

**О. Ю. Григор'єв, О. А. Тузяк**  
Національний університет "Львівська політехніка"

## **ПЛАНУВАННЯ ВИТРАТ НА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКІСНИХ ПАРАМЕТРІВ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

<https://doi.org/>

© Григор'єв О. Ю., Тузяк О. А., 2022

Досліджено проблеми планування витрат на забезпечення якісних параметрів продукції підприємства в умовах зовнішньоекономічної діяльності. Виявлено причини введення ключових принципів управління якістю у технологію планування витрат на забезпечення якісних параметрів продукції. Сформовано рекомендації щодо введення планування асортиментної політики на основі градації витрат і якісних параметрів продукції на підприємстві в умовах зовнішньоекономічної діяльності.

**Ключові слова:** планування; витрати; якісні параметри; продукція; зовнішньоекономічна діяльність підприємства; собівартість; управління; зміни; причини; технологія; методологія; асортимент.

### **Постановка проблеми**

Управління витратами на якість є найпоширенішим і часто використовується під час побудови системи якості за вимогами стандартів ISO серії 9000. До витрат на якість належать всі витрати, пов'язані з якістю. Їх поділяють на дві загальні групи – витрати, спричинені розбіжностями, і витрати на запобігання та виявлення невідповідностей.

Планування витрат на підприємстві відіграє важливу роль, особливо коли це стосується якості продукції, яку підприємство збуває за кордон. Вимоги іноземних споживачів чіткіші та строгіші, аніж вітчизняних.

У наш час планування виконує важливу функцію для підприємства, галузі та економіки загалом. Планування дає змогу визначити витрати на виробництво, а також з'ясувати фактори, які можуть впливати на зниження обсягу витрат, та спрогнозувати фінансовий результат діяльності підприємства. Управління характеризують як реалізацію функції планування, контролю і регулювання, організаційної роботи, а також стимулювання.

### **Актуальність дослідження**

У 2022 р. Україні довелося зіткнутись із продовженням економічних та фінансових наслідків пандемії, що впливає на всі сфери діяльності не тільки країни, а й окремих суб'єктів господарювання.

Варто відзначити і військово-політичну загрозу державній цілісності з боку Росії. Безперечно, це істотно впливає і має величезне значення для ведення бізнесу в Україні, що пов'язано із ризиками та небезпекою, з якими зіткнеться суб'єкт зовнішньоекономічної діяльності.

Враховуючи всі ці фактори, підприємствам варто нарощувати свою збутову активність, що зобов'язує їх детальніше аналізувати свою діяльність та її результати, зокрема йдеться про рентабельність та прибутковість поточної діяльності.

Будь-яка виробнича діяльність в ринкових умовах ефективна лише у тому випадку, коли вартість зробленого кінцевого продукту буде більшою від вартості початкових ресурсів або чинників, витрачених на виробництво і збут. І основна мета підприємства полягає у максимізації цієї різниці. Існують об'єктивні економічні критерії, які задають оптимальні розміри випуску товарів і послуг за наявних обмежень ресурсів, які необхідно повною мірою враховувати під час планування. Актуальність цього питання не викликає ніяких сумнівів.

### **Формулювання мети та завдань статті**

Метою статті є розроблення заходів щодо планування витрат на забезпечення якісних параметрів продукції підприємства в умовах зовнішньоекономічної діяльності. Для досягнення визначеної мети поставлено такі завдання:

- проаналізувати планування витрат як частину аналізу;
- описати можливі варіанти розвитку планування витрат;
- сформулювати конкретні рекомендації щодо планування витрат на забезпечення якісних параметрів продукції підприємства в умовах зовнішньоекономічної діяльності.

### **Аналіз останніх досліджень і публікацій**

Якість продукції – це набір показників, які описують здатність певної продукції задовольняти потреби споживачів за передбачуваного використання. Як показує світовий досвід, якість продукції залежить від рівня науково-технічного прогресу та ступеня застосування його результатів у виробництві. Що краща якість продукції, то повніше задовольняються потреби споживачів і ефективніше вирішуються соціально-економічні проблеми у суспільному розвитку.

У довгостроковій перспективі спостерігається тенденція до постійного поліпшення якості продукції – об'єктивний процес, який визначається законом зростання потреб. Однак ця тенденція не може бути чітко виражена у фіксованих часових інтервалах, оскільки існує специфічний взаємозв'язок між обсягом постачання продукції та вимогами споживачів до її якості. За часів дефіциту, коли пропозиція менша від попиту, вимоги до якості знижуються, часто значно. Водночас у міру насичення ринку якість продукції виходить на перший план, зростає попит, а якість поступово стає одним із основних чинників виробництва.

На думку О. Ареф'єва [1, с. 238], головною метою підприємства в ринкових умовах є підвищення конкурентоспроможності виробництва та досягнення максимального прибутку, величина якого визначається як різниця доходу від реалізації товарів і поточних витрат на їх створення і збут, тому важко переоцінити роль аналізу витрат та управління ними. Сучасні умови господарювання та підвищення ролі новітніх технологій у світі зумовлюють нові вимоги до системи управління витратами. Існує декілька основних причин, які змушують організації постійно працювати над оптимізацією своїх поточних витрат та шукати способи економії ресурсів: створення додаткових грошових резервів для інвестування у власний розвиток, необхідність зменшення собівартості продукції або послуг для зміцнення конкурентних позицій підприємства на ринку, а також збільшення обсягів виробництва продукції.

За економічною сутністю витрати є грошовим вираженням витрачених за певний період чинників виробництва, необхідних підприємствам для здійснення своєї виробничої та реалізаційної діяльності, тобто витрат різних ресурсів (праці, сировини, матеріалів, основних засобів, фінансових ресурсів) у процесі виробництва, обігу і розподілу продукції. До витрат також варто зарахувати втрачені економічні вигоди, пов'язані з упущеною можливістю найоптимальнішого застосування своїх ресурсів [2, с. 320].

Проблематику процесу планування витрат на забезпечення якісних параметрів продукції підприємства досліджують у своїх працях такі вітчизняні вчені, як І. В. Бойчик, Н. К. Бондар, О. С. Гетьман, М. Головінов, О. Дацій та інші. На думку вітчизняних вчених І. В. Бойчик та Н. К. Бондар, під час аналізу витрат підприємства варто враховувати обсяги та структуру випуску продукції,

ефективність використання персоналу підприємства та основних фондів, а також рівень собівартості продукції, що дасть змогу чітко встановити джерела покриття та ефективність використання грошових коштів підприємства і визначити основні заходи для їх оптимізації.

Обліку витрат стосуються роботи багатьох науковців [4]. Н. Боднар вважає, що для визначення повної структури та обліку витрат їх розподіляють на дві основні групи: перша група витрат входить до собівартості реалізованої продукції, а друга обліковується відокремлено.

До першої групи належать витрати на придбання сировини і матеріалів, витрати на оплату праці, відрахування на соціальні заходи, амортизацію та інші операційні витрати, до другої – адміністративні витрати, витрати на збут та інші операційні витрати.

М. Головінов розкриває поняття обліку витрат як відображення витрат, що здійснюються на підприємстві протягом певного періоду, пов'язаних із процесами постачання, виробництва і реалізації у розрізах, що формують собівартість готової продукції [6].

Таке відображення забезпечує отримання вичерпної інформації, необхідної для того, щоб управляти витратами підприємства, оцінювати його діяльність, визначаючи фінансові результати, встановлювати оптимальну структуру витрат та впроваджувати методи їх зниження.

### **Виклад основного матеріалу**

Характеристика якості – це кількісне вираження одного чи кількох однорідних показників продукції, що задовольняють конкретні потреби споживачів залежно від її призначення та умов використання. Співвідношення між фактично досягнутим показником якості та її нормативним (еталонним) значенням визначає рівень якості продукції.

Для обґрунтування показників якості та визначення їх конкретних рівнів для кожного виду продукції необхідно враховувати такі чотири фактори [7]:

- потреби (уподобання) кінцевих користувачів: громадян, переробників, фермерських господарств, які використовують проміжні продукти;
- реальні можливості досягнення показників якості за досягнутого рівня розвитку продуктивних сил (техніка, технологія, кваліфікація працівників);
- наявність розроблених прийомів, методів, способів вимірювання показників якості та моніторингу їх розвитку;
- матеріальне стимулювання виробників для досягнення найкращих показників якості та встановлення матеріальної відповідальності за їх зниження.

Предметами планування якості продукції є у кінцевому підсумку різні заходи і показники, що відображають як окремі властивості продукції, так і різноманітні характеристики системи і процесів управління якістю [8].

Одним із найважливіших показників господарської діяльності будь-якого суб'єкта економіки є показник збуту продукції. План збуту продукції – це обсяг продукції, який визначається попитом під час дослідження ринку й буде реалізований у плановому році. У будь-якому плані збуту, як правило, вказують кількість продукції кожного виду, а також робіт і послуг, реалізованих у запланованому періоді.

Основне завдання плану збуту – розроблення та обґрунтування реальної збутової програми, яка охоплює найістотніші аспекти ринку: ціноутворення, заходи щодо сприяння збуту, просування товарів на ринку, систему розподілу та постачання продукції [7].

Збут продукції для підприємства важливий з огляду на те, що обсяг збуту визначає інші показники підприємства, наприклад: величину доходів, прибуток, рівень рентабельності тощо. Крім цього, від збуту залежить виробництво і матеріально-технічне забезпечення.

Саме збут є тією сферою, яку необхідно якомога ширше розвивати. Зважаючи на сьогоденні тенденції розвитку ринку, збут вкрай необхідно збільшувати.

Одним із напрямів підвищення ефективності господарської діяльності підприємства є ще більше розширення асортименту продукції, що допоможе збільшити клієнтську базу, а відтак і підвищити рівень збуту продукції. Також розширення асортименту продукції допоможе підприємству розподілити ризики та зменшити залежність від циклічності бізнесу [5].

Але необхідно зважати на те, що розширення номенклатури продукції ускладнює виробничий процес; у разі випуску невеликих партій виробів зростає собівартість кожного виробу, ускладнюється організація управління. Тому, щоб скоординувати інтереси підприємства-виробника і ринку, необхідне чітке планування асортименту продукції – як нової, так і тієї, що вже випускає підприємство.

Основні етапи планування витрат на підприємстві в умовах зовнішньоекономічної діяльності, інформаційна база яких стосується безпосередньо витрат, зображено на рис. 1.

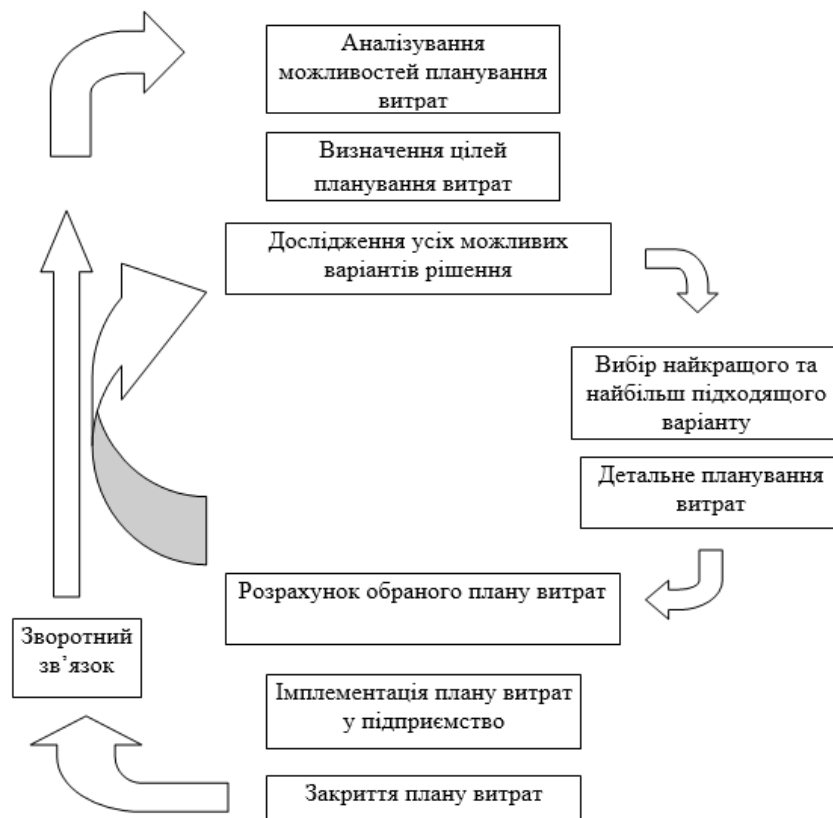


Рис. 1. Основні етапи планування витрат на підприємстві в умовах зовнішньоекономічної діяльності\*

\* Розробка авторів.

Розширення зовнішньоекономічної діяльності пов'язане із пошуками нових каналів збуту. Можливості для розвитку доволі широкі, оскільки підприємство може знайти нові сфери застосування продукту, здійснивши різноманітні дослідження, а це розширить цільову аудиторію споживачів продукту. Проте перешкодою для проведення цих досліджень є відсутність необхідного обладнання, яке дасть змогу виміряти основні властивості продукту в різних системах, а також недостатній освітньо-кваліфікаційний рівень персоналу компанії. Одним із можливих варіантів є також залучення іноземних фахівців (провідних технологів виробництва ключових партнерів) для консультування та проведення перепідготовки кадрів безпосередньо на підприємстві.

Принципи управління якістю, яких необхідно дотримуватися під час планування витрат на забезпечення якісних параметрів продукції на підприємстві в умовах зовнішньоекономічної діяльності, подано на рис. 2.

Якщо розглядати кожну складову окремо, то реєстр якості продукції на експорт – це документ, у якому узагальнено всі заплановані чи завершені заходи управління якістю. Він є унікальним поси- ланням для кожного виду діяльності в галузі якості та вказівником на записи про якість продукції. Крім того, він дає стисле уявлення про тип та кількість здійснених заходів щодо якості. Визначення умов для покращення якості експортної продукції – це постійні дії, спрямовані на поліпшення якості. Безперервне вдосконалення оптимізує робочі процеси, воно сприяє ефективним робочим процесам, які економлять час та гроші, що дає змогу керівникам мінімізувати втрати часу та зусиль. І навіть більше, безперервне вдосконалення мінімізує витрати на виробництво та допомагає запобігти пере- витраті коштів.



Рис. 2. Принципи управління якістю, яких необхідно дотримуватися під час планування витрат на забезпечення якісних параметрів продукції на підприємстві в умовах зовнішньоекономічної діяльності\*

\* Розробка авторів.

Мета активної участі в постійному вдосконаленні дуже важлива для організації. Коли підприємство постійно вдосконалюється, його продуктивність зростає, воно також набуває організаційної гнучкості та здатності використовувати нові можливості.

Орієнтованість на іноземного клієнта переважно означає пріоритет потреб клієнтів. Успішні топ-менеджери задовольняють своїх клієнтів та підтримують міцні стосунки з ними, створюючи бізнес, орієнтований на клієнта.

За ефективніших бізнес-процесів якість продукції поліпшується, а це сприяє зростанню кількості задоволених клієнтів та, відповідно, збільшенню доходів.

Керівники також повинні розуміти коливання у зовнішньому середовищі та реагувати на них, оскільки воно не менш важливе, ніж внутрішнє середовище. Вони також повинні враховувати потреби всіх зацікавлених сторін бізнесу, до яких належать постачальники, клієнти, співробітники, власники, місцеві спільноти та громадськість. Керівники повинні розуміти, що ці зацікавлені сторони становлять життєво важливу частину процесу управління якістю. І більше, керівники повинні сприяти відкритому та чесному спілкуванню, розробляти складні завдання та цілі для своїх команд, щоб допомогти їм зростати.

Процес – це сукупність дій, у яких використовуються ресурси, такі як люди та машини, для перетворення однієї сировини на іншу. Процесний підхід, своєю чергою, – це стратегія, яка передбачає управління бізнесом як системою процесів, а не відділів, людей або продуктів [5].

Ця технологія покращення планування якості продукції охоплює:

- збирання необхідних даних та інформації;
- забезпечення точності, надійності й доступності зібраних даних та інформації;
- аналіз цих даних та інформації із використанням різних методів;
- використання результатів логічного аналізу у поєднанні з інтуїцією та досвідом для прийняття обґрунтованих рішень.

Ще однією складовою технології планування покращення якості продукції є мотивування працівників до поліпшення якості продукції. Незалежно від того, чи працюють співробітники неповний або повний робочий день, вони повинні бути повністю залучені до створення цінності. Топ-менеджери розробляють стратегію, яка спонукає персонал постійно підвищувати свою кваліфікацію та підтримувати постійність. Залучені працівники краще розуміють свої ролі та виявляють більше ініціативи.

Внутрішній аудит – це діяльність з перевірки на місці, що передбачає інспекцію або вивчення внутрішнього контролю, що охоплює процеси бухгалтерського обліку і корпоративного управління. Внутрішній аудит здійснюється для забезпечення відповідності нормативним актам та законам. Внутрішні аудити відіграють важливу роль в управлінні та діяльності компанії [8].

Окрім оцінювання внутрішнього контролю, такі аудити допомагають притягти керівників до відповідальності за неточність фінансової звітності. Періодичні внутрішні аудити допомагають утримати працівників від участі у шахрайських діях. Отже, керівники отримують можливість впроваджувати процедури та процеси, що забезпечують цілісність бухгалтерської та фінансової інформації. За результатами аудиту керівники отримують пропозиції щодо покращення поточних процесів та операцій. Упровадження цих пропозицій поліпшує якість продукції. Підприємство, що пропонує якісні продукти, швидко здобуває конкурентну перевагу та збільшує свої продажі. Отже, періодичний внутрішній аудит – це перевірена стратегія управління якістю, яку менеджери можуть використовувати для оцінювання внутрішнього контролю та покращення процесів, послуг та продукції.

План асортименту продукції – це детальний письмовий огляд усього переліку продукції. Він допомагає відстежувати такі параметри продукту, як номери та назви марок, кількість марок, варіантів та функцій. Він також охоплює фінансову інформацію та прогнозування продажів [7].

План асортименту продукції необхідно використовувати до початку виробництва, а також під час його здійснення. Уся найновіша інформація щодо асортименту продукції та її вартості поміститься в цьому “живому” документі.

План асортименту продукції містить інформацію про:

- загальна кількість виробів на виробництво продукту, урахувавши повторні замовлення;
- попередній перегляд зображення продукту;
- деталі та категорії продукту;
- розмір;
- використані матеріали;
- деталі виробництва;
- деталі доставки;

- історія переговорів;
- собівартість, відпускна ціна та обсяг продажів;
- націнка на прибуток та відсоток маржі;
- користувальницький конструктор секцій (все, що ви хочете бачити у своїх асортиментних планах) [5].

Іншим дуже важливим аспектом плану асортименту продукції є підтримка структурованого балансу між креативністю та прибутковістю. Постійні інновації у виробництві є обов'язковою складовою для виживання підприємств у ринкових умовах.

У таблиці наведено рекомендований план асортименту продукції на підприємстві для забезпечення підвищення якісних параметрів експортної продукції.

**Рекомендований план асортименту продукції на ТзОВ “Завод ДК Орсіл”  
для забезпечення підвищення якісних параметрів експортної продукції  
в умовах зовнішньоекономічної діяльності**

Заплановані напрями дій	Характеристика
Контроль сировини (якість, кількість, витрати), необхідної для виробництва продукції	Використовуючи план асортименту, можна отримати чітку картину усіх продуктів, використовуваних матеріалів та витрат, пов'язаних з ними; побачити, які продукти використовують, які матеріали, і планувати, де використовувати матеріали, поліпшити якість продукції з мінімальним рівнем завантаження
Розширення асортименту продукції	Коли весь асортимент продукції буде створений, стане очевидним, де надто багато продуктів, а де їх не вистачає. Із урахуванням цього можна підлаштовувати виробництво того чи іншого напрямку
Контроль витрат на виробництво	Хороший план асортименту продукції покаже, скільки грошей доведеться витратити на створення того чи іншого продукту, та яку виручку вдасться реалізувати відповідно до витрат. Коли план асортименту настільки детальний, можна повністю контролювати розроблення та виробництво свого продукту та мати стабільний план отримання прибутку
Рекомендовані поставки сировини	Поставки відіграють неабияку роль у веденні діяльності підприємства. Саме поставки вирішують, чи буде завод працювати, чи ні. Тому вкрай важливий аспект планування поставок та їх безперебійність

Відділ маркетингу є двигуном просування бізнесу. Він відповідає за підвищення впізнаваності бренду загалом, а також за залучення потенційних та постійних клієнтів до продуктів компанії. Отже, він є життєво важливою частиною структури компанії, оскільки саме маркетинговий відділ повинен залучати бізнес, утримувати його та допомагати компанії рости і досягати фінансових та організаційних цілей [7].

Відділ маркетингу має вирішальне значення для прибутку та зростання компанії, оскільки відіграє важливу роль у пошуку, залученні та утриманні клієнтів. Без активної маркетингової діяльності потенційним клієнтам буде складно дізнатися про продукти. Крім того, підприємство може виявитися нездатним визначити найкращу цільову аудиторію для реклами продукції, а широкий загал зробить власні висновки про бренд загалом.

**Висновки**

Планування витрат на підприємстві відіграє важливу роль, особливо стосовно якості продукції, яку підприємство збуває за кордон. Іноземний споживач ставить чіткіші та строгіші вимоги, ніж вітчизняний, саме тому на підприємстві повинна бути створена технологія планування витрат на забезпечення якісних параметрів продукції в умовах зовнішньоекономічної діяльності.

Збут продукції є невід'ємною складовою функціонування будь-якого підприємства, адже це основне джерело його надходжень. Завдяки збуту продукції підприємство здатне бути платоспроможним та задовольняти своїх споживачів. Саме тому в разі будь-якого зменшення цього показника необхідно вживати заходів для повернення цього показника до норми та для стабільного збільшення з часом.

Завдання поточного планування полягає у визначенні потреб для успішної роботи і розвитку підприємства впродовж подальшого року, а також розробленні ретельного плану діяльності та його документальному оформленні. Поточне планування передбачає розроблення прогнозу продажів, плану виробництва продукції, плану споживання прямих матеріалів, плану використання прямої праці, плану накладних витрат, розрахунку планованої собівартості продукції, плану витрат на реалізацію і управління, прогнозного звіту про прибуток, плану грошових потоків і прогнозного балансу на кінець періоду. Від якості плану накладних витрат прямо залежить якість планованої собівартості, звіту про прибуток, плану грошових потоків і прогнозного балансу.

Тому запропоновано певні рекомендації: введення ключових принципів управління якістю у технологію планування витрат на забезпечення якісних параметрів продукції в умовах зовнішньоекономічної діяльності; упровадження планування асортиментної політики на основі градації витрат і якісних параметрів продукції на підприємстві в умовах зовнішньоекономічної діяльності.

### Перспективи подальших досліджень

Планування витрат на підприємстві завжди залишатиметься однією із ключових засад досліджень на підприємстві. Виходом може виявитися гнучке планування. Його застосування забезпечує максимальну відповідність планів і дійсності, сприяє посиленню контролю і полегшує облік витрат виробництва.

В умовах ринку важливість ціни істотно зростає на усіх рівнях ділового планування, підприємницької діяльності, виробничого менеджменту, адміністративного управління, мотивації та стимулювання персоналу й у багатьох інших сферах людської діяльності.

Лише продовжуючи надалі дослідження цієї проблематики, можна досягти хорошого результату на підприємстві та в галузі загалом.

### Список літератури

1. Ареф'єва О. Економіка підприємства: навч. посіб. для студ. вищих навч. закл. / Європейський ун-т. Київ: Видавництво Європейського ун-ту, 2005. 238 с.
2. Афанасьєв М. Економіка підприємства: навч.-метод. посіб. / Харківський національний економічний ун-т. Харків: ВД "Інжек", 2007. 320 с.
3. Бойчик І. Економіка підприємства: навч. посіб. Вид. 2-ге, доп., перероб. Київ: Атіка, 2007. 528 с.
4. Бондар Н., Гаєвський О. Економіка підприємства: навч. посіб. / за заг. ред. А. В. Калини; Міжрегіональна академія управління персоналом. Київ: МАУП, 2006. 350 с.
5. Гетьман О. Економіка підприємства: навч. посіб. / Мін-во освіти і науки України; Дніпропетровський ун-т економіки і права. Київ: Центр навчальної літератури, 2006. 487 с.
6. Головінов М. Економіка підприємства: навч. посіб. для студ. екон. спец. вищ. навч. закл. / Донецький національний ун-т економіки і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського. Донецьк: ДонНУЕТ, 2008. 266 с.
7. Дацій О. Економіка підприємства: навч. посіб. Запоріжжя: ГУ "ЗІДМУ", 2004. 224 с.
8. Фролов С. М., Колісник Г. М. (2014) Планування витрат діяльності підприємства. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*. № 6. С. 159–171.

### References

1. Arefieva, O. (2005). Economics of the enterprise: Textbook for students of higher educational institutions. European University. K.: European University Publishing House.
2. Afanasiev, M. (2007). Economics of the enterprise: Study guide. Kharkiv National University of Economics. Kharkiv: Inzhek Publishing House.
3. Boychuk, I. (2007). Economics of the enterprise: textbook, 2nd edition, supplement, revision. K.: Atika.
4. Bondar, N., Gayevsky, O. (2006). Economics of the enterprise: Textbook. Under the editorship of A. V. Kalyna; Interregional Academy of Personnel Management. K.: IAPM.
5. Hetman, O. (2006). Economics of the enterprise: Textbook. Ministry of Education and Science of Ukraine, Dnipropetrovs'k University of Economics and Law. K.: Center for Educational Literature.
6. Golovinov, M. (2008). Economics of the enterprise: textbook for students of economics. special higher educational institution. Donetsk National University of Economics and Trade named after Mykhailo Tugan-Baranovsky. Donetsk: DonNUET.
7. Datsiy, O. (2004). Economics of the enterprise: Study guide. Zaporizhzhya: ZIDMU.
8. Frolov, S. M. & Kolisnyk, G. M. (2014) Planning the costs of enterprise activity. *Socio-economic problems of the modern period of Ukraine*, No. 6, 159–171.



**PLANNING THE COSTS OF ENSURING THE QUALITY PARAMETERS OF THE ENTERPRISE'S PRODUCTS IN THE CONDITIONS OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY**

© *Hryhoriev O. Yu., Tuziak O. A., 2022*

The problems of cost planning for ensuring the quality parameters of the enterprise's products in the conditions of foreign economic activity are investigated. The reasons for the introduction of key principles of quality management in the technology of planning costs to ensure the quality parameters of products are identified. Recommendations for the introduction of assortment policy planning based on the gradation of costs and quality parameters of products at the enterprise in the conditions of foreign economic activity are formed.

Quality characteristic is a quantitative expression of one or more homogeneous indicators of products that meet the specific needs of consumers depending on its purpose and conditions of use. The ratio between the actually achieved quality indicator and its normative (reference) value determines the level of product quality.

To justify quality indicators and determine their specific levels for each type of product, the following four factors should be taken into account:

- needs (preferences) of end users: citizens, processors, farms that use intermediate products;
- real opportunities to achieve quality indicators at this level of development of productive forces (equipment, technology, qualification of workers);
- availability of developed techniques, methods, ways of measuring quality indicators and monitoring their development;
- financial incentives for producers to achieve the best quality indicators and establishing financial responsibility for their reduction.

The subjects of product quality planning are ultimately various measures and indicators that reflect both individual product properties and various characteristics of the quality management system and processes.

One of the ways to improve the efficiency of economic activity of the enterprise is to further expand the range of products, which will help to increase the customer base, and therefore the level of sales. Also, expanding the range of products will help the enterprise to distribute risks and reduce dependence on business cycles.

But it should be borne in mind that the expansion of the product range complicates the production process; when producing small batches of products, the cost of each product increases, the organization of management becomes more complicated. Therefore, in order to coordinate the interests of the enterprise – manufacturer and the market, it is necessary to clearly plan the range of products – both new and those already produced by the enterprise.

**Key words:** planning; costs; quality parameters; products; foreign economic activity of enterprise; cost; management; changes; reasons; technology; methodology; assortment.