

ДЕЯКІ ПИТАННЯ ВДОСКОНАЛЕННЯ ПЛАНУВАННЯ НА ПОЛІГРАФІЧНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Питання вдосконалення системи планування і економічного стимулювання, як зазначалося на XXV з'їзді КПРС, є актуальним і в десятій п'ятирічці.

Як перспективні, так і поточні плани, що розробляються на підприємствах, повинні бути всебічно обґрунтовані, базуватись на прогресивних нормах і нормативах, орієнтувати колективи підприємств на забезпечення технічного прогресу в розвитку виробництва, ефективного використання матеріальних і трудових ресурсів і наявних внутрівиробничих резервів.

Підвищення наукової обґрунтованості планів, зацікавленості та відповідальності підприємств у справі розробки оптимальних планів було і залишається надалі одним із головних завдань в галузі внутрівиробничого планування.

Відомо, що оптимальний план — це найкращий з усіх можливих його варіантів. Якщо ж по галузі або підприємству розробляється тільки один варіант плану, то не можна стверджувати, що такий план оптимальний.

Отже, слід перейти до багатоваріантного методу планування, але для цього потрібні певні умови. Це, перш за все, механізація й автоматизація планово-розрахункових робіт і розробка відповідної методики багатоваріантного планування в умовах поліграфічного виробництва.

Тепер ще не реально ставити питання про створення обчислювальних центрів на базі ЕОМ на кожному навіть великому поліграфічному підприємстві, хоч організації таких центрів у великих містах для групи поліграфічних підприємств — це завдання, яке слід розв'язувати протягом десятої п'ятирічки.

Обчислювальні центри доцільно в майбутньому створювати також на поліграфічних виробничих об'єднаннях для вирішення таких проблем, як впровадження системи АСУП і на її основі механізації й автоматизації внутрівиробничого планування (техніко-економічного і оперативного-календарного) та обліку виробництва. Не виключена також можливість тимчасового використання з цією метою обчислювальних центрів, які діють на підприємствах чи установах інших галузей промисловості.

У час бурхливого науково-технічного прогресу розробка планів на поліграфічних підприємствах проводиться майже так, як і десятиріччя тому, що призводить до розтягування строку складання плану на багато місяців, при цьому плани розробляються зі значним запізненням і, головне — вони не відповідають повною мірою якісним вимогам, про що вже говорилося.

Плани повинні бути оптимальними і напруженими. У зв'язку з цим постає питання, що означає «напруженість плану» і, як це

пов'язується з оптимізацією плану. Виникає питання, чи може оптимальний план бути не напружений? Це залежить від того, що вибирається за критерій оптимальності плану. Коли задана виробнича програма виконується підприємством при неповному використанні його виробничої потужності, то за критерій оптимальності плану приймається не максимум продукції, а мінімум витрат на її виготовлення. Такий план є оптимальний, але не напружений, тому що підприємство має в резерві ще невикористану виробничу потужність. Таким чином, у цьому випадку не збігаються поняття «оптимальність» і «напруженість» плану.

Далі, якщо для оптимізації плану необхідно вибрати критерій оптимальності, як функцію багатьох змінних показників плану і потім встановити їх кількісну залежність і абсолютні значення, то напруженість плану можна визначити декількома рівнозначними плановими показниками. При цьому важливо правильно вибрати систему показників, які зумовлюють показник напруженості плану. Зрозуміло, що ці показники в окремих випадках можуть змінюватись залежно від характеру виробництва та продукції, що виготовляється.

Наприклад, для книжкових поліграфічних підприємств такими показниками, на нашу думку, можуть бути: зміна обсягу виробництва в плановому періоді порівняно з попереднім; те ж — за показниками продуктивності праці і собівартості продукції, а також рівень використання виробничої потужності. Тоді показник напруженості плану

$$K_{\text{п}} = K_0 \times K_{\text{п}} \times K_{\text{с}} \times K_{\text{в.п.}}$$

де K_0 — коефіцієнт зміни обсягу виробництва порівняно з попереднім періодом; $K_{\text{п}}$ — коефіцієнт зміни продуктивності праці; $K_{\text{с}}$ — коефіцієнт зміни собівартості продукції; $K_{\text{в.п.}}$ — коефіцієнт використання виробничої потужності.

Показники напруженості плану

Підприємство або цех	Зміна в плані порівняно з попереднім періодом, %			Рівень використання виробничої потужності, %
	за обсягом виробництва	за продуктивністю праці	за собівартістю продукції	
№ 1	+2,5	+2,6	-1,5	92,5
№ 2	+1,8	+4,2	-3,0	96,6
№ 3	+5,4	+1,8	-1,2	89,0

Коефіцієнти напруженості плану з таблиці будуть по підприємстві № 1

$$K_{\text{п(1)}} = \left(1 + \frac{2,5}{100}\right) \times \left(1 + \frac{2,6}{100}\right) \times \frac{100}{100-1,5} \times \frac{92,5}{100} = \\ = 1,025 \times 1,026 \times 1,016 \times 0,925 = 0,988.$$

Аналогічні розрахунки і по інших підприємствах:

$$K_{н(2)} = 1,018 \times 1,042 \times 1,031 \times 0,966 = 1,067;$$

$$K_{н(3)} = 1,054 \times 1,018 \times 1,012 \times 0,89 = 0,966.$$

Таким чином, найбільш напружений план — на підприємстві № 2, найменш напружений — на підприємстві № 3, де, незважаючи на найінтенсивніший ріст продукції (+5,4%), є найбільше невикористаних резервів виробничої потужності. Крім того, в плані на підприємстві № 3 передбачається найменший ріст продуктивності праці і найменше зниження собівартості продукції порівняно з іншими підприємствами.

Таким чином, ступінь напруження плану визначається порівнянням вибраних для цього планових показників одного підприємства з іншим або декількома. Узагальнюючим показником напруженості плану є коефіцієнт напруженості.

Коефіцієнт напруженості плану до деякої міри характеризує напруженість плану одного, окремо взятого підприємства або цеху. Але один цей показник ще не дає повної і вичерпної відповіді на це питання.

Крім визначення коефіцієнта напруженості плану, потрібний ще глибокий і всебічний аналіз показників підприємства або цеху. Бо під найбільш напруженим планом підприємства (цеху) слід вважати такий, при розробці якого враховане найбільш повне використання його виробничих можливостей (потужності) по випуску продукції і досягнення при цьому високої продуктивності праці та найменших витрат на виробництво. А на всі ці питання один коефіцієнт напруженості плану дати відповідь не зможе.

Для чого ж потрібний коефіцієнт напруженості плану? По-перше, для того, щоб знати, які ще є внутрішні резерви на даному підприємстві або в цеху і які зусилля потрібні його колективу для виконання розробленого та затвердженого плану, або, іншими словами, чи не є цей план занижений. І, по-друге, цей показник повинен братись до уваги при розробці системи економічного та матеріального стимулювання як в межах галузі, так і всередині підприємства. Зрозуміло, що більші економічні вигоди повинні мати колективи тих підприємств, а всередині підприємства — тих цехів і дільниць, які візьмуть більш напружені плани. Мова йде про фонди економічного стимулювання і в першу чергу — про фонд матеріального заохочення і систему преміювання.

Необхідно ще зупинитися на зустрічних планах. У практиці соціалістичного планування вони з'явилися ще до війни в роки перших п'ятирічок і стали однією з активних форм організації соціалістичного змагання за дострокове виконання планових завдань. Цей рух відновився в нових умовах в 1973—1975 рр. і зіграв свою позитивну роль в соціалістичному змаганні за успішне виконання і перевиконання завдань дев'ятої п'ятирічки. Особливістю зустрічних планів є те, що, розроблені за ініціативою колективів підприємств і схвалені керівними органами, вони стали невід'ємною частиною техпромфінплану підприємства, знаходять відображення як у планах, так і в державній звітності. Виконання їх

контролюється в установленому порядку нарівні з виконанням передбачених в плані директивних показників.

Зустрічні плани мали місце і на поліграфічних підприємствах. Наприклад, колектив передового поліграфічного підприємства країни Першої Зразкової друкарні ім. А. А. Жданова (м. Москва) прийняв зустрічний план на 1974 р., який перевершував завдання п'ятирічки. Додаткові зобов'язання підприємством були взяті по таких основних показниках, як збільшення випуску продукції, підвищення продуктивності праці, одержання понадпланової економії за рахунок зниження собівартості продукції, збільшення прибутку. Ці зобов'язання були підтвержені конкретними організаційно-технічними заходами та обгрунтовані відповідними техніко-економічними розрахунками. Зустрічний план-зобов'язання підприємства включав не тільки виробничі показники, а охоплював також і заходи щодо поліпшення умов праці та побуту працюючих, що надає цьому плану комплексного характеру і підвищує зацікавленість колективу в його виконанні.

Не підлягає сумніву, що набутий досвід розробки зустрічних планів буде використаний і в наступні роки господарського будівництва в нашій країні.

У зв'язку з цим, необхідно з'ясувати, на якій основі розробляються зустрічні плани і який зв'язок цих додаткових планів з основними оптимальними і напруженими планами.

Відомо, що будь-який напружений план підприємством розробляється за певних умов — технічних, організаційних, господарських, трудових, фінансових тощо. А якщо прийняті при розробці плану умови поліпшити, то з'являються і додаткові виробничі можливості. Наприклад, при розробці техпромфінплану підприємства було заплановане одностататне обслуговування друкарських машин, тобто так, як це передбачено галузевими нормативами. Пізніше, в результаті здійснення непередбачених в плані заходів, з'явилась можливість частину друкарських машин перевести на багатостататне обслуговування. Ці зміни в роботі друкарського пеху знайшли відображення в його соціалістичних зобов'язаннях, а ефективність від впровадження цього заходу у виробництво стала тим додатковим резервом, який не був врахований при розробці плану. В ході виконання плану виявляють внутрівиробничі резерви раціоналізатори та новатори виробництва. Все це неможливо попередньо врахувати при розробці перспективних і річних планів.

Оскільки немає межі вдосконаленню виробництва і праці, то завжди буде можливість виявити додаткові внутрівиробничі резерви, які і є основою додаткових планів — особистих, бригадн, ділянці, цеху, підприємства.

Роль і значення зустрічних планів полягає в тому, що вони спонукають докладати всіх зусиль, щоб досягти якнайкращих результатів, в чому зацікавлене не тільки суспільство в цілому, а й колективи окремих підприємств і кожний працюючий.

M. Ya. SHPITALNIJ

BETTER PLANNING AT PRINTING HOUSES

S u m m a r y

New economic system calls for radical reshaping of management system. Need for better management and planning at factory floor has become an urgent task. Hence, this article deals with the problems of factory-floor planning, for example, with the problems of multi-variant planning; optimization of planning; determination of intensity of plans as a complex index; drawing and grounding of meeting plans, aimed at a better use of factory-floor resources.
