

ОСОБЛИВОСТІ ПЛАНУВАННЯ ВИРОБНИЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасні економічні реалії переконливо доводять, що планування виробничої діяльності підприємства є особливо важливим, так, як саме ефективні підприємства відрізняються здатністю планувати, як буде виглядати їх успіх. Планування діяльності є ключовим завданням у життєвому циклі кожного підприємства, а основне завдання господарської діяльності - це виробнича програма, вона є ключовим етапом серед усіх планувальних підприємства. Усі інші види планів створюються залежно від її наповнення та задля її виконання.

Метою даного дослідження є аналіз особливостей планування виробничої діяльності підприємства.

Теорією і практикою управління в умовах ринкового господарства доведено, що план виробництва продукції (виробнича програма) - це центральний розділ системи планування підприємств. Він формується відповідно до прийнятого плану продажів. Кількість продукції, що підлягає виготовленню в плановому періоді, враховує плановану кількість поставок споживачам, а також зміна залишків готової продукції на складі на кінець і початок планового періоду.

Схему створення виробничої програми підприємства можна побачити на рис. 1 [1, с.34].

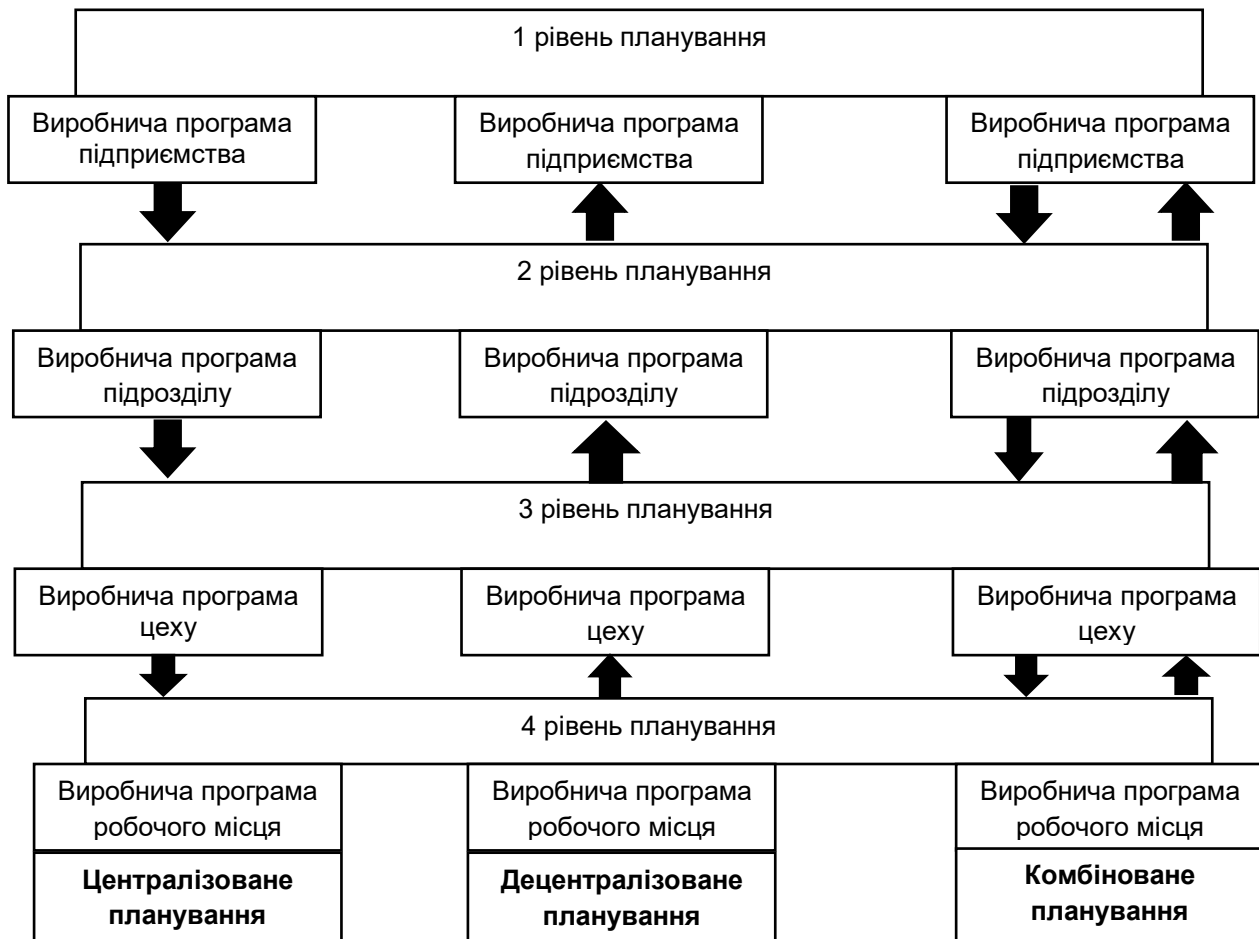


Рисунок 1 - Схема формування виробничої програми підприємства

Джерело: [1, с.34]

Важливим елементом планування на виробництві є виробнича програма, вона існує задля того, щоб мати можливість передбачити майбутнє, вміло планувати діяльність підприємства та забезпечити безперервний процес виробництва через введення виробничих потужностей, розрахунку потреби в ресурсах матеріалу і сировини, чисельності персоналу, транспорту в свою чергу забезпечує сталий

розвиток підприємства.

Перш за все програма виробництва передбачає випуск конкурентоспроможної і прибуткової для виробника продукції. Це зобов'язує систематично створювати усі види планів виробничої програми: довгостроковим (стратегічним), поточним і оперативно-календарним.

Для ефективного створення виробничої програми необхідно брати до уваги наступні аспекти [2]: перспективу планування виробництва продукції; прогнозування попиту на продукцію підприємства, що базується на аналізі змін ринкової структури; існуючі державні замовлення на продукт; кінцеві результати дослідження поточного попиту на продукцію; укладання договорів для закупівлі продукції для виробництва, що базується на вільному виборі; дії для координування та підтримування виробництва; дії для нарощування виробничих потужностей; облік нереалізованої продукції за минулий період.

Виробнича програма має створюватися, беручи до уваги кількість ресурсів підприємства та отримання відмінних результатів, тобто бути оптимальною, відповідати структурі ресурсів підприємства та забезпечувати найкращі результати його діяльності за прийнятими критеріями.

Виробничу програму оптимізують за наступними цілями: планувати раціональну складову асортименту продукції; визначити найбільш доступний обсяг для виробництва продукту та економічного кордону нарощування виробництва. Основою формування довгострокового плану виробництва продукції можуть бути генеральна мета, базова стратегія, а також обрана на їх основі перспективна концепція маркетингу. По суті, прийнята в стратегічному плані базова стратегія може бути виробничою або товарною. Зміст виробничої стратегії (перспективної концепції маркетингу) полягає в тому, що розвиток підприємства, зокрема зростання збуту продукції, може бути реалізовано за рахунок підвищення рівня виробничого потенціалу підприємства [3].

Суть товарної стратегії - диверсифікація виробництва, тобто розширення і оновлення номенклатури продукції та видів діяльності фірми. При розробці плану виробництва можлива й інша ситуація. Планові органи змушені відмовитися від початкового варіанта виробничої програми, так як він не дозволяє отримати бажаний розмір прибутку. У цьому випадку технічні та управлінські служби і цехи повинні зайнятися виявленням внутрішньовиробничих резервів по зниженню витрат виробництва, зростання продуктивності, тобто в цьому випадку відбувається інтерактивний процес планування та одночасно зверху вниз і знизу вгору.

Заслугує також на увагу практика ситуаційного планування, яка використовується в американських і японських компаніях. Його суть зводиться до наступного [4]:

1. Визначаються фактори зовнішнього середовища (як сприятливі, так і несприятливі), які можуть вплинути на виконання виробничої програми.

2. Складається нормативний план, в якому заздалегідь передбачаються звичайні умови виробництва продукції.

3. Для кожного виду продукції, включеного до плану, визначаються найбільш характерні відхилення, що виникають з тих чи інших причин, як залежні від внутрішніх умов організації виробництва на підприємстві, так і не залежні від нього (стан ринку, скорочення його ємності, зміну ринкової кон'юнктури).

4. З урахуванням цих відхилень складається новий автономний план, що враховує різні ситуації (в першу чергу погіршують виробничу діяльність фірми). Ситуаційний план складається в укрупненому варіанті і наказує управлінському персоналу комплекс дій по ліквідації насамперед негативних відхилень від нормативного плану. Уточнюється момент перемикання з нормативного плану на його ситуаційний варіант.

На основі аналізу інформації про ринкову кон'юнктуру та виробничі можливості фірми вибирається той асортимент продукції, який найбільшою мірою пристосований до окремих сегментів ринку. Іншими словами, фірма повинна вибрати свою ринкову направленість, тобто найбільш сприятливий ринковий сегмент. Важливим критерієм відбору номенклатури продукції для включення у виробничу програму є показники прибутковості, стадій життєвого циклу, оновленості продукції.

Таким чином, порядок планування виробничої діяльності підприємства у більшій частині залежить від важливості продукції, її затребуваності та економічного статусу. У першу чергу головне значення має технологічний зв'язок між підрозділами, кількість незавершеного виробництва в них та властивостей циклу виготовлення продукту, її орієнтованість на подальшу обробку, задоволення потреб на ринку за межами підприємства.

Література:

1. Гринчуцький В. І., Сабецька Т. Формування виробничої програми підприємства: маркетинговий аспект : монографія. Тернопіль. 2014. 225 с.
2. Белов М. А. Управління виробничою інфраструктурою : навчальний посібник. К: КНЕУ, 2003. 345 с.
3. Швайка Л. А. Планування діяльності підприємства : навчальний посібник. Л. : Новий світ - 2000, 2004. 410 с.
4. Тарасюк Г. М., Шваб Л. Планування діяльності підприємств : навчальний посібник. К. : Каравела, 2003. 356 с.