

УДК:338

Фещин Тетяна

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя*  
**ОБҐРУНТУВАННЯ ВИРОБНИЧОЇ ПРОГРАМИ ПІДПРИЄМСТВА**

Feshchyn Tatiana

*Ternopil Ivan Puluj National Technical University*

## **SUBSTANTIATION OF THE PRODUCTION PROGRAM OF THE ENTERPRISE**

За умов ринкової системи господарювання жодне підприємство не може працювати прибутково без ретельно підготовленого плану. Досвід організацій підприємства свідчить, що планування діяльності організації набуває все більшого значення у зв'язку зі швидкими змінами в середовищі функціонування підприємства. Що більш динамічним та невизначеним стає середовище діяльності, то більше порядку повинно бути на самому підприємстві і слід більше уваги приділяти розробці стратегій та оперативним діям для їх реалізації. Брак чіткого плану є незаперечним свідченням незадовільного управління підприємством. Успіх підприємницького проекту, незалежно від його масштабів, сфери діяльності, форми організації бізнесу, неможливий без чіткого уявлення про перспективи діяльності, без опрацювання надійних орієнтирів і реального плану господарювання.

Виробнича програма підприємства (план виробництва і реалізації продукції) – це система адресних завдань з виробництва і доставки продукції споживачам у розгорнутій номенклатурі, асортименті, відповідної якості і у встановленні терміни згідно з договорами постачань.

Основою обґрунтування плану виробництва і збуту продукції в умовах ринку стає маркетинг. Його значення полягає в тому, що підприємства повинні виробляти те, що потрібно споживачам, тобто має бути реальна потреба в конкретній продукції, а не те, що вони хочуть або можуть виробляти. За конкурентної боротьби в умовах ринкової економіки велике значення має який саме асортимент сформувало підприємство, потреби якого кола споживачів воно задовольняє. Для успішного ведення бізнесу фірма всебічно вивчає ринок товарів для визначення оптимального асортименту та обсягу продукції. При цьому слід виявляти потреби потенційних споживачів у межах ринкового сегменту. З потенційними споживачами укладаються господарські договори, розробляється виробнича програма.

Крім того, функція маркетингу полягає не лише у виявленні величини попиту, а й у його формуванні через виведення на ринок нових видів продукції з новими властивостями. Важливу роль при цьому відіграє реклама, системи «просування» товару на ринок та ін.

Формування виробничого плану підприємства в умовах ринку дозволила виявити і аргументувати деякі особливості даного процесу. В основному вони зводяться до:

- орієнтація планів на ринок;
- на конкретного споживача;
- на врахування змін кон'юнктури ринку;
- на своєчасне і якісне виконання договірних зобов'язань.

Тому, варто зазначити що досить важливу роль у формуванні виробничого плану відіграють дослідження ринку, конкурентів, попиту та споживачів. Вивчення ринку, на якому підприємство планує збувати свою продукцію, є головним питанням економічного аналізу. Адже, виробництво та реалізація продукції для забезпечення потреб населення є метою діяльності підприємства, за умови, що підприємство одержує прибуток. Тому планування виробництва і реалізації продукції є основним розділом

тактичного або перспективного плану, на основі якого складається виробнича програма.

Виробнича програма включає в себе:

- план виробництва продукції (за номенклатурою, асортиментом, кількістю та терміном постачань);

- план збуту продукції; розрахунок виробничої потужності.

Виробнича програма є основою для складання наступних розділів плану підприємства: технічного розвитку й організації виробництва; підвищення економічної ефективності виробництва; капітальних вкладень; капітального будівництва; матеріально-технічного забезпечення; праці та кадрах; собівартості, прибутку та рентабельності; фондів економічного стимулювання; соціального розвитку; фінансового розділу.

Для того, щоб вірно сформулювати виробничу програму підприємства, у його бізнес-плані повинна бути представлена така важлива інформація, як характеристика пропонованої продукції, оцінка можливих ринків збуту та конкурентів і стратегія маркетингу. Тому, при плануванні програми необхідно використовувати:

- перспективний план виробництва продукції і послуг;

- прогноз потреби у продукції підприємства, який складається на підставі досліджень змін ринкових елементів у часі, тобто попиту, пропозиції, цін, кількості конкурентів тощо;

- державний контракт чи державне замовлення на продукцію підприємства (звісно якщо такий варіант можливий);

- результати вивчення поточного попиту на продукцію;

- договори на виробництво та поставку продукції, які укладаються в результаті вільного продажу виробів на гуртових ринках;

- заходи щодо спеціалізації та кооперування виробництва;

- заходи щодо збільшення виробничої потужності підприємства;

- дані про залишки нереалізованої продукції у попередньому періоді.

Також формулюються перспективи та поточні цілі реалізації ідеї, оцінюються сильні та слабкі сторони бізнесу, наводяться результати аналізу ринку та його особливостей, викладаються подробиці функціонування підприємства за цих умов, визначаються обсяги фінансових і матеріальних ресурсів для реалізації проекту. Бізнес-план виконує дві найважливіші функції:

- 1) зовнішню (ознайомлення різних представників із сутністю та основними аспектами реалізації конкретної підприємницької ідеї);

- 2) внутрішню (опрацювання механізму самоорганізації, тобто цілісна, комплексна система управління реалізації підприємницького проекту). Бізнес-план як документ для внутрішньо-фірмового користування має бути детальним планом виробничої діяльності.

Специфіка полягає в тому, що це комплексний документ, який відображає всі основні аспекти підприємницького проекту. У ньому розглядається широке коло проблем, на які може натрапити підприємець, і визначаються способи розв'язання цих проблем, заздалегідь, на папері, раніше, ніж підприємець перейде до конкретних практичних дій. Водночас слід зазначити, що принципи управління за допомогою такого планування передбачають необхідність урахування в процесі розробки багатьох специфічних, для даного підприємницького проекту, факторів. Невід'ємною складовою бізнесу, орієнтованого на виробничу діяльність, є оцінка того, як фірма вироблятиме свою продукцію. І з важливих етапів розробки виробничої програми є визначення потреби в трудових, матеріальних та фінансових ресурсах. Тому, одне з основних завдань виробничого плану довести, що фірма реально спроможна організувати

виробництво, здатна виготовляти необхідну кількість товарів відповідної якості і має можливість придбати необхідні для цього ресурси. Виробничий план доцільно розпочинати з короткої характеристики виробничого процесу, тобто з опису основних виробничих операцій у їх послідовності. Також необхідно вказати і на зовнішні фактори (насиченість ринку аналогічною продукцією, конкурентоспроможність продукції на зовнішньому та внутрішньому ринках та рекламу), які впливатимуть на виробничий процес або обмежуватимуть виробничі можливості підприємства.

Правильно складений виробничий план має дати відповіді на такі запитання: Які виробничі операції будуть застосовуватись в процесі виготовлення продукції(надання послуг)? Які конкретно матеріально-технічні ресурси потрібні для виготовлення продукції(надання послуг)? Які зовнішні фактори впливатимуть (або можуть вплинути) на виробничий процес?

Отже, проаналізувавши вище сказане можна узагальнити, що формування виробничого плану є важливим видом управлінської діяльності на підприємстві, від якого залежать основні результати діяльності на ринку й який повинен забезпечити єдність, взаємозв'язок і цілеспрямування зусиль окремих структурних підрозділів та всього колективу. Від ефективного вирішення цих питань залежить конкурентна позиція підприємства на ринку.

#### **Список використаних джерел:**

1. Виробнича програма підприємства та її економічне обґрунтування. Маркетингова діяльність підприємства. URL: [https://pidru4niki.com/1534122047522/ekonomika/virobnicha\\_programa\\_pidpriyemstva\\_ekonomichne\\_obgruntuvannya\\_marketingova\\_diyalnist\\_pidpriyemstva](https://pidru4niki.com/1534122047522/ekonomika/virobnicha_programa_pidpriyemstva_ekonomichne_obgruntuvannya_marketingova_diyalnist_pidpriyemstva)
2. Ратинський В. В. Бухгалтерський облік і аналіз: перспективи для малого бізнесу. *Економіка та суспільство*, 2021. №25
3. Синькевич Н., Краузе О. Економічний аналіз: перспективи розвитку в умовах діджиталізації економіки. *Галицький економічний вісник*. 2023. № 2 (81). С 7-15. URL: [https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk\\_tntu2023.02.007](https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2023.02.007)