результатів діяльності, ліквідності та платоспроможності підприємства від коливання курсу іноземної валюти з огляду на імпорту залежність і експортну орієнтованість досліджуваного підприємства.

Саме на нівелювання негативного впливу зазначених факторів має бути направлена стратегія функціонування ПАТ «Харківський тракторний завод» на ринку тракторної техніки України.

Література:

1. Коновалова О., Андрущакевич Т. SWOT-аналіз як основний інструмент стратегічного управління, його переваги і недоліки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://rusnauka.com/3_SND_2010/Economics/58123.doc.htm.

ДОСЛІДЖЕННЯ КОНКУРЕНТНОЇ ПОЗИЦІЇ ПАТ «ХТЗ» НА РИНКУ ТРАКТОРНОЇ ТЕХНІКИ В УКРАЇНІ: ЦІНОВИЙ АСПЕКТ

Середа Н.В.

Науковий керівник: Шевченко І.Ю., к.е.н.

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Невід’ємною частиною аналізу конкурентної позиції підприємства є ціновий аналіз його продукції.

Метою дослідження є аналіз цін на продукцію ПАТ «ХТЗ» та його основних конкурентів на ринку тракторної техніки в Україні.

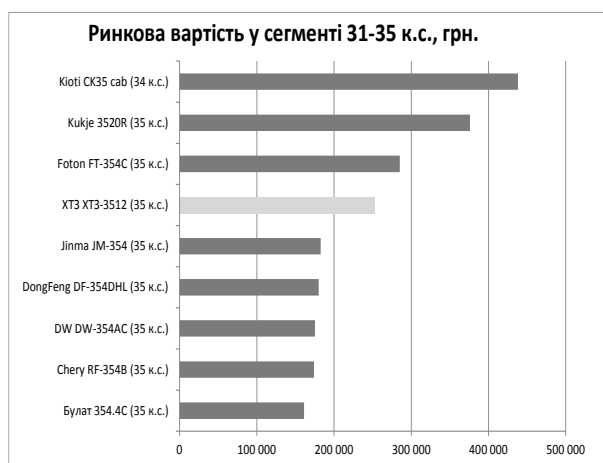


Рисунок 1 – Ціни на продукцію ПАТ «ХТЗ» та його конкурентів в сегменті 31-35 к.с. у 2015 році

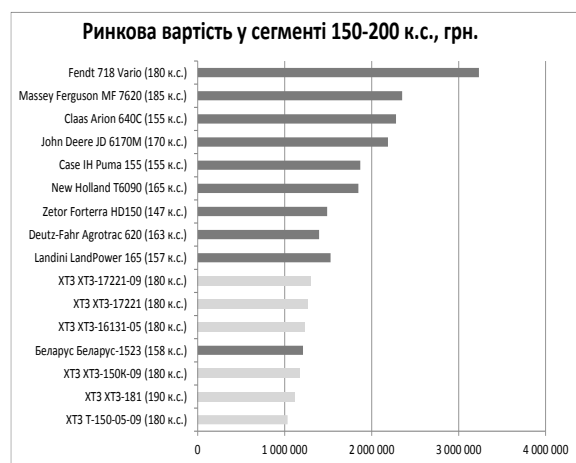


Рисунок 2 – Ціни на продукцію ПАТ «ХТЗ» та його конкурентів в сегменті 150-200 к.с. у 2015 році

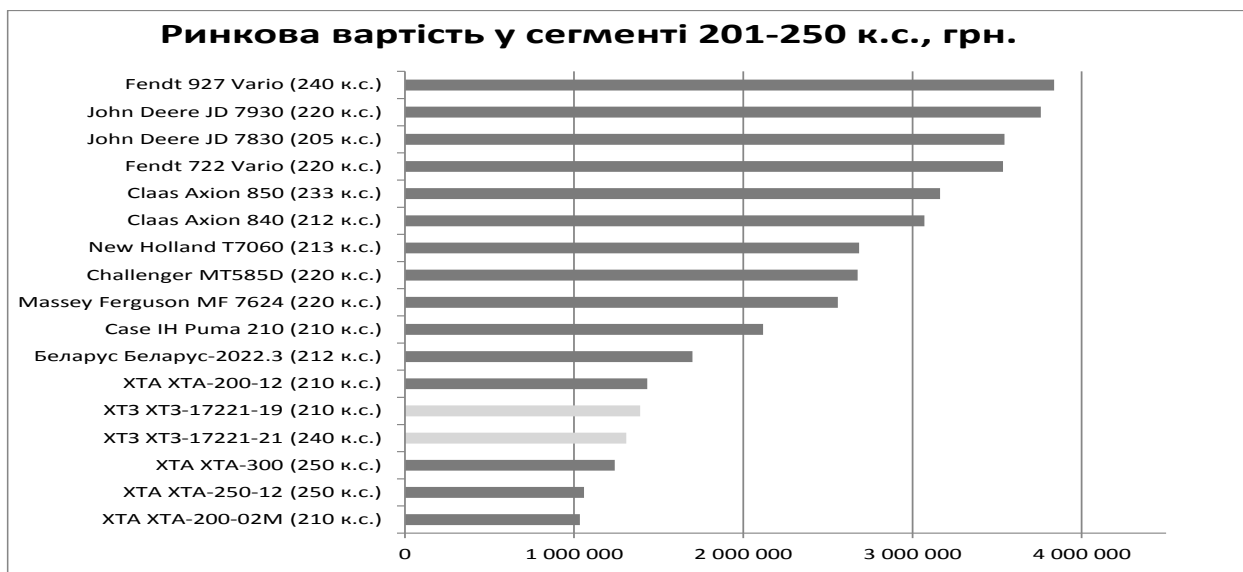


Рисунок 3 – Ціни на продукцію ПАТ «ХТЗ» та його конкурентів в сегменті 201-250 к.с. у 2015 році

Як свідчать дані рис. 1-3, продукція ПАТ «Харківський тракторний завод» представлена в трьох сегментах: 31-35 к.с., 150-200 к.с., 201-250 к.с.

При цьому підприємство намагається утримувати ціни на продукцію, які є нижчими за середні ринкові ціни та ціни на тракторну техніку основних конкурентів: Мінського тракторного заводу (трактори марки «Беларусь»), Слобожанської промислової компанії (трактори марки «ХТА»), John Deere (трактори марки «John Deere»), CNH (трактори марок «Case» та «New Holland»), виробників китайської техніки та інших виробників.

Разом з тим нині критерій «доступна ціна» є вагомим, проте не основним для господарів, що обирають тракторну техніку (табл. 1).

Таблиця 1

Вимоги фермерів до тракторної техніки*

Вимоги	Кількість	% до загального числа респондентів
Надійність	77	75,19%
Доступна ціна	67	51,94%
Економічні показники	46	35,66%
Продуктивність	37	28,68%
Якість сервісного обслуговування	36	27,91%
Універсальність	24	18,6%
Техобслуговування	16	12,4%
Комфортність кабіни	16	12,4%

* результати опитування керівників фермерських господарств, проведеного в рамках Міжнародної сільськогосподарської виставки «ІнтерАГРО», яка проходила у м. Києві з 27 по 30 жовтня 2015 року

Тоді як респонденти не вважають доступну ціну на продукцію ПАТ «ХТЗ» достатнім аргументом для прийняття рішення про купівлю тракторів даного виробника (табл. 2).

Таблиця 2

Бальна оцінка фермерами продукції виробників тракторної техніки*

Критерії вибору	Бальні оцінки критеріїв за виробниками				Разом балів
	ВмТЗ	МТЗ	ХТЗ	Китай	
Доступна ціна	0	0	0	1	1
Надійність	11	3	0	0	14
Якісний сервіс	0	0	0	0	0
Простота ремонту	1	2	1	0	4
Інше	1	1	0	0	2
Всього	13	6	1	1	21

* результати опитування керівників фермерських господарств, проведеного в рамках Міжнародної сільськогосподарської виставки «ІнтерАГРО», яка проходила у м. Києві з 27 по 30 жовтня 2015 року

Як бачимо, нині за критерієм «доступна ціна» продукція ПАТ «ХТЗ» поступається тракторам китайського виробництва.

АНАЛІЗ ЗАБЕЗПЕЧЕНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ ТРАКТОРНОЮ ТЕХНІКОЮ

Середа Н.В.

Науковий керівник: Шевченко І.Ю., к.е.н.

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Основними покупцями тракторної техніки в Україні були та залишаються сільськогосподарські підприємства, в тому числі фермерські господарства.

Метою дослідження є аналіз і виявлення закономірностей забезпеченості вітчизняних фермерських господарств тракторною технікою.

Інформаційною базою дослідження є результати опитування керівників фермерських господарств, проведеного в рамках Міжнародної сільськогосподарської виставки «ІнтерАГРО», яка проходила у м. Києві з 27 по 30 жовтня 2015 року.

Дані рис. 1 свідчать, що за останні 6 місяців вітчизняну техніку частіше купували фермерські господарства з площею понад 3000 га, імпортну ж техніку частіше за все купують фермерські господарства площею понад 9000 га.

Дані рис. 2 свідчать про те, що найбільшу популярність серед керівників фермерських господарств мають трактори ПАТ «Мінський тракторний завод» (близько 56%) і трактори китайських виробників (близько 36%).

При цьому, найбільш забезпеченими тракторною технікою є вітчизняні фермерські господарства площею понад 9000 га, а також фермерські господарства площею від 3000 га до 6000 га.