

ЗМІСТ І ПРИЗНАЧЕННЯ ВИРОБНИЧОЇ ПРОГРАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Г.К. Шматкова, канд. екон. наук, доц.

М.В. Кошоба, студ.

Національний університет харчових технологій

Основне призначення кожного промислового підприємства полягає у виробництві продукції, виконанні робіт або надання послуг. Отже основу планування діяльності підприємства складає план виробництва і реалізації продукції або виробнича програма підприємства [1, с. 354].

Виробнича програма визначає необхідний обсяг виробництва продукції у плановому періоді, який відповідає номенклатурою, асортиментом і якістю вимогам плану продажу. Вона обумовлює завдання по введенню в дію нових виробничих потужностей, потребу в матеріально-сировинних ресурсах, чисельності персоналу, транспорті тощо. Цей розділ плану тісно пов'язаний із планом праці і заробітної плати, планом по витратах виробництва, прибутку і рентабельності, фінансовим планом.

Виробнича програма підприємств визначає склад, кількість і обсяг продукції, яка повинна бути виготовлена у плановий період і поставлена споживачам. Відображаючи головне завдання господарської діяльності, вона є головним розділом планів підприємства. Всі інші розділи планів розробляються у відповідності з виробничою програмою і спрямовані на забезпечення її виконання [2, с. 45].

Основним завданням виробничої програми є максимальне задоволення потреб споживачів у високоякісній продукції, яка випускається підприємствами при найкращому використанні їхніх ресурсів та отриманні максимального прибутку. З метою вирішення цього завдання в процесі розробки виробничої програми на всіх рівнях потрібно дотримуватися наступних вимог:

- правильне визначення потреби в продукції, що випускається, і обґрунтування обсягу її виробництва попитом споживачів;
- повне ув'язування натуральних і вартісних показників обсягів виробництва і реалізації продукції;
- обґрунтування плану виробництва продукції ресурсами, і в першу чергу, виробничою потужністю.

Виробнича програма складається із 2-х розділів: плану виробництва продукції в натуральному (умовно-натуральному) вигляді та плану виробництва у вартісному вигляді[4, с. 156].

В основу розробки виробничої програми повинна бути покладена реальна потреба в конкретній продукції. На рівні промислового підприємства конкретизація потреби в продукції забезпечується за допомогою попиту споживачів і господарських договорів за розгорнутою номенклатурою виробів.

Для того, щоб вірно сформувану виробничу програму підприємства, у його бізнес-плані повинна бути представлена така важлива інформація, як характеристика пропонованої продукції, оцінка можливих ринків збуту та конкурентів, стратегія маркетингу.

У сучасних умовах виробники і підприємці самостійно планують поточну і перспективну виробничо-господарську і фінансово-економічну діяльність, визначають стратегію і програму розвитку і розширення виробництва виходячи з ринкового попиту на продукцію, роботи і послуги підприємства, а також необхідності досягнення рівноваги попиту і пропозиції, отримання високого прибутку і особистих доходів персоналу, здійснення інших соціально — економічних проблем і оперативних-тактичних цілей або завдань в плановому періоді. Усі ухвалені планово-управлінські рішення, що враховують взаємодію основних внутрішніх факторів і зовнішніх ринкових умов, є обов'язковими для керівників різних рівнів управління, фахівців лінійних підрозділів і функціональних служб, робітників основних і допоміжних виробництв підприємства[3, с. 15].

За основу при розробці річного плану виробництва і реалізації продукції приймаються такі дані: державний контракт і державні замовлення на продукцію; договори зі споживачами, які складаються у результаті вільного продажу виробів; стратегічний план розвитку; результати аналізу діяльності підприємства за період, що передував плановому; результати вивчення поточного попиту на продукцію; дані про забезпеченість сировиною і якісні характеристики; розрахунки виробничої потужності та ступінь її використання; заходи плану технічного розвитку щодо збільшення виробничої потужності, випуску нової продукції; планові техніко — економічні норми і нормативи; оптово-відпускні (вільні) ціни на заплановану продукцію.

ЛІТЕРАТУРА

1. *Цимбалюк Л.Г.* Організація та планування діяльності підприємства: — К.: Видавничий дім «Корпорація», 2005. — 432 с.
2. *Бандурка О.М.* Фінансова діяльність підприємства: [підручник] / О.М. Бандурка, М.Я. Коробов, П.І. Орлов, К.Я. Петрова — 2-ге вид, перероблене і доповнене. — К.: Либідь, 2002. — 384 с.
3. *Бойчик І.М.* Економіка підприємства: [Навч. посіб.] / І.М. Бойчик — Вид. 2-ге, доповн. і переробл. — К.: Атіка, 2006. — 528 с.
4. *Герчикова И.Н.* Маркетинг. — М.: Инфра-М, 2000. — 320 с
5. *Дасій О.І.* Планування діяльності підприємства: Навчальний посібник. — Запоріжжя: ГУ «ЗІДМУ», 2007. — 196