

Кокшаров Владимир Алексеевич,
доктор экономических наук, профессор,
Уральский государственный университет путей сообщения,
г. Екатеринбург

УПРАВЛЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРОГРАММОЙ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация. В статье рассматривается интегрированный подход к конкурентоспособности предприятия, в основе которого лежит управление производственной программой, позволяющей реализовывать рыночные приоритеты спроса на продукцию.

Ключевые слова: производственная мощность, принцип пропорциональности, эффект масштаба, оценка конкурентоспособности, себестоимость.

Производственная программа предприятия отражает сбалансированность производственных мощностей и представляет собой перечень номенклатуры продукции, включенных в план производства, а также объем выпуска продукции, как в натуральном, так и в стоимостном выражении.

Годовая производственная программа рассчитывается исходя из потенциальных возможностей организационно-технических возможностей, т.е. на основе сравнения структуры потенциально возможной для производства номенклатуры продукции со спросом на нее, станкоемкости и трудоёмкости с производственной мощностью и трудовыми ресурсами. При этом на первое место выходит принцип пропорциональности по производственной мощности, что предполагает равенство мощностей участков или коэффициента загрузки оборудования. В этом случае пропускная способность заготовительных цехов соответствует потребности механических цехов, а пропускная способность этих цехов – потребности сборочного цеха.

Нарушение принципа пропорциональности ведет к диспропорции, появлению узких мест в производстве, вследствие чего ухудшается использование оборудования и рабочего персонала, что увеличивает длительность производственного цикла и приводит к росту себестоимости выпускаемой продукции при этом увеличиваются заделы, что в свою очередь отражается на снижении эффективности использования оборотных средств [1].

Производственная программа и план реализации продукции являются основой для определения выручки от реализации продукции, которая служит источником погашения расходов предприятия и сбалансированного развития. Организационно-экономическое обоснование производственной программы отражает потенциальную выручку и чистую прибыль:

$$BP_{\text{год}} = \sum_{i=1}^k C_i Q_i \rightarrow \max; \quad ПР_{\text{чист}} = \sum_{i=1}^k [(C_i - C_i)(1 - \alpha) Q_i],$$

C_i – оптовая цена i -го изделия;

Q_i – годовой объем i -го изделия, установленный на основе конкурентоспособности и рентабельности изделия, спроса на рынке, шт.;

C_i – себестоимость единицы i -го изделия;

α – доля отчислений в бюджет, доли единицы;

k – количества наименований изделий, включенных в производственную программу ($i = 1, 2, 3, \dots, k$).

Программа выпуска рассчитывается, исходя из плановых заданий выпуска деталей, и далее распределяется в соответствии с технологическим маршрутом движения детали.



Сегодня принято считать, что размер фирм и их число в отрасли связаны с уровнем отдачи от масштаба производства. Это проявляется в том, что крупным субъектам рынка удастся производить и сбывать изделия с менее высокими издержками, чем себе могут позволить относительно небольшие производители. Экономия на затратах при росте масштабов производства получила название эффекта масштаба [2]. Достаточно часто эффект масштаба анализируется с трех точек зрения:

- выпуска одного вида продукции;
- выпуска всей продукции одного предприятия;
- выпуска продукции компании, состоящей из нескольких производственных единиц.

Отметим лишь общие моменты, к которым относиться, прежде всего, то обстоятельство, что крупные фирмы способны сократить перерывы в процессе производства, что приводит к сокращению длительности производственного цикла. Это выражается в сокращении времени наладки оборудования, приходящегося на единицу производимого изделия, а также в более рациональной организации производства.

Кроме того, с увеличением масштабов производства снижаются затраты на единицу продукции в связи с тем, что хотя накладные расходы в эффективно работающих фирмах растут, удельный вес в затратах на единицу затрат сокращается (темпы роста продукции растут быстрее, чем затраты на их производство). При этом оптовая закупка ресурсов позволяет закупать ресурсы по сниженным ценам и более рационально их использовать в производстве продукции.

Рассматривая фирму с точки зрения синергии различных ее подразделений, можно прийти к выводу о субаддитивности затрат, что совместное производство различных выпусков продукции стоит дешевле, чем раздельное. Однако эффект масштаба имеет свои пределы поскольку рациональность переработки ресурсов при использовании традиционной технологии постепенно достигает некой стабилизации и происходит исчерпание как резервов технологии, так и совершенствование организации производства при этой технологии.

Таким образом, эффект масштаба всегда конкретен и зависит от того, насколько быстро изменяется НТП в области технологии производства, насколько интенсивно совершенствуется система организации и управления производством и приводиться в соответствие с новой технологией.

Возвращаясь к организационно-экономическому обоснованию производственной программы, которая отражает потенциальную выручку и чистую прибыль, необходимо заранее оценивать уровень конкурентоспособности производства изделий. Поэтому каждый показатель, входящий в соответствующую группу технических, экономических или технико-экономических показателей, оценивается уровнем доверия, который устанавливается в пределах 0,2 – 0,99 [2].

Уровень доверия показателей, которые основываются на новых технических решениях, может превышать единицу, но не более чем на 50%. В каждом конкретном случае уровень доверия устанавливается по данным экспертной оценки.

Интегральный показатель относительной конкурентоспособности i -го товара определяется как произведение индивидуальных показателей доверия, входящих в соответствующую группу. Аналогично рассчитывается относительный уровень конкурентоспособности по другим группам: экономическим, технико-экономическим и т.д.

Номенклатура товаров, включенных в производственную программу, определяется при следующих условиях:

- 1) интегральный показатель конкурентоспособности i -го товара собственного производства не должен быть ниже показателя аналогичного товаропроизводителя-конкурента;



2) номенклатура i -го товара может быть включена в план производства только в том случае, когда уровень конкурентоспособности будет выше, чем у конкурента.

К потенциально возможной номенклатуре товаров собственного производства может добавляться перечень альтернативной продукции, производимой у конкурентов, если для этого есть все организационно-технологические предпосылки. Затем группируются показатели, включенные в перечень для оценки конкурентоспособности производства [3,4]:

- группа показателей технологичности продукции – это совокупность частных показателей, отражающих уровень технологического процесса изготовления единицы продукции, трудоемкость, затраты на материалы, ремонтпригодность, техническое обслуживание в расчете на единицу ремонтной сложности, время и затраты на технологическую подготовку в расчете на единицу продукции;

- группа показателей организации производства – это совокупность требований, которые обеспечивают планомерное осуществление производственного процесса и оцениваются уровнем:

- а) специализации, т.е. долей постоянной номенклатуры изготавливаемой продукции. Рост специализации позволяет сократить долю оригинальных узлов, деталей и повысить удельный вес специального и специализированного оборудования и снизить производственную себестоимость продукции;

- б) параллельности, т.е. долей одновременного выполнения составляющих элементов изделия. Рост доли означает одновременное увеличение количества деталей, из которых собирается готовое изделие и это обеспечивает сокращение длительности производственного цикла и как результат снижение себестоимости продукции (составляющая эффекта масштаба);

- в) непрерывности, т.е. долей времени непосредственного изготовления продукции (трудоемкости) в общем объеме изготовления единицы продукции, начиная с получения сырья и материалов и до отгрузки готовой продукции (составляющая эффекта масштаба).

- группа экономических показателей, включающая цену, прибыль на единицу продукции, объем производства.

Анализ результатов оценки конкурентоспособности производства товаров позволяет:

- пересмотреть состав, структуру и расход материальных ресурсов;
- усовершенствовать проектирование, технологию производства товара, контроль его качества и т.п.;

- пересмотреть цены на товары и услуги, инвестиционную политику по НИОКР, производству и реализации продукции;

- обеспечить расширение кооперации и состава поставщиков, заинтересованных в совместной работе;

- разработать план организационно-технических мероприятий, направленных на повышение конкурентоспособности производства товара и услуг;

- уточнить перспективный план реализации и структуру продажи товара;

- повысить качество подготовки технических заданий по созданию новых образцов товаров и услуг.

В связи с этим необходимо обоснование экономической целесообразности разработки мероприятий, направленных на повышение уровня конкурентоспособности товара:

1. Устанавливаются те параметры производимого изделия, которые могут негативно влиять на снижение уровня конкурентоспособности товара.

2. Определяется перечень тех характеристик изделия, которые могут быть доведены до уровня, отвечающего требованиям потребителя.

3. Рассчитываются затраты на осуществление мероприятия, направленного на повышение уровня конкурентоспособности до требуемой величины.



Список литературы:

1. Экономика, организация и управление предприятием: Учеб. пособие. – 2-е изд., доп. М.: ИНФРА-М, 2008. – 445 с.
2. Рой Л.В., Третьяк В.П. Анализ отраслевых рынков: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 442 с.
3. Друкер, Питер, Ф. Эффективное управление предприятием: Пер. с англ. – М. : ООО «И.Д. Вильямс», - 2008. – 224 с.
4. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента: Пер. с англ. – М.: «Дело», 1992. – 702 с.

