**Лекция 6. Производственная программа: содержание, методы измерения и показатели**

Перед любым предприятием в начале своей производственной деятельности встает задача определения того объема производства, который принесет ему максимальную прибыль, высокую рентабельность и максимальные объемы продаж. Для решения этой задачи предприятие, в первую очередь, разрабатывает производственную программу.

**Производственная программа предприятия**представляет собой перечень продукции, работ и услуг по заказам и договорам потребителей.

Производственная программа (план производства и реализации продукции) состоит из трех разделов:

* плана производства продукции (услуг) в натуральном выражении;
* плана производства продукции (услуг) в стоимостном выражении;
* плана поставок.

Определяющую роль в производственной программе отводится плану производства продукции (услуг) в натуральном выражении. Этот раздел является особенно важным потому, что в условиях рыночных отношений потребителям необходима не продукция вообще и в неограниченном количестве, а продукция совершенно определенного вида, типа, в определенном объеме. *Натуральные измерители* (штуки, тонны, метры, условно-натуральные и т.д.) характеризуют производственную специализацию предприятия, долю на рынке и необходимы для сбалансированности предприятия. Без натуральных измерителей невозможно определить потребность в производственной мощности и ее использование. Натуральные измерители наиболее полно и правильно характеризуют рост производительности труда, но применимы только для продукции однородного назначения.

*Основными показателями* производственной программы в натуральном выражении являются номенклатура и ассортимент выпускаемой продукции.

**Номенклатура**– это укрупненный перечень видов продукции, производимой предприятием (например, нефтепродукты, стекловолокно, кондитерские, хлебобулочные изделия).

**Ассортимент –**детальнохарактеризует разновидности продукции по сортам, маркам, рисункам и т.п.

При определении производственной программы важным аспектом является правильный выбор единицы измерения. При этом предприятие должно использовать те единицы, которые отражают наиболее важные для покупателя свойства товара.

Производственная программа (план производства и реализации продукции), является одним из определяющих разделов плана социально-экономического развития предприятия и связана с другими его разделами (планом по труду, планом материально-технического обеспечения, планом по себестоимости и т.п.).

Предприятия формируют свою производственную программу на основе:

* госзаказа;
* заказов потребителей;
* потребительского спроса.

Затем формируется портфель заказов, т.е объем производства для оптовых поставок:

Qn = ∑(Qc – Qd) \* Кп

где Qс - величина спроса на товар;

Qd- объем заключенных договоров с другими поставщиками;

Кп- коэффициент платежеспособности;

N - количество рыночных секторов.

Наиболее оптимальной считается ситуация, когда объем рыночного спроса будет равен количеству заключенных договоров. Если предприятие захочет расширить свое влияние на рынке, ему требуется разработка новой стратегии и тактики конкурентной борьбы.

План производства продукции в стоимостном выражении дает возможность не только позволяет определить объем производства продукции различных видов, темпы и структуру роста, но и рассчитать фонд оплаты труда, как части стоимости, фондоотдачу и другие показатели эффективности производства.

Единица измерения этих показателей– национальная валюта. Кроме того, для характеристики экспорта может применяться валюта других стран, например, доллар США.

К стоимостным показателям относятся:

* товарная продукция;
* валовая продукция;
* чистая продукция;
* условно-чистая продукция.

Обобщающим показателем производственной программы предприятия является объем продаж или реализованная продукция. Первый термин применяется в мировой практике, второй – в отечественной. Объем продаж более объективно отражает результат деятельности предприятия, как выпускающего товары, так и производящего услуги. Показатель реализованной продукции в соответствии с логикой должен применяться только для предприятий сферы материального производства выпускающих продукцию. В условиях рыночной экономики большинство предприятий создают продукцию и выполняют услуги, поэтом показатель объема продаж применим для всех предприятий.

**Объем продаж –**это стоимость товаров и услуг, произведенных и реализованных предприятием за определенный период времени. Этот показатель микроэкономики затем трансформируется в показатель макроэкономики – валовый внутренний продукт (стоимость товаров и услуг, произведенных на территории страны за определенный период времени).

**Товарная продукция (ТП) –**стоимость готовой продукции и услуг промышленного характера, произведенных в течение определенного календарного периода и предназначенных для реализации на сторону.

Товарная продукция включает:

– объем выпуска готовых изделий, укомплектованных и сданных на склад;

– полуфабрикаты для реализации на сторону;

– изделия и запасные части для проведения собственного капитального ремонта;

– услуги вспомогательных цехов на сторону и собственных нужд;

– инструменты собственного производства, входящие в состав основных средств предприятия.

Товарная продукция определяется в действующих и сопоставимых ценах предприятия как произведение объема производства в натуральном выражении (Qi) на отпускную цену продукции (Цi ).

ТП= (Qi х Цi ) + Уi

**Валовая продукция –**стоимость общего объема всех выполненных работ в течение определенного календарного периода независимо от степени готовности продукции. Она включает товарную продукцию, изменения остатков незавершенного производства, изменение запасов полуфабрикатов на складе.

ВП = ТП + (Н2-Н1)

где Н2,Н1 – стоимость остатков незавершенного производства и полуфабрикатов собственного производства на начало и конец расчетного периода.

Валовая продукция исчисляется по заводскому методу. Вместе с тем, и товарная и валовая продукция имеет свои недостатки, т.к не отражает собственный вклад предприятия в конечный результат. Для устранения этого недостатка используют чистую и условно-чистую продукцию.

**Чистая продукция (ЧП) –**это вновь созданная стоимость на предприятии (чистый результат производства). По экономической сути в нее входит оплата труда, выданная в виде зарплаты, невыплаченная, но вошедшая в стоимость товара в виде налогов и различных начислений, а также прибыль. В чистую продукцию не входит перенесенная стоимость, созданная на других предприятиях (оплата сырья, материалов, энергии, топлива и амортизационных отчислений с основных средств). Этот показатель может определяться от товарной или валовой продукции.

**ЧП** = Товарная (валовая) продукция – материальные затраты – амортизация.

Чистая продукция как показатель микроэкономики на макроэкономическом уровне воплощается в аналогичный по содержанию показатель – национальный доход.

Условно-чистая продукция – это вновь созданная стоимость, но с учетом амортизационных отчислений.

**Условно-чистая продукция** = Товарная (валовая) продукция – материальные затраты.

Показатели чистой и условно-чистой продукции используются для анализа структуры стоимости продукции (работы, услуг), планирования фонда оплаты труда. Норматив чистой продукции представляет собой часть цены изделия, включающую основную и дополнительную заработную плату персонала с отчислениями на социальные нужды и нормативную прибыль.

Товарная валовая и чистая продукция отражают объемы производства за определенный период. Однако максимизация прибыли достигается в результате реализации продукции конкретным потребителям. Объем реализации отражается в третьем разделе – в плане поставок.

**План поставок** – раздел производственной программы, в котором отражены номенклатура, ассортимент, объемы и сроки поставок продукции конкретным потребителям.

План поставок включает поставки по заказам и поставки в свободную продажу. Поставки по заказам отражают госзаказ и продажу продукции по заказам потребителей. Такой вид продаж характеризуется невысокими рисками, обеспечивает гарантированный сбыт. Вместе тем при такой системе продаж нередко используются договорные цены, имеющие тенденцию к снижению, что приводит к уменьшению рентабельности продаж и других технико-экономических показателей работы предприятия.

Поставки в свободную продажу предполагают реализацию продукции на товарных биржах, ярмарках, выставках, аукционах по свободным рыночным ценам. Это обеспечивает повышение рентабельности продаж и увеличение прибыли.

План поставок разрабатывается в натуральном и стоимостном выражении. Стоимостным показателем этого раздела выступает реализованная продукция.

**Реализованная продукция (РП)** (объем продаж) – стоимость продукции, оплаченной покупателем. Она может быть равна товарной продукции в том случае, если остатки готовой продукции на складе на начало и конец периода остались без изменений. При увеличении остатков на складе объем продаж будет меньше товарной продукции; при уменьшении остатков объем реализации будет больше товарной продукции на величину снижения запасов готовой продукции.

РП = ТП +(-) ∆ ГПс

Трансформация административно-командной экономики в рыночную требует обоснования бизнес-портфеля предприятия на основе маркетинговой концепции, в соответствии с которой разработка плана производства и реализации продукции предусматривает:

* обоснование номенклатуры и ассортимента продукции;
* определение возможного объема продаж;
* обоснование выпуска продукции производственными мощностями.