

УДК 65.014.132

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИНТЕГРИРОВАННОГО ПЛАНИРОВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ В ОТРАСЛИ ПРОИЗВОДСТВА ТОВАРОВ ШИРОКОГО СПРОСА

Давыденко А.И. (ИТМО)

Научный руководитель – преподаватель Изотова А.Г. (ИТМО)

Введение. На предприятиях в отрасли производства товаров широкого спроса, где не внедрена методика интегрированного планирования, существует конфликт интересов различных отделов и разобщенность данных, которая приводит к несогласованности планов отделов, сложности в реализации общих стратегических планов компании и потере прибыли. Целью работы было исследовать особенности предприятий в отрасли производства товаров широкого спроса и дать определение интегрированному планированию в данном секторе.

Основная часть. Было проведено теоретическое исследование особенностей сектора производства товаров повседневного спроса, на основе которого определено понятие интегрированного планирования в данном секторе.

Производство товаров широкого спроса представляет собой составную часть ритейла. Для однозначной идентификации сектора производства товаров повседневного спроса как отдельного направления производства и реализации продукции, необходимо обозначить ключевые свойства, характерные для рынка [1]:

- привычка покупать привычный товар быстро, не задумываясь;
- низкая прибыль за одну единицу товара;
- высокая общая прибыль;
- высокая конкуренция и стремление существующих игроков на рынке захватить больший процент потребительского спроса;
- сезонность продаж и иные факторы, влияющие на спрос продукции (подвержены не все категории продукции);
- появление в постоянном режиме новых марок, видов товаров; интенсивная борьба за долю рынка между производителями.

Говоря о подходах финансового планирования, следует отметить, что большинство компаний использует традиционный подход к планированию, т.е. к планированию от достигнутого [2]. В работе же будет рассматриваться интегрированное планирование в отрасли производства товаров широкого спроса, т.к. оно выступает одной из последних трендов в сфере планирования.

Интегрированное бизнес-планирование (Integrated Business Planning, IBP) – это практический инструмент преобразования стратегических целей компании в план оперативной деятельности. Интегрированное планирование объединяет в себе три уровня классификации: по времени (долгосрочное, среднесрочное, краткосрочное) и детализации (стратегическое, тактическое, операционное), относится к централизованному и затрагивает процессы отделов планирования спроса, маркетинга, производства, HR, логистики и финансов.

Главными ценностями интегрированного планирования является совокупность и взаимодействие ресурсов, отношений и знаний между отделами компании. Интегрированное бизнес-планирование позволяет не только синхронизировать планирование в различных подразделениях, но и увеличить частоту изменения планов в зависимости от различных целей и ограничений [3].

Выводы. Были определены особенности сектора производства товаров широкого спроса, выраженные рядом пунктов. Дано определение интегрированному планированию, проведена его классификация и определены основные преимущества и ценности данного метода.

Список использованных источников:

1. Савельева, В.С. Ключевые тренды российского рынка FMCG / В.С. Савельева // Вектор экономики. – 2020. – № 5 (47). – С. 17.

2. Дмитриева, В.А. Повышение конкурентоспособности корпорации с применением инструментов финансового планирования / В.А. Дмитриева // Современные тенденции развития науки и мирового сообщества в эпоху цифровизации: Материалы научной конференции аспирантов, Санкт-Петербург, 19-27 апреля 2022 года / Под научной редакцией Е.А. Горбашко, редколлегия: А.Г. Бездудная [и др.]. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2022. – С. 114-116.

3. Жаров, П.А. Эффективность внедрения интегрированного бизнес-планирования на различных стадиях жизненного цикла организации / П.А. Жаров, Я.О. Зубов // Актуальные проблемы и перспективы развития экономики, Симферополь – Гурзуф, 12-14 октября 2023 года. – Симферополь: ИП Зуева Т. В., 2023. – С. 253-255.