

УДК 658.8, 658.8

ВЗАИМОСВЯЗЬ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРОГРАММЫ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Попова И.Н.

к.с.н., доцент

*ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»,
Россия, г. Екатеринбург*

Неверова М.В.

студент 4 курса

*ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»,
Россия, г. Екатеринбург*

Аннотация. В данной статье рассматриваются ключевые аспекты формирования производственной программы и влияние ее реализации на конкурентоспособность предприятия. Анализируются основные элементы производственной программы: что производить, сколько и когда. Подчеркивается важность планирования выпуска продукции в соответствии с производственной мощностью предприятия. Акцентируется внимание на том, что производственная программа является основой эффективной работы предприятия и напрямую влияет на его способность адаптироваться к изменениям рынка, что в конечном итоге будет влиять на конкурентоспособность предприятия в целом.

Ключевые слова: производственная программа, организация, продукт, производство, конкурентоспособность.

THE RELATIONSHIP BETWEEN THE PRODUCTION PROGRAM AND THE COMPETITIVENESS OF THE ORGANIZATION

Popova I.N.

Candidate of Social Sciences, Associate Professor

Ural State University of Economics,

Yekaterinburg, Russia

Neverova M.V.

4th year student

Ural State University of Economics,

Yekaterinburg, Russia

Annotation. This article examines the key aspects of the formation of the production program and the impact of its implementation on the competitiveness of the enterprise. The main elements of the production program are analyzed: what to produce, how much, and when. The importance of planning the output in accordance with the production capacity of the enterprise is emphasized. Attention is focused on the fact that the production program is the basis for the effective operation of the enterprise and directly affects its ability to adapt to market changes, which ultimately will affect the competitiveness of the enterprise as a whole.

Keywords: production program, organization, product, production, competitiveness.

В данной статье рассматриваются теоретические вопросы формирования и выполнения производственной программы и их влияние на конкурентоспособность предприятия.

Актуальность данной темы обусловлена растущей конкуренцией на современном рынке. Производственная программа определяет, ассортимент товаров и услуг, которые планируются к выпуску. Это напрямую будет влиять на качество, стоимость и, как следствие, на конкурентоспособность предприятия.

Цель статьи – раскрыть понятие, важные составляющие производственной программы и ее взаимосвязь с конкурентоспособностью организации. Рассмотреть факторы, влияющие на конкурентоспособность организации.

Производственная программа – это планируемый объем производства продукции, соответствующий номенклатуре, ассортименту и качеству, который отвечает требованиям заказчиков и потребителей. Она отвечает на три главных вопроса: что производить, сколько и когда.

Что производить? Это перечень всех товаров или услуг, которые компания планирует выпускать. Необходимо понимать, какие продукты наиболее востребованы на рынке и приносят максимальную прибыль.

Сколько производить? Это объемы выпуска каждого товара или услуги. Организация должна оценить, сколько она сможет продать, учитывая спрос и возможности производства.

Когда производить? Это график производства – определение сроков и количества выпускаемого товара. Учитываются все факторы: доступность материалов, численность работников, возможности оборудования и сезонный спрос. График должен быть реалистичным и предусматривать возможные задержки.

Благодаря реализации производственной программы предприятие может:

- Эффективно использовать ресурсы;
- Контролировать качество продукции;
- Снизить затраты на производство;
- Увеличить прибыль;
- Успешно конкурировать на рынке.

Предприятие с производственным планом, учитывающим ресурсы и возможности, имеющиеся на предприятии, может быстрее реагировать на изменения рынка и опережать конкурентов.[1, 3]

Особенности планирования производственной программы обусловлены спецификой и масштабом деятельности предприятия. В данной статье опираемся на критерии структурирования по Федеральному закону № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации».[5]

Принимаем, что малыми предприятиями мы считаем организации, в которых средняя численность работников не превышает 100 человек, а выручка за год составляет до 800 миллионов рублей. Средними предприятиями считаются те, где средняя численность работников составляет от 101 до 250 человек (для лёгкой промышленности – до 1000 человек, для общепита – до 1500 человек), выручка – до 2 миллиардов рублей. Крупные предприятия – это организации с численностью работников более 251 человека и выручкой свыше 2 миллиардов рублей.[4]

Таблица 1 – Характеристика процесса планирования на малых, средних и крупных предприятиях¹

Размер Критерии	Малое	Среднее	Крупное
Структура планирования	Менее формализованное планирование: процессы планирования менее формализованы, часто опираясь на интуицию и опыт владельца.	Более формализованные процессы планирования: включают использование специализированного программного обеспечения и более детальный анализ рынка и спроса.	Строгая формализация планирования: использование сложных систем планирования, прогнозирования и управления запасами.
Объем производства	Небольшие объемы производства: ограниченные ресурсы диктуют меньшие масштабы производства.	Более масштабные объемы производства: по сравнению с малыми предприятиями, но всё еще меньше, чем	Массовое производство: производство больших объемов продукции с использованием высокотехнологичного оборудования и

¹ Составлено автором (Попова И.Н.)

		у крупных.	автоматизированных линий.
Гибкость, адаптивность	Возможность быстро реагировать на изменения спроса и рыночных условий. Часто используют гибкие производственные линии или производство «на заказ».	Умеренная гибкость: способность адаптироваться к изменениям рынка, но с меньшей скоростью, чем у малых предприятий.	Низкая гибкость: изменение производственной программы требует значительных затрат времени и ресурсов.
Система управления производством	Зависимость от владельца: производственная программа во многом зависит от личного участия владельца и его видения.	Более сложная система управления: требуется более развитая система управления производством и контролем качества.	Специализация и разделение труда: производственный процесс разделен на множество этапов, каждый из которых выполняет специализированная группа.

Малые предприятия характеризуются ограниченными ресурсами, как финансовыми, так и человеческими. Они предлагают более простые и гибкие производственные программы, часто сосредоточенны на узких нишах рынка или специализированных продуктах и услугах. Основными преимуществами малых предприятий являются высокая степень адаптивности и возможность оперативно менять ассортимент в ответ на изменения потребностей клиентов.

Средние предприятия располагают большими ресурсами, что позволяет им расширять ассортимент продукции и внедрять системы управления производственными процессами. Это в свою очередь, способствует повышению эффективности и оптимизации работы. Хотя производственные программы средних предприятий становятся более структурированными и формализованными, они всё ещё сохраняют определенную гибкость, что позволяет адаптироваться к изменениям на рынке.

Крупные предприятия обладают разветвлёнными производственными программами и значительными ресурсами. Их организационная структура сложна, а производственные процессы отличаются масштабностью и

формализацией. Для крупных предприятий важнее всего эффективность и предсказуемость.

Несмотря на различия, все три типа предприятий используют производственную программу как основу для планирования и управления производством. Выбор методов и инструментов планирования зависит от масштаба предприятия, его ресурсов и специфики деятельности. Эффективная производственная программа, адаптированная к особенностям конкретного предприятия, является ключевым фактором его успеха и конкурентоспособности.

Под конкурентоспособностью мы понимаем опережение одних фирм другими на рынке посредством своих преимуществ в достижении целей, приводящих к высокому доходу компании. Для оценки эффективности хозяйственной деятельности компании необходимо оценивать конкурентную позицию на рынке. Для этого используют и анализируют факторы, формирующие конкурентоспособность организации.[1, 3]

Таблица 2 – Факторы конкурентоспособности организации²

Критерий	Описание
Качество продукции (услуги)	Влияет на удовлетворенность клиентов и их лояльность. Продукт должен превосходить аналоги конкурентов и соответствовать ожиданиям потребителей по таким параметрам, как надежность, дизайн и функциональность.
Цена	Определяет доступность продукта для целевой аудитории. При равных характеристиках продукта более низкая цена может стать значительным преимуществом. Однако важно не жертвовать качеством ради снижения цен.
Уникальность торгового предложения	Помогает выделяться среди конкурентов и привлекать внимание покупателей. Продукт должен иметь отличительные черты, которые сделают его привлекательным для потребителей. Уникальность может проявляться в специальных функциях, дизайне или особом подходе к обслуживанию.
Инновации	Позволяют компании предлагать новые и улучшенные решения, что может значительно повысить её привлекательность. В условиях постоянно меняющегося мира организации должны стремиться к совершенствованию, внедрению новых технологий и разработке инновационных продуктов и услуг.

² Составлено автором (Неверова М.В.)

Сервис	Включает в себя качество обслуживания клиентов. Быстрая и эффективная поддержка, удобные способы оплаты и доставки, а также программы лояльности способствуют возврату клиентов.
--------	--

В условиях динамично меняющегося рынка, где появляются новые игроки и технологии, организациям крайне важно оставаться конкурентоспособными. Для достижения этой цели необходимо постоянно осуществлять мониторинг конкурентных позиций по обозначенным критериям и выполнение производственной программы.

В заключение, можно констатировать, что производственная программа и конкурентоспособность тесно взаимосвязаны. Производственная программа является основой эффективной работы любого производственного предприятия. В условиях растущей конкуренции способность организации эффективно функционировать и добиваться успеха во многом определяется тщательно разработанной производственной программой.

Библиографический список

1. Барышникова Н.А., Матеуш Т.А., Миронов М.Г. Экономика организации. - 4-е изд., – Москва: Издательство Юрайт, 2025. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/559571>
2. Колышкина А.В., Смирнова С.А. Экономика предприятия: учебник и практикум для вузов. - 2-е изд., – Москва: Издательство Юрайт, 2025. – (Высшее образование). – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/560492>
3. Коршунов, В. В. Экономика организации. -6-е изд., – Москва: Издательство Юрайт, 2025.– Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/560906>

4. Критерии отнесения к субъектам малого и среднего предпринимательства / [Электронный ресурс] // 1С-ИТС Россия: [сайт]. – URL: <https://its.1c.ru/db/bizlegsup/content/158/hdoc/> 2024
5. Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24.07.2007 N 209-ФЗ (последняя редакция) / [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс: [сайт]. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_52144

Оригинальность 75%