

АНАЛІЗ СТАНУ ВИРОБНИЧОГО ПЛАНУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ СІЛЬГОСПМАШИНОБУДІВНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Оскільки ефективне формування виробничих планів підприємства є одним із найважливіших факторів, який визначає кінцевий результат економічної діяльності будь-якого підприємства, надзвичайно актуальною є проблема оцінки стану виробничого планування на підприємствах галузі сільськогосподарського машинобудування України.

З цією метою автором проведено вибіркове опитування управлінського персоналу вітчизняних сільгоспмашинобудівних підприємств, основним завданням якого є вивчення особливостей формування ними виробничої програми та виявлення факторів, які позитивно і негативно впливають на реалізацію процесів виробничого планування даних підприємств.

Інструментом опитування була анкета, яка надсилалася респондентам за допомогою електронної пошти і традиційного поштового зв'язку. Для досягнення достатнього рівня репрезентативності дослідження анкети розіслані на підприємства сільськогосподарського машинобудування, які належать до різних економічних районів України (поділ на економічні райони здійснений на основі [2]). Загалом участь в опитуванні взяли 28 підприємств.

Значний вплив на розвиток підприємств сільгоспмашинобудівної галузі має світова економічна криза. Зокрема, відсутність вільних грошових засобів та “обережна” кредитна політика фінансових установ призводить до зниження рівня попиту на ринку агротехніки і, відповідно, до скорочення обсягів її виробництва вітчизняними сільгоспмашинобудівними підприємствами. Це у свою чергу значною мірою впливає на рівень завантаження виробничих потужностей підприємств галузі. Так, як свідчать емпіричні дані, тільки у 17,9% опитаних підприємств рівень завантаження виробничих потужностей становив 75-100%. Близько 39,3% підприємств змогли завантажити власні виробничі потужності на 51-75%; ще 32,1% підприємств – на 26-50% і 10,7% підприємств – менше, ніж на 25%. Враховуючи низький рівень завантаження виробничих потужностей сільгоспмашинобудівних підприємств, можна припустити, що більшість із них є збитковими, а їхня виробнича програма орієнтована не на розвиток, а на “виживання” в несприятливих ринкових умовах.

У процесі дослідження респондентам було запропоновано оцінити стан виробничого планування та особливості формування виробничої програми. Згідно з отриманими даними, переважна більшість досліджуваних підприємств (92,9%) приділяє значну увагу плануванню своєї діяльності, зокрема 60,7% підприємств розробляє щорічний виробничий маркетинговий, кадровий і фінансовий план; а 32,2% розробляє стратегічний план розвитку підприємства, а на 7,1% підприємствах плануванню не приділяється належна увага.

Результати опитування свідчать, що при формуванні виробничої програми більшість досліджуваних підприємств (89,3%) орієнтується на наявний портфель замовлень; 60,7% опитаних враховує обсяг ринкового попиту на продукцію; 53,6% – рівень виконання плану виробництва за попередній період; 42,9% – побажання споживачів щодо вдосконалення й покращення якості продукції; 28,6% зважає на діяльність основних конкурентів; 25% враховує рівень цін на сировину і матеріали для виробництва і державну політику в галузі; 21,4% респондентів звертає увагу на основні тенденції зміни ринкових цін та конкуренцію зі сторони іноземних товаровиробників; 17,9% орієнтується на техніко-технологічний рівень виробничого процесу; 10,7% респондентів зважає на ситуацію в кредитно-банківському секторі і валютних ринках; 7,1% опитаних враховує рівень розвитку техніки і технологій.

В процесі дослідження респондентам було запропоновано відзначити основні фактори, які, на їхній погляд, сприяють розробці та успішній реалізації плану виробництва, або “фактори успіху” виробничої програми (табл. 1).

Таблиця 1

Основні “фактори успіху” виробничої програми підприємства

“Фактори успіху” виробничої програми	Питома вага*, %
1. Висока якість виготовленої продукції	64,3
2. Відомо торгова марка, привабливий позитивний імідж фірми	50,0
3. Привабливі цінові пропозиції, система знижок тощо	46,4
4. Ефективно організована робота відділу збуту підприємства	35,7
5. Високоякісно, точно та успішно була проведена робота ще на етапі планування та розробки виробничої програми	25,0
6. Вдало налагоджений виробничий процес, використання інноваційних та прогресивних технологій, що дозволяє виготовляти якісну продукцію в заплановані терміни	17,9
7. Має місце підтримка держави, розроблені та успішно виконуються урядові програми, спрямовані на підтримку галузі	14,3
8. У процесі формування виробничої програми були використані результати маркетингових досліджень ринку, які проводилися з метою визначення потенційних обсягів споживання продукції в плановому періоді	10,7
9. Товар є унікальним, інноваційним, потреба в ньому поступово зростає, що в свою чергу зумовлює збільшення попиту на нього	3,6
10. Конкуренти, які виготовляють аналогічний товар, або відсутні зовсім, або ж набагато слабші	3,6

* – питома вага респондентів, котрі обрали даний фактор із переліку запропонованих. Таблиця побудована автором на основі результатів опитування.

Також респондентам необхідно було вказати передумови, які негативно впливають на досягнення планових завдань, тобто “фактори неуспіху” виробничої програми (табл. 2).

Виходячи із результатів проведеного дослідження стану виробничого планування на сільгоспмашинобудівних підприємствах України, можна сформулювати наступні висновки:

1. Для переважної більшості підприємств галузі характерний низький рівень завантаження виробничих потужностей і, відповідно, низький рівень прибутковості

виробничої діяльності, зумовлений загальним кризовим станом галузі та посилений наслідками світової економічної кризи.

2. Практично всі сільгоспмашинобудівні підприємства звертають особливу увагу на планування виробничої діяльності, зокрема на формування виробничої програми, враховуючи наявний портфель замовлень, ринковий попит та рівень виконання плану виробництва за попередній період.

Таблиця 2

Основні “фактори неуспіху” виробничої програми підприємства

“Фактори неуспіху” виробничої програми	Питома вага*, %
1. Недостатня або ж зовсім відсутня державна підтримка галузі, в якій працює підприємство	82,1
2. Висока конкуренція на ринку даного товару	60,7
3. Високі ціни на виготовлену продукцію	17,9
4. Потреба в даному товарі поступово знижується, або ж задовольняється на якісно новому рівні, а тому попит на цей товар спадає	14,3
5. Продукція програє за якістю і техніко-технологічними характеристиками аналогічній продукції, яку пропонують конкуренти	7,1
6. Підприємство недостатньо відоме та ще не зарекомендувало себе на ринку як виробник високоякісної продукції, що, відповідно, породжує недовіру до продукції, яку воно виготовляє	7,1
7. Недостатня увага була приділена процесу планування виробничої програми, що призвело до її неуспіху в майбутньому у процесі її реалізації	3,6
8. Не були проведені маркетингові дослідження по вивченню ринку та прогнозуванню потенційного попиту, що в свою чергу породжує невідповідність між ринковим попитом на продукцію та її пропозицією	3,6
9. Неefективно працює служба збуту продукції, або ж її взагалі немає, а тому виникають проблеми із реалізацією виготовленої продукції	–

* – питома вага респондентів, котрі обрали даний фактор із переліку запропонованих.

Таблиця побудована автором на основі результатів опитування.

3. Запорукою успіху виробничої програми більшість респондентів вважає високу якість продукції, відомість торгової марки й позитивний ринковий імідж підприємства, привабливі цінові пропозиції та ефективно організовану роботу по збуту продукції. А серед “факторів неуспіху” виробничої програми вагоме місце посідає відсутність державної підтримки галузі, ринкова конкуренція і надто висока вартість виготовленої продукції.

Література

1. Дані анкетування управлінського персоналу сільгоспмашинобудівних підприємств України на тему: “Використання маркетингових досліджень при розробці виробничої програми підприємства”.

2. Розміщення продуктивних сил України : підруч. [Ел. ресурс] / [Є.П. Качан, М.О. Ковтонюк, М.О. Петрига та ін.] ; за ред. Є.П. Качана. – К. : Вища школа, 1997. – 365 с. – Режим доступу : <http://library.if.ua/book/69/5091.html>.