

## ФОРМЫ ПЛАНИРОВАНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРОГРАММЫ ПРЕДПРИЯТИЯ

Егупов Ю.А., к.е.н., доцент

Важнейшей задачей, решаемой в контексте формирования концептуальных основ новой парадигмы разработки плана производства на промышленном предприятии, является определение форм планирования производственной программы (ПП). Несмотря на свою острую актуальность, данная проблема не нашла адекватного отражения в современной экономической литературе.

Н. А. Платонова и Т. В. Харитонова содержание данной дефиниции сводят к совокупности различных видов планирования, применяемых одновременно на отдельном предприятии [1, с. 20]. Аналогичное определение формы планирования встречается и в работе Н. Д. Стрекаловой [2, с. 32]. Только здесь автор использовал несколько иной термин – «типы планирования».

Данное определение, на наш взгляд, можно вполне корректно отнести и к отдельным предметам планирования деятельности предприятия, включая ПП, инновационную деятельность и т.п. Правда, с некоторыми поправками. Так, на наш взгляд, форма планирования ПП (равно как и иных разделов плана предприятия) представляет собой более узкое понятие и определяется не совокупностью видов планирования, а совокупностью видов планов (выделенных по типам целей планирования и длительности планового периода), в составе которых разрабатывается соответствующий раздел.

В своей книге «Планирование продаж и операций. Практическое руководство» Томас Уоллас и Роберт Сталь отмечают, что «объемное планирование продаж и операций главным образом – тактический процесс» [3]. Именно в тактических планах содержится комплексное обоснование натуральных и стоимостных показателей ПП предприятия. Отсюда логически следует, что основной формой разработки ПП является тактический план. Основной, но не единственной. Так, обоснование номенклатуры и объемов выпуска продукции с учетом рыночного спроса и ресурсной обеспеченности производства содержится не только в тактических планах предприятия, но и в бизнес-планах создания нового предприятия и бизнес-планах освоения производства новой продукции. Это дает нам основание данный вид планов

рассматривать в качестве отдельных форм разработки ПП.

В современной экономической литературе отсутствует единство мнений относительно горизонта планирования ПП. Во многих научных работах период разработки ПП ограничивается одним годом. Ряд ученых считает, что данный раздел разрабатывается сугубо в рамках среднесрочного планирования. Существует точка зрения, в соответствии с которой ПП может разрабатываться и на долгосрочный период.

Обосновывая авторскую позицию по данному вопросу, мы исходим из того, что горизонт планирования ПП зависит от целого ряда факторов, включая характер выпускаемой продукции, отраслевую специфику, особенности производственной и коммерческой деятельности предприятия и т.п. В настоящее время, в условиях рыночной неопределенности, для большинства отраслей промышленности таковым является текущий период, т.е. период до одного года включительно с разбивкой по кварталам. На предприятиях некоторых отраслей машиностроения ПП может разрабатываться и на среднесрочный период, длительность которого составляет от 2-х до 5-ти лет. Для ряда предприятий пищевой промышленности, работающих сугубо на основе прямых заказов предприятий оптовой и розничной торговли (в частности, хлебозаводов, мясокомбинатов, молокозаводов и др.), горизонт планирования ПП варьирует в пределах от 1 месяца до 1 недели.

Таким образом, можно заключить, что производственная программа разрабатывается в составе: 1) тактических планов на среднесрочный, текущий и оперативный периоды (в зависимости от внутренних и внешних условий производственной и коммерческой деятельности предприятия); 2) бизнес-планов создания нового предприятия и бизнес-планов освоения производства новой продукции – в помесечном и поквартальном разрезе, а также в целом за год.

1. Платонова Н. А., Харитонов Т. В. Планирование деятельности предприятия: Учебное пособие. – М.: Издательство «Дело и сервис», 2005. – 432 с.

2. Стрекалова Н. Д. Бизнес-планирование: Учебное пособие. – СПб.: Питер, 2009. – 352 с.

3. Объемное планирование продаж и операций [Электронный ресурс] / Томас Уоллас, Роберт Сталь. Глава из книги «Планирование продаж и операций. Практическое руководство. – режим доступа: // <http://www.marketing.spb.ru/lib-mm/sales/planning.htm>.