**Практичне заняття 3**

З курсу «Планування і контроль на підприємстві»

Тема «Система планів підприємства. Маркетингові дослідження»

Питання для обговорення:

1. У чому полягає сутність системи планування на підприємстві?

2. Які основні напрямки планування на практиці?

3. На які важливі питання допомагає відповісти планування?

4. Основні принципи планування. В чому їх суть?

5. Що таке план підприємства? Які існують різновиди планів, їх особливості?

6. Оперативне планування на підприємстві, які завдання воно вирішує?

7. Інвестиційні проекти, бізнес-плани. Які завдання і сфера їх застосування?

8. Що таке маркетингові дослідження ринку?

9. Охарактеризуйте завдання, принципи, методи реалізації маркетингових досліджень.

**Практичні завдання**

**Завдання 1.** Заповнити таблицю, визначивши місію бізнесу в різних сферах діяльності відповідно до виробничого та маркетингового підходів (так, як це визначено для бізнесу перукарня й інші послуги): ресторан, каси попереднього продажу квитків, привокзальна автостоянка, туристичне агентство, пасажирський вагон далекого сполучення, місце паркування біля офісних центрів, привокзальна кімната відпочинку для матері й дитини, ательє, майстерня хутра, клінінгова компанія (табл. 1).

Таблиця 1

Місії бізнесу в різних сферах діяльності

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Сфера діяльності | Виробничий підхід | Маркетинговий підхід |
| 1 | 2 | 3 |
| Перукарня й інші послуги | Стрижка, укладання волосся | Ми робимо жінок вродливими |
|  |  |  |
|  |  |  |

**Завдання 2.** Визначити річну потребу в матеріалах за умови: випуск продукції у базовому році склав 300 одиниць; середня норма витрачання матеріалу на облікову одиницю продукції становила 1,5 кг; за планом передбачається ріст випуску продукції на 15% і зменшення норми витрачання матеріалу на 3%.

**Завдання 3.** Визначити прогноз основних показників діяльності АТ «Житомирський маслозавод» за методом екстраполяції, виходячи із наведених у табл. даних.

Таблиця 2

Показники діяльності підприємства

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Показники | 2019 р. | 2020 р. | 2021 р. |
| 1 | Чистий дохід (виручка), тис. грн.  | 19456225 | 2202992 | 2216103 |
| 2 | Валовий прибуток, тис. грн.  | 506854 | 583652 | 634956 |
| 3 | Операційний прибуток, тис. грн.  | 197204 | 232834 | 227838 |
| 4 | Чистий прибуток, тис. грн.  | 123940 | 138203 | 134363 |
| 5 | Середньооблікова чисельність працівників, осіб.  | 856 | 873 | 763 |
| 6 | Середньорічна вартість необоротних активів, тис. | 743709,5 | 930992,5 | 967970,5 |
|  | в т.ч. основних засобів, тис. грн.  | 549003 | 790706 | 897883 |
| 7 | Середньорічна вартість оборотних активів, тис. грн.  | 388685,5 | 448065 | 477894 |
| 8 | Фондовіддача  | 3,54 | 2,79 | 2,47 |
| 9 | Фондомісткість | 0,28 | 0,36 | 0,41 |
| 10 | Фондоозброєність, тис. грн./особу.  | 641,36 | 905,73 | 1176,78 |
| 11 | Коефіцієнт оборотності оборотних активів  | 5,00 | 4,92 | 4,64 |
| 12 | Продуктивність праці, тис. грн./особу.  | 2272,46 | 2523,47 | 2904,46 |

**Методичні рекомендації**

 Метод екстраполяції передбачає визначення існуючих тенденцій розвитку явищ та процесів та подальше їх перенесення на майбутні показники розвитку. Для цього визначається середньорічний темп росту аналізованих показників. Середньорічний темп росту за період часу визначається за формулою:

$t\_{n}$= $\sqrt[n-1]{\frac{y\_{n}}{y\_{0}}}$

де tn – середньорічний темп росту показника за n років, yn – значення показника у n-ому періоді, y0 – значення показника у базовому періоді, n – тривалість аналізованого періоду. Прогноз на наступний рік визначається як добуток середньорічного темпу росту на значення показника за останній аналізований період.