**Практичне заняття**

**Тема: Підготовка до модульного контролю**

**Теми:**

1. Сутність планування

2. Система планування

3. Планування збуту

4. Планування виробництва

5. Планування виробничої програми

6. Планування МТЗ

7. Оперативно-календарне планування

**Практичні завдання**

**Завдання 1**

На підставі даних про співвідношення обсягу виробництва на одну особу до прийнятої МОЗ раціональної норми споживання хліба і хлібопродуктів у Житомирській області спрогнозувати співвідношення на 2023 рр.

Таблиця 1

Співвідношення обсягу виробництва на одну особу до прийнятої МОЗ раціональної норми споживання хліба і хлібопродуктів

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Роки | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |
| Співвідношення обсягу виробництва на одну особу до прийнятої МОЗ раціональної норми споживання хліба і хлібопродуктів | 0,45 | 0,43 | 0,44 | 0,44 | 0,42 | 0,38 | 0,32 | 0,3 |

**Завдання 2**

ТОВ «Стиль» планує виробляти костюми для дорослого населення. Цільовим сегментом для підприємства виступає доросле населення Житомирської області (віком від 15 до 64 р.). За даними Головного управління статистики в Житомирській області, чисельність такої категорії населення у 2018 р. становила 825,2 тис. ос. З метою виявлення споживчого попиту, маркетинговою службою підприємства було сформовано вибірку з 500 осіб та проведено опитування щодо готовності придбати продукцію ТОВ «Стиль». За результатами опитування, 3 % респондентів зазначили, що користуються послугами майстрів індивідуального пошиву, 40 % відзначили, що купуватимуть продукцію у іншого товаровиробника, 15 % відповіли, що не носять костюми, 10 % не визначилися з відповіддю, решта респондентів висловили готовність купувати щонайменше 1 костюм ТОВ «Стиль». Спрогнозувати діапазон обсягів реалізації ТОВ «Стиль».

**Завдання 3**

Спланувати бюджет витрат на рекламу ТОВ «Солюшн» усіма можливими способами на підставі наведених даних.

У 2021 р. обсяг реалізованої продукції підприємства становив 300 тис. од. при ціні 30 грн. за од. (без ПДВ). Планом на 2022 р. передбачено зростання обсягів реалізації на 10 % при підвищенні ціни на 10 %. Витрати на збут у 2021 р. становили 900 тис. грн., в т.ч. 420 тис. грн. – витрати на рекламу.

Основним конкурентом ТОВ «Солюшн» є ТОВ «Енерджі», обсяги реалізації якого становлять 7780 тис. грн. при витратах на рекламу 500 тис. грн.

**Завдання 4**

Річний обсяг товарної продукції підприємства становить 2 000 тис. грн. Залишки незавершеного виробництва на кінець року зросли на 120 тис. грн, залишки нереалізованої продукції теж зросли на 50 тис. грн. Визначте обсяг валової і реалізованої продукції.

**Задвдання 5**

 На плановий період підприємством укладено договори на поставку сировини в обсязі 14 тонн, чиста вага виробу 0,95 кг. Коефіцієнт використання сировини 0,9, 20 % відходів сировини можуть повторно використовуватись у виробництві. За плановий період підприємство має доставити споживачам 12000 шт. виробів. Обґрунтувати виробничу програму підприємства точки зору забезпеченості сировиною.

**Задача 6**

На дільниці механічного цеху працюють 20 верстатів. Трудомісткість обробки однієї деталі – 1,1 нормо-год. Дільниця працює у двозмінному режимі, тривалість зміни – 8 год. У розрахунковому році неробочих днів 110. Регламентовані простої устаткування становлять 4 % режимного фонду часу. Очікуваний коефіцієнт використання верстатів – 0,9. Обчислити виробничу потужність дільниці й річну кількість оброблених на верстатах деталей.

**Задача 7**

На початок року підприємство мало в розпорядженні основні засоби загальною річною потужністю 1000 тис. грн. У лютому (з 01.02) планується ввести додаткові потужності на суму 95 тис. грн, а у листопаді (з 01.11) вивести потужності на суму 120 тис. грн. Розрахувати середньорічну планову потужність.