

ББК 65.050

Колосівська О. – ст. гр. БМм-51

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя*

## **СКЛАДАННЯ ПЛАНУ ЗБУТУ ПРОДУКЦІЇ, ЙОГО ЗІСТ ТА ПРИЗНАЧЕННЯ**

Науковий керівник: к.е.н., доц. Галушак О.Я.

Система ринкових відносин передбачає тісний взаємозв'язок між процесами виробництва, розподілу й споживання матеріальних благ у сфері обмежених економічних ресурсів. Кожне підприємство планує виробництво товарів та послуг тільки в таких обсягах і строках, які відповідають запитам споживачів, і на їх основі визначає всі планові показники.

Складання плану збуту (реалізації продукції) є завершальним етапом складання виробничої програми підприємства. Тим же часом, план збуту служить основою для складання загальногосподарських та інших кошторисів витрат на виробництво і реалізацію товарів. У будь-якому плані збуту, як правило, зазначають кількість продукції, робіт, послуг кожного виду, які будуть реалізовані в запланованому періоді господарської діяльності підприємства. При нерівномірному чи нестабільному виробництві, наприклад, при сезонних коливаннях виробництва, план збуту, як правило, складають на кожен місяць. У річний план збуту продукції підприємства включають: обсяг реалізації продукції на внутрішньому ринку; вартість напівфабрикатів і комплектуючих виробів власного виробництва, величину експортних поставок товарів, нормативи запасів готової продукції, обсяги робіт і послуг виробничого призначення у ринкових цінах.

Показник обсягу реалізації продукції пов'язує підприємство зі всіма споживачами на відповідних ринках збуту. До продукції, яку планують реалізувати, включають не тільки обсяги планової товарної продукції, але й залишки нереалізованої у минулому (звітному) періоді готової продукції.

На першому етапі на основі планових показників виробництва продукції визначають обсяги потреб у ресурсах та їх основних постачальників. При нестачі тих чи інших ресурсів необхідно погодити план виробництва і збуту продукції з урахуванням фінансово-економічних та матеріально-технічних пріоритетів.

Другий етап складання плану збуту передбачає створення програми руху потоків виробів по всьому розподільчому ланцюгу (від виробничих підрозділів підприємства до кінцевого споживача), яка безпосередньо пов'язана з плануванням потреби підприємства у складських приміщеннях і транспортних засобах. При дефіциті останніх, за необхідністю, переглядають вже намічені програми, оптимізуєть схему розміщення складських приміщень і транспортних потоків, складають календарні плани-графіки підготовки товарів для відвантаження та постачання.

Ефективність розроблених планів збуту характеризують поза виробничі витрати, які коливаються у зарубіжних фірмах (залежно від виду продукції і умов постачання) в межах від 2 до 20 % від загального обсягу продажу товарів. При плануванні збуту продукції необхідно враховувати різновиди систем товаропросування і забезпечувати зменшення поза виробничих витрат з метою підвищення ефективності всієї системи збуту.