

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра менеджменту і маркетингу

**Курсова робота
з курсу Економіка підприємства**

**на тему: «ПЛАНУВАННЯ ТА ПРОГНОЗУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ
ПІДПРИЄМСТВА (НА ПРИКЛАДІ ТОВ «Samsung Electronics»)»**

Студента групи Ма 02-21
факультету туризму, бізнесу і психології
спеціальності 075 Маркетинг
освітня програма
«Маркетинг і реклама»
Великодної Марії Сергіївни

Члени комісії:

Науковий керівник:

к.е.н, доц. кафедри менеджменту і маркетингу.

Данченко Л. Г.

Національна шкала _____

Кількість балів _____

Оцінка ЄКТС _____

КИЇВ – 2023

ЗМІСТ

Вступ	3
РОЗДІЛ1	6
МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ПЛАНУВАННЯ І ПРОГНОЗУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	6
1.1. Сутність планування та прогнозування	6
1.2 Основні розділи та показники плану розвитку підприємства	9
1. 3. Зміст та порядок розробки бізнес-плану підприємства	12
РОЗДІЛ 2	22
ЕКОНОМІЧНА ОЦІНКА ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЗАХОДИ ЩОДО ПОЛІПШЕННЯ ПРОЦЕСУ ПЛАНУВАННЯ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА Samsung Electronics.	22
2.1 Характеристика діяльності підприємства та оцінка його основних фінансово-економічних показників	22
2.3. Пропозиції щодо покращення методів прогнозування та планування діяльності підприємства	32
Висновок	35
Резюме	37
Список використаних джерел	39
Додатки	41

Вступ

Актуальність теми - в умовах швидко змінюючогося ринкового середовища, підприємства потребують системного та стратегічного підходу до планування та прогнозування. Відсутність або недостатня увага до цих процесів може призвести до невдалого управління, непередбачених ризиків, втрати конкурентоспроможності та недосягнення поставлених цілей. Тому вивчення планування та прогнозування діяльності підприємства є важливим завданням для дослідників, менеджерів та фахівців у галузі управління. Розробка ефективних підходів до планування та прогнозування може сприяти підвищенню конкурентоспроможності підприємств, стабільному розвитку та досягненню успіху в динамічному бізнес-середовищі

Мета роботи- розгляд планування та прогнозування діяльності підприємства з метою виявлення їх сутності, ролі та значення в сучасному управлінні. Робота спрямована на аналіз методів, інструментів та процедур планування та прогнозування, а також на визначення їх практичного застосування для досягнення

конкурентних переваг та забезпечення стабільного розвитку підприємства.

Предмет роботи- процес планування та прогнозування діяльності підприємства, його елементи, методи та інструменти. Розглядаються питання формування стратегічних планів, тактичного та операційного планування, аналізу та оцінки ризиків, прогнозування ринкових тенденцій, фінансового стану та інших аспектів, що впливають на успішну роботу підприємства.

Об'єкт дослідження- процес план і прогноз на підприємстві «Самсунг електронікс»

Завдання, поставлені в курсовій роботі:

1. Вивчення теоретичних аспектів планування та прогнозування діяльності підприємства.
2. Аналіз методів та інструментів планування та прогнозування, їх переваг та обмежень.
3. Визначення практичного застосування планування та прогнозування в управлінській практиці підприємств.
Дослідження ролі планування та прогнозування в досягненні стратегічних цілей, підвищенні ефективності операцій, плануванні фінансових ресурсів, адаптації до змін на ринку та конкурентному середовищі.
4. Виявлення впливу планування та прогнозування на прийняття управлінських рішень, координацію роботи підрозділів підприємства та досягнення спільних цілей.

5. Аналіз сучасних тенденцій у сфері планування та прогнозування, включаючи використання інноваційних технологій, аналітичних інструментів та систем управління, що дозволяють підприємствам бути конкурентоспроможними на ринку.
6. Розробка рекомендацій та практичних рекомендацій щодо вдосконалення процесів планування та прогнозування на підприємстві з урахуванням його конкретних особливостей та вимог сучасного бізнесу.

РОЗДІЛІ

МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ПЛАНУВАННЯ І ПРОГНОЗУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Сутність планування та прогнозування

Планування - це процес створення планів і програм, спрямованих на досягнення поставлених цілей і завдань. Воно передбачає не лише визначення конкретних цілей, але й розробку стратегій для їх досягнення, планів дій та ресурсів, необхідних для виконання цих планів.[3]

Планування допомагає зменшити ризики та невизначеність, пов'язані з підприємницькою діяльністю, зосередити зусилля на досягненні результатів, оптимізувати використання ресурсів та підвищити ефективність бізнесу. [4]

Прогнозування - це процес передбачення майбутнього стану підприємства з урахуванням зовнішніх і внутрішніх факторів, які можуть вплинути на його діяльність. Прогнозування дозволяє компанії бути готовою до можливих змін у майбутньому та вжити відповідних заходів для уникнення або мінімізації їх наслідків.

Прогнозування діяльності компанії базується на аналізі даних для передбачення ринкових тенденцій, поведінки споживачів, рівня

конкуренції та інших факторів, які можуть вплинути на успішність діяльності компанії.

Планування та прогнозування діяльності компанії має бути комплексним і систематичним. Вони повинні враховувати не тільки економічні, але й соціальні та екологічні фактори.

Вони повинні враховувати не тільки економічні, а й соціальні та екологічні фактори. До них також належать технологічні зміни та інновації, регуляторні зміни в законодавстві, зміни у світовій економіці та політиці, демографічні зміни, дослідження та розробки, зміни у відносинах з партнерами та постачальниками.

Дані та аналітика є важливим елементом успішного планування та прогнозування бізнес-діяльності. Взаємодія зі споживачами та збір даних про них може надати компанії цінну інформацію про їхні потреби та бажання. Дані про виробництво, продажі та інші бізнес-фактори допоможуть створити точні прогнози та плани дій. Бізнес-планування та прогнозування має бути безперервним процесом, що охоплює всі аспекти бізнесу. Він повинен бути затверджений на рівні керівництва компанії і зосереджений на досягненні стратегічних цілей. [1]

Загальною метою бізнес-планування та прогнозування є досягнення стабільності та сталого розвитку компанії, підвищення її прибутковості та конкурентоспроможності, забезпечення високого рівня задоволеності клієнтів та підтримання довгострокових відносин з партнерами та постачальниками.

Таким чином, планування і прогнозування діяльності компанії також спрямовані на зниження ризиків і підвищення ефективності управління. При плануванні та прогнозуванні необхідно

враховувати різні фактори, такі як економічні, соціальні, політичні, екологічні та технічні фактори.

Крім того, планування та прогнозування діяльності компанії має допомогти визначити стратегію розвитку компанії. Вона повинна відповідати потребам ринку та клієнтів, а також враховувати сильні та слабкі сторони компанії.

Успіх планування і прогнозування залежить від точності поставлених цілей, аналізу ризиків і можливостей, адекватності ресурсів, виділених для досягнення цих цілей, а також від якості моніторингу та контролю виконання планів.

Різниця між плануванням і прогнозуванням полягає в тому, що планування - це процес формулювання майбутніх цілей і завдань, тоді як прогнозування - це процес оцінки майбутніх умов і подій, які можуть вплинути на діяльність компанії.

Однією з найважливіших складових планування та прогнозування є стратегічне планування. Його мета - визначити майбутній напрямок розвитку компанії, встановити пріоритети та забезпечити їх виконання. Це вимагає аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища компанії з урахуванням економічних, соціальних, політичних, екологічних та технічних факторів. Цей аналіз допомагає виявити сильні та слабкі сторони компанії, а також можливості та загрози, які існують навколо неї. На основі цих даних розробляється стратегія розвитку компанії, яка відповідає потребам ринку і споживачів.[9]

Управління ризиками також є важливим елементом планування та прогнозування діяльності компанії. Ризики можуть виникнути в будь-який момент, тому необхідно враховувати їх при розробці

планів і стратегій. Для цього необхідно проаналізувати потенційні ризики та розробити заходи щодо їх мінімізації.

Крім того, планування та прогнозування діяльності компанії допомагає встановити показники ефективності. Показники ефективності дають змогу оцінити досягнення поставлених цілей і визначити, чи доцільно продовжувати певний вид діяльності. Це дає можливість компанії вносити необхідні зміни у свою діяльність та вчасно виправляти помилки.

Планування та прогнозування діяльності компанії є необхідним процесом для досягнення успіху та стабільності. Він допомагає підвищити ефективність виробництва, знизити витрати, покращити якість продукції та задоволеність клієнтів. Це також дає можливість компанії вчасно реагувати на зміни у зовнішньому середовищі та внутрішніх процесах, що дозволяє їй бути конкурентоспроможною та утримувати свої позиції на ринку.[]

1.2 Основні розділи та показники плану розвитку підприємства

План розвитку бізнесу - важливий інструмент управління, який допомагає забезпечити довгострокову стабільність та успіх компанії. Він включає основні напрямки розвитку та конкретні заходи, необхідні для досягнення поставлених цілей. Розглянемо основні розділи та показники плану розвитку бізнесу.[7]

1. Стратегія розвитку

Цей розділ містить основні цілі та завдання компанії, її місію та бачення. Стратегія розвитку повинна відповідати ринку та компетенціям підприємства. У цьому розділі необхідно визначити такі показники, як частка ринку, обсяг продажів, прибутковість, задоволеність клієнтів та інші.

2. Маркетинг та продажі

У цьому розділі необхідно визначити маркетингові стратегії та заходи, спрямовані на просування продукції на ринку, підвищення обізнаності та зацікавленості клієнтів, збільшення частки ринку та інші показники. Показниками в цьому розділі можуть бути обсяг продажів, кількість нових клієнтів, рівень лояльності клієнтів тощо.

3. Виробництво та операційна діяльність

У цьому розділі слід визначити заходи щодо вдосконалення виробничих процесів та оптимізації використання ресурсів. Показники цього розділу можуть включати виробничі витрати, кількість виробленої продукції, час виробництва, рівень якості.

4. Фінанси.

У цьому розділі необхідно визначити фінансові стратегії та заходи для забезпечення стійкості та прибутковості компанії. Показники в цьому розділі можуть включати витрати на дослідження та розробки, інвестиції, рівень задоволеності звітністю тощо.

5. Людські ресурси

У цьому розділі необхідно визначити заходи, спрямовані на залучення та утримання талановитих фахівців, розвиток і навчання персоналу та створення ефективної системи мотивації. Показниками в цьому розділі можуть бути кількість працівників, показники ефективності, задоволеність персоналу тощо.

6. Інфраструктура та технології

У цьому розділі необхідно визначити заходи щодо покращення інфраструктури компанії та впровадження нових технологій. Показниками в цьому розділі можуть бути інвестиції в технології, час впровадження нових технологій, рівень автоматизації тощо.

7. Ризики та можливості

У цьому розділі необхідно визначити потенційні ризики та можливості, що відкриваються перед компанією. Ризики можуть бути пов'язані зі змінами на ринку, законодавстві, змінами у відносинах з клієнтами та іншими факторами. Можливості можуть бути пов'язані зі збільшенням попиту на продукцію, освоєнням нових ринків і розробкою нових продуктів.

Основними показниками плану розвитку бізнесу є



Крім того, можуть бути включені екологічні показники, такі як кількість викидів в атмосферу, кількість відходів та їх переробка, кількість енергії, використаної для виробництва продукції, тощо. Ці показники важливі для забезпечення довгострокової стійкості компанії та її екологічно відповідального ставлення до навколишнього середовища.

Окрім показників, план розвитку бізнесу може містити розділ, присвячений стратегії маркетингу та збуту. Цей розділ може містити такі показники, як очікувана кількість продукції, яку планується продати, вартість продажів, дослідження ринку та прогнози щодо змін у попиті на продукцію. Ці показники важливі для визначення стратегії маркетингу та продажів на майбутнє, а також для прогнозування потреб у ресурсах і кадрах. []

1. 3. Зміст та порядок розробки бізнес-плану підприємства

Бізнес-план - це комплексний документ бізнес-планування, який передбачає заходи щодо реалізації бізнес-ідеї з метою отримання прибутку.

Метою бізнес-плану є планування та оптимізація господарсько-виробничої діяльності підприємства на певний період (з точки зору виробництва та реалізації товарів і послуг відповідно до потреб у ресурсах і ринкових зобов'язань) та фінансово-економічна оцінка її результатів.

Цінність бізнес-плану:

- Дозволяє визначити життєздатність проекту в конкурентному середовищі;
- містить орієнтир, що вказує, як має розвиватися проект (компанія)
- є важливим інструментом для отримання фінансової підтримки від зовнішніх інвесторів.

- дає розуміння місця компанії на ринку
 - допомагає проаналізувати перспективи розвитку галузі, ринку, продукту (послуги), по-іншому поглянути на діяльність компанії, її проблеми та перспективи
 - визначає ступінь життєздатності та майбутньої стійкості підприємства, знижує ризик підприємницької діяльності;
 - конкретизує перспективи бізнесу у вигляді системи кількісних та якісних показників розвитку;
 - привертає увагу та інтерес, забезпечує підтримку потенційних інвесторів до підприємства;
 - допомагає набути досвіду планування, розвиває перспективний погляд на організацію та її оточення.
- Бізнес-план може бути підготовлений як для компанії-початківця, так і для існуючих господарських організацій на наступному етапі їхнього розвитку.

Бізнес-план, як і стратегічний план, охоплює досить тривалий період часу (3-5 років).

Бізнес-план розробляється з метою:

- вивчення доцільності створення та функціонування підприємства, оскільки він дозволяє підприємцю описати перспективи розвитку свого підприємства (яку продукцію, якої якості, в якій кількості та за якою ціною продавати)
- залучення зовнішніх інвесторів, у тому числі іноземних, оскільки дозволяє оцінити доцільність вкладення коштів у дане виробництво та зацікавити їх у співпраці з даним підприємством;
- приватизація підприємства, з метою обґрунтування пропозицій щодо її доцільності.

Бізнес-план є основою для бізнес-пропозиції на переговорах з майбутніми партнерами та потенційними інвесторами. Це визначає певні вимоги до його оформлення, форми, змісту та структури. Він повинен бути представлений таким чином, щоб дати зацікавленій стороні чітке уявлення про підприємство і перспективи його участі в ньому.

Структура і зміст бізнес-плану не є суворо регламентованими, але можна запропонувати наступну схему: резюме (короткий зміст бізнес-плану); місцезнаходження компанії; мета діяльності; опис виду діяльності, опис продукції (послуг); оцінка ринку; конкуренція і конкурентні переваги компанії; зовнішньоекономічна діяльність; маркетингова стратегія; прогноз продажів; технічний план розвитку продукту; виробничий план; управління компанією; характеристика персоналу; матеріально-

технічне забезпечення; оцінка ефективності діяльності; оцінка ризику.

Ключові елементи бізнес-плану

Таблиця 1.1

Джерело: Розроблено автором на основі [5]

<p>Загальні відомості та історія проекту</p>	<p>Інформація про організатора проекту: назва, адреса, форма власності, фінансові можливості;</p> <p>Передумови для створення проекту;</p> <p>Мета проекту;</p> <p>Загальна характеристика маркетингової стратегії проекту;</p> <p>Місцезнаходження проекту (чи орієнтований проект на місцеві або зовнішні ресурси, місцевий або зовнішній ринок);</p> <p>Державна або регіональна економічна та промислова політика на користь проекту.</p>
--	---

<p>Загальний аналіз ринку та маркетингова концепція</p>	<p>Аналіз результатів маркетингових досліджень за такими напрямками:</p> <ul style="list-style-type: none"> бізнес-середовище; цільовий ринок та сегментація ринку; канали збуту; конкуренція; життєві цикли продуктів; цикли ринкових сегментів; Аналіз річних показників попиту, та пропозиції; Обґрунтування маркетингових стратегій; Формулювання загальної концепції маркетингу; Розрахунок витрат на маркетинг; Визначення впливу проекту на виробничу програму та виробничі потужності компанії;
<p>Сировина та постачальники</p>	<p>Розрахунок річних потреб у постачанні матеріальних ресурсів;</p>

<p>Місцезнаходження та навколишнє середовище</p>	<p>Оцінка наявності необхідних матеріальних ресурсів; Аналіз результатів та розробка можливих стратегій постачання; Визначення можливостей для довгострокового співробітництва з потенційними постачальниками.</p> <p>Визначення місця розташування та характеристика ділянки, обраної для підприємства, з урахуванням: впливу на екологічну ситуацію регіону; соціально-економічної політики місцевої влади; існуючої інфраструктури; природних умов; Розрахунок основних витрат, пов'язаних з місцем розташування;</p>
--	--

	Обґрунтування вибору та критичний аналіз аспектів розташування.
Дизайн і технологія	Розрахунок виробничого графіка та виробничих потужностей підприємства; Опис та обґрунтування вибору технології; Опис загальної схеми проекту та його обмежень; Калькуляція собівартості основних виробничих елементів підприємства; Розрахунок вартості будівництва.
Управління та накладні витрати	Організаційна структура, схема управління, принципи управління; Розрахунок витрат на управління;
Трудові ресурси	Соціально-економічне та культурне середовище, його відповідність вимогам проекту;

	<p>Наявність вільних трудових ресурсів;</p> <p>Освітні та кваліфікаційні вимоги;</p> <p>Потреба в перепідготовці кадрів;</p> <p>Причини залучення іноземних фахівців, якщо це необхідно;</p> <p>Ключовий персонал;</p> <p>Штатний розклад;</p> <p>Оцінка витрат на оплату праці.</p>
План реалізації проекту	<p>Розрахунок тривалості будівництва та монтажу обладнання;</p> <p>Розрахунок тривалості пускового та початкового виробничого періодів;</p> <p>Підготовка плану дій для своєчасної реалізації етапів проекту.</p>

<p>Фінансовий аналіз та оцінка інвестицій</p>	<p>Опис критеріїв, що визначають оцінку інвестицій; Розрахунок загальних інвестиційних витрат, Повна собівартість реалізованої продукції: операційні витрати; амортизація; маркетингові витрати; транспортні витрати; витрати на оборотний капітал; фінансові витрати; накладні витрати; фінансування проекту; Інвестиційна оцінка; Аналіз невизначеності, що включає: визначення критичних змінних в аналізі чутливості; оцінку ризиків;; Аналіз національної економіки.</p>
<p>Висновки</p>	<p>Основні переваги проекту; Основні недоліки проекту; Ймовірність реалізації проекту; Оцінка доцільності реалізації проекту.</p>

--	--

РОЗДІЛ 2

ЕКОНОМІЧНА ОЦІНКА ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЗАХОДИ ЩОДО ПОЛІПШЕННЯ ПРОЦЕСУ ПЛАНУВАННЯ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА Samsung Electronics.

2.1 Характеристика діяльності підприємства та оцінка його основних фінансово-економічних показників

Корпорація Samsung - одна з провідних світових технологічних компаній, що спеціалізується на виробництві електроніки, мобільних пристроїв, побутової техніки та інших інноваційних продуктів. Заснована в 1938 році в Південній Кореї, компанія Samsung пройшла довгий шлях, щоб стати світовим лідером у своїй галузі.

Однією з ключових характеристик бізнесу Samsung є постійна орієнтація на інновації. Компанія інвестує значні ресурси в дослідження і розробку нових технологій, що дозволяє їй випереджати конкурентів і задовольняти зростаючі потреби споживачів. Samsung активно застосовує передові розробки у своїх продуктах, таких як смартфони, телевізори, побутова техніка, мікросхеми та інші пристрої.

Оцінка фінансово-економічних показників компанії Samsung свідчить про її міцне фінансове становище та успіх на ринку. Згідно з останніми звітами, компанія досягла високого рівня прибутку і демонструє стабільні тенденції зростання. Оцінка фінансово-економічних показників компанії Samsung також підтверджує її успіх.

Чистий прибуток: Samsung має високий рівень чистого прибутку, що свідчить про ефективне управління фінансовими ресурсами та здатність досягати прибутковості у своїй діяльності.

Доходи: Компанія має значний обсяг доходів, що свідчить про успішне проникнення на ринок та високий попит на її продукцію. Широкий асортимент продукції та послуг дозволяє Samsung залучати різноманітну клієнтську базу та забезпечувати стабільні доходи.

Рентабельність активів: Samsung досягає високого рівня рентабельності активів, що свідчить про ефективне використання ресурсів і здатність генерувати прибуток на вкладений капітал.

Ліквідність: оцінка ліквідності Samsung також підтверджує її фінансову стійкість. Компанія має достатній рівень ліквідних активів і здатність своєчасно виконувати свої зобов'язання.

Інвестиційна привабливість: здатність Samsung залучати інвестиції та підтримувати довіру інвесторів є ще одним показником її успіху. Компанія залучає інвестиції завдяки своєму сильному бренду, інноваційному потенціалу та перспективам зростання. [14]

Дохід компанії Samsung за 2019-2021 роки

Таблиця 2.1 Розроблено автором на основі[13]

	2019	2020	2021
Виручка	197,690,938	46,409,034	58,739,516
Валовий прибуток	71,354,943	17,211,748	21,459,430

Операційний прибуток	23,826,222	23,826,222	8,428,777
Інші неопераційні доходи	1,526,149	264,659	269,263
Фінансові доходи	8,718,988	3,180,364	2,011,004
Фінансові витрати	7,100,090	2,930,882	1,791,135
Прибуток до оподаткування	26,111,740	5,667,925	8,759,158
Витрати з податку на прибуток	7,459,135	1,570,248	2,343,671
Прибуток за рік	18,652,605	4,097,677	6,415,487

Загалом, Samsung є прикладом успішної технологічної компанії з вражаючими фінансово-економічними показниками, яка проникає в життя мільйонів споживачів завдяки своїй інноваційній та високоякісній продукції. Її вплив на технологічну галузь та розвиток нових технологій демонструє здатність компанії адаптуватися до змін у сучасному світі. Завдяки своїм інноваціям та високоякісній продукції Samsung займає провідні позиції в таких сегментах ринку, як смартфони, телевізори, побутова електроніка та інших важливих технологічних категоріях.

ТОВ "Самсунг Електронікс Україна" - представництво компанії Samsung Electronics, визнаного лідера світового ринку електроніки та побутової техніки, в Україні, відкрите в серпні 1996 року.

ТОВ "Самсунг Електронікс Україна" керується простою філософією бізнесу, яка полягає у використанні таланту і технологій для створення першокласних продуктів і послуг на благо користувачів. Саме тому у своїй діяльності ТОВ "Самсунг Електронікс Україна" приділяє велику увагу людям і технологіям. Прагнучи стати однією з найбільш етичних компаній, ТОВ "Самсунг Електронікс Україна" постійно навчає своїх співробітників, використовує системи моніторингу та практикує справедливе і прозоре корпоративне управління.

Для оцінки ефективності виробничо-комерційної діяльності ТОВ "Самсунг Електронікс Україна" проведемо аналіз його виробничо-комерційної діяльності за допомогою основних техніко-економічних показників: динаміки чистого доходу від реалізації продукції, валового прибутку, собівартості реалізованої продукції, витрат, фінансового результату до оподаткування, податку на прибуток та чистого прибутку від його діяльності.

Аналіз фінансового результату ТОВ «Самсунг Електронікс Україна Компані» за 2017-2019 роки

Таблиця 2.2

Джерело: Розроблено автором на основі[2]

Показник	2017	2018	2019	Відхилення 2018/2017	Відхилення 2019/2018

Чистий дохід від реалізації продукції тис. грн	12600000	14300000	14700000	1700000	13,49%	400000	2,80%
Валовий прибуток	1500000	1600000	1900000	100000	6,67%	300000	18,75%
Собівартість реалізованої продукції	-11100000	-12700000	-12800000	-1600000	14,41%	-100000	0,79%
Адміністративні витрати	-160000	-170000	-190000	-10000	6,25%	-20000	11,76%
Витрати на збут	-1100000	-1200000	-1300000	-100000	9,09%	-100000	8,33%
Інші операційні витрати	-45000	-70000	-110000	-25000	55,56%	-40000	57,14%
Фінансовий результат до оподаткування	290000	320000	330000	30000	10,34%	10000	3,13%
Податок на прибуток	-5000	-62000	-70000	-12000	24,00%	-8000	12,90%
Чистий прибуток	240000	258000	260000	18000	7,50	2000	0,78

За результатами аналізу фінансового результату ТОВ "Компанія "Самсунг Електронікс Україна" спостерігається тенденція до зростання за всіма показниками. Чистий дохід збільшився приблизно на 7-8% у 2018 році та майже на 1% у 2019 році і склав 260000 тис. грн у 2019 році.

Валовий прибуток також зростає. У 2018 році порівняно з 2017 роком він збільшився на 100 000 тис. грн (6,67 %) і склав 1 600

000 тис. грн. У 2019 році валовий прибуток продовжив зростати на 18,75% порівняно з попереднім роком. Собівартість реалізованої продукції зросла на 14,41% у 2018 році та на 0,79% у 2019 році.

2.2. Аналіз ефективності планування та прогнозування підприємства

Сьогодні, в умовах складного динамічного середовища, що характеризується постійною невизначеністю та мінливістю політичних, економічних і соціальних факторів, основою успішної діяльності суб'єктів господарювання є прийняття відповідних управлінських рішень. На основі очікуваних показників прибутковості, платоспроможності, ліквідності, раціонального розміщення оборотних коштів тощо можна сформулювати стратегію подальшого розвитку компанії та скоригувати короткострокові плани шляхом модифікації тактичних цілей і завдань. Сучасні системи підтримки прийняття рішень - це системи, які найбільш пристосовані для вирішення завдань повсякденної управлінської діяльності і є інструментом, призначеним для допомоги особам, які приймають рішення.

Метою фінансового прогнозування є визначення реальних обсягів фінансових ресурсів, джерел їх формування та напрямів використання. Прогнозування фінансових показників використовує комплекс спеціальних методів і прийомів, які прийнято поділяти на три групи: методи експертних оцінок, методи екстраполяції та методи економіко-математичного моделювання. [6]

Основним завданням фінансового прогнозування на рівні компанії є своєчасне отримання інформації, необхідної для вивчення та аналізу різноманітних явищ і процесів, головною метою якого є забезпечення можливості адаптації до процесів, що відбуватимуться в майбутньому. Фінансовий стан компанії та її стабільність значною мірою залежать від активів, які вона має у своєму розпорядженні, активів, в які вона вклала капітал, та доходів, які вони приносять. Розміщення коштів компанії має велике значення для її фінансової діяльності та підвищення її ефективності. Від того, які інвестиції вкладені в основні та оборотні активи, скільки їх знаходиться у сфері виробництва та обігу, в грошовій та матеріальній формі, наскільки оптимальним є їх співвідношення, значною мірою залежать результати виробничо-фінансової діяльності, а отже, і фінансова стійкість підприємства.

У процесі прогнозування найважливішими факторами є: прибутковість; забезпеченість власними фінансовими ресурсами; раціональний розподіл основного та оборотного капіталу; платоспроможність; ліквідність. Прогнозування цих показників дозволяє підприємству мати стабільність у своїй діяльності. Ці показники є основою для прийняття позитивного рішення з боку кредиторів щодо надання позикових коштів, залучення нових інвесторів та розвитку компанії. Об'єктом прогнозування є насамперед обсяг фінансових ресурсів, які будуть доступні в майбутніх періодах. Такими ресурсами є прибуток підприємства, що залишається після сплати всіх податків та обов'язкових платежів, та амортизаційні відрахування, що відшкодовуються через ціну продукції.

При прогнозуванні розвитку підприємств в умовах глобалізації економіки слід застосовувати такі наукові принципи

- принцип системності, який передбачає розгляд підприємства як системи взаємопов'язаних характеристик об'єкта та факторів, що на нього впливають;

- принцип індивідуальності, який передбачає врахування специфіки об'єкта прогнозування, закономірностей його розвитку, абсолютних і розрахункових значень та рівнів розвитку

- принцип оптимізації об'єкта прогнозування, який гарантує певну достовірність і точність прогнозу при мінімальних витратах на його розробку, поєднуючи принцип оптимальності, принцип мінімізації розмірності опису, принцип оптимального вимірювання показників, принцип дисконтування даних, принцип оптимізації об'єкта прогнозування та принцип оптимізації розвитку об'єкта прогнозування.[8]

Незважаючи на уповільнення темпів зростання та посилення конкуренції, Samsung Electronics продовжує утримувати лідируючі позиції на ринку споживчої електроніки.

Samsung Electronics продовжує займати одну з провідних позицій на ринку споживчої електроніки. Компанія підтримує стійке зростання в середньо- та довгостроковій перспективі, плануючи інтенсифікувати свою науково-дослідницьку діяльність, розширювати зовнішнє технологічне співробітництво та здійснювати активні інвестиції для зміцнення своїх основних виробничих потужностей та можливостей, щоб допомогти їй конкурувати в глобальному економічному середовищі.

Найважливішим в інноваційному розвитку є розробка його стратегії. Необхідно прищепити довгостроковий образ економічного мислення в діяльності підприємств, тобто сформувати довгострокову стратегію інноваційного розвитку у вигляді створення інноваційного сектору економіки системно, послідовно і на довгострокову перспективу. Саме такий підхід мають застосовувати інноваційні компанії. Успіх бізнесу можливий лише за умови врахування довгострокових технологічних та коопераційних зв'язків.

Іншою передумовою інноваційного розвитку компанії є його фінансове забезпечення. Стратегія інноваційного розвитку повинна бути узгоджена із загальним планом дій компанії, спрямованим на процеси формування та планування фінансів для забезпечення фінансової стійкості компанії. Стратегії інноваційного розвитку підприємств відображають, перш за все, довгострокові цілі підприємства, які пов'язані не тільки з фінансами суб'єктів мікрорівня, а й з факторами мінливої макроекономічної та політичної ситуації в країні та світі. Успіх інноваційного проекту значною мірою залежить від правильно обраної стратегії і тактики, а також від чіткості визначення пріоритетних напрямів інноваційної діяльності.

Незважаючи на своє беззаперечне світове лідерство в галузі технологій, Samsung Electronics постійно модифікує свою діяльність в умовах жорсткої конкуренції на світовому ринку. Гнучка конкурентна поведінка компанії та відкритість до нових технологій розглядаються як запорука її подальшого успішного розвитку.

Для досягнення високих результатів у своєму бізнесі Samsung Electronics у своїй інноваційній стратегії також залучає найкращих фахівців.

У компанії працюють вузькоспеціалізовані співробітники, які прагнуть до вдосконалення і прагнуть розробляти провідні на ринку продукти та послуги. Зміни відбуваються постійно, а інновації мають вирішальне значення для виживання та розвитку компанії. Довгостроковий успіх полягає в передбаченні потреб і запитів ринку. За версією Forbes, Samsung Electronics вважається інноваційною компанією завдяки використанню так званого "методу ТКDP" (Теорія вирішення винахідницьких завдань) для патентних стратегій. Цей метод використовується для отримання конкурентних патентних стратегій, зміцнення власного патенту та розробки інших патентних заявок.

Samsung Electronics є найкращим серед виробників мобільних пристроїв у тому сенсі, що вона використовує власні апаратні компоненти для виробництва телефонів, а не закупає їх у третіх осіб, оскільки дійсно має для цього ресурси. Майже 70% основних компонентів, що використовуються в смартфонах Samsung Electronics, виробляються на власному виробництві, що дає компанії перевагу у витратах і дозволяє їй бути більш гнучкою в плані термінів досягнення поставлених цілей. Ланцюжок поставок компанії - це поєднання аутсорсингу та власного виробництва. Це головна відмінність від її головного конкурента, Apple, який повністю покладається на контрактних виробників. Тому ці заходи, вжиті Samsung Electronics, можна розглядати як ключову конкурентну перевагу компанії, оскільки такий підхід дозволяє їй швидко адаптуватися до мінливих ринкових умов.

Стратегія "швидкого послідовника" добре спрацювала для Samsung Electronics, оскільки компанія є лідером з продажу смартфонів, обігнавши лідера ринку Apple. Однак, враховуючи, що сектор смартфонів є швидкозростаючою галуззю, конкурентної переваги можна досягти завдяки стратегічному використанню придбаних патентів і, перш за все, завдяки успішній реалізації ринкової стратегії.

Таким чином, стратегічне планування Samsung Electronics - це безперервний процес, спрямований на визначення найкоротшого та найефективнішого шляху до успіху. Його основні положення полягають у тому, що конкурентоспроможність компанії на світовому ринку буде посилюватися зараз і в майбутньому за рахунок проривних інновацій.

2.3. Пропозиції щодо покращення методів прогнозування та планування діяльності підприємства.

Удосконалення методів прогнозування та планування має важливе значення для успіху та сталого розвитку. Ці процеси є важливими інструментами для управління вашим бізнесом і досягнення ваших цілей. Ось кілька причин, чому варто вдосконалювати ці методи.[12]

По-перше, точне прогнозування відіграє важливу роль в успіху бізнесу. Ефективне прогнозування дозволяє робити більш точні та надійні прогнози щодо майбутнього. Це допомагає уникнути

непередбачуваних ситуацій, управляти ризиками та приймати кращі управлінські рішення.[11]

По-друге, планування допомагає оптимізувати використання ресурсів. Воно дозволяє ефективно розподіляти ресурси (фінансові, людські, матеріальні). Планування допомагає забезпечити оптимальне використання ресурсів, уникнути перевитрат і забезпечити ефективну діяльність.

По-третє, планування та прогнозування є важливими елементами стратегічного управління. Вони допомагають компанії розробляти довгострокові цілі, визначати стратегії розвитку та реагувати на зміни у зовнішньому середовищі. Ефективне планування уможливорює створення прозорих і реалістичних стратегій, що сприяє досягненню конкурентних переваг.

По-четверте, вдосконалені методи прогнозування та планування дозволяють компаніям бути більш гнучкими та краще адаптуватися до мінливих ринкових умов. Вони допомагають виявити нові можливості, вирішити проблеми та вчасно внести необхідні корективи в стратегію. Планування та прогнозування дозволяють компанії планувати свої дії на основі аналізу ринкових тенденцій, передбачати попит на продукцію чи послуги та визначати оптимальні шляхи розвитку. Вони допомагають уникнути втрат, мінімізувати ризики та забезпечити довгострокову стабільність.[10]

Крім того, вдосконалені методи прогнозування та планування сприяють ефективній комунікації та співпраці всередині організації. Всі відділи та рівні управління можуть мати однаково

розуміння майбутніх цілей та стратегій розвитку, що допомагає координувати роботу та об'єднувати зусилля для досягнення успіху.

Нарешті, вдосконалення методів прогнозування та планування - це безперервний процес, оскільки ринкові умови постійно змінюються. Компанія повинна бути готовою адаптуватися до нових викликів і можливостей, оновлюючи свої прогнози та стратегії. Це дозволяє компанії залишатися конкурентоспроможною і рухатися вперед у швидкозмінному бізнес-середовищі.

Пропозиції щодо вдосконалення методів прогнозування та планування Samsung можуть включати наступне:

Використовувати передові аналітичні інструменти, такі як машинне навчання та штучний інтелект, для обробки великих обсягів даних і створення точних прогнозів.

Удосконалення систем збору, обробки та аналізу даних для забезпечення швидкого доступу до релевантної інформації та скорочення часу на її обробку.

Налагодження ефективного каналу комунікації між різними департаментами та підрозділами компанії для обміну інформацією та спільного планування діяльності.

Посилення співпраці із зовнішніми експертами та консультантами для отримання додаткової інформації та оцінки ефективності планів і прогнозів.

Регулярний моніторинг та оцінка результатів виконання планів і прогнозів.

Висновок

Сутність планування та прогнозування більшість науковців розуміють як важливість системного підходу до управління діяльністю компанії. Ці процеси допомагають компаніям визначати свої цілі, розробляти стратегічні заходи для їх досягнення та адаптуватися до змін у зовнішньому середовищі. Планування та прогнозування дозволяють компаніям визначати оптимальні ресурси, необхідні для досягнення стратегічних цілей, та ефективно їх розподіляти.

Основна мета планування - забезпечити ефективне використання ресурсів і досягнення стратегічних цілей компанії. Воно допомагає створити відповідну основу для виробничих процесів, фінансового менеджменту, маркетингових стратегій та інших аспектів діяльності компанії.

Прогнозування, в свою чергу, допомагає компаніям бути готовими до майбутніх змін та ризиків, а також розробляти відповідні стратегії та плани дій для максимізації свого конкурентного потенціалу. Аналізуючи дані та тенденції, прогнозування дозволяє компаніям адаптуватися до змін попиту, технологічного розвитку, законодавства та інших факторів, що впливають на їхню діяльність.

Дослідження показало, що Samsung демонструє високий рівень планування та далекоглядності у своїй діяльності. Це підтверджується її успіхом і визнанням на світовому ринку електроніки.

Samsung встановлює чіткі цілі та стратегічні напрямки, що дозволяє їй прогнозувати майбутні тенденції та зміни на ринку. Аналізуючи ринкові дані, споживчі вподобання та технологічні інновації, Samsung встановлює стандарти в галузі електроніки.

Організаційна культура компанії сприяє системному підходу до планування. Залучення відповідальних і кваліфікованих фахівців, високий рівень комунікації та співпраці між підрозділами, а також використання передових інструментів і технологій дозволяють Samsung ефективно планувати свою діяльність і досягати поставлених цілей.

Одним з ключових факторів успіху Samsung є здатність адаптуватися до швидкого технологічного прогресу та мінливих потреб споживачів. Використовуючи передбачення, Samsung утримує лідерство на ринку та розробляє інноваційні продукти, які відповідають запитам споживачів.

Резюме

Дослідження бізнес-планування та прогнозування підтверджує високий рівень цих процесів у компанії Samsung. Компанія встановлює чіткі цілі та стратегічні напрямки розвитку, прогнозує майбутні тенденції та зміни на ринку і адаптується до них. Samsung демонструє стабільне зростання фінансових результатів, збільшуючи чистий дохід і валовий прибуток. Незважаючи на зростаючу конкуренцію, вона зберігає лідируючі позиції на ринку споживчої електроніки.

Одним з ключових факторів успіху Samsung є її здатність до інновацій. Компанія використовує довгострокову стратегію інноваційного розвитку, залучаючи найкращих фахівців і вдосконалюючи свої продукти та послуги. Інновації мають вирішальне значення для виживання та розвитку компанії у швидкозмінному ринковому середовищі.

Всі ці фактори роблять Samsung прикладом ефективного планування та прогнозування діяльності компанії. Її успіх демонструє важливість системного підходу до управління та адаптації до змін. Планування і прогнозування є важливими інструментами для досягнення стратегічних цілей і забезпечення сталого розвитку компанії в конкурентному бізнес-середовищі.

The study of business planning and forecasting confirms the high level of these processes at Samsung. The company sets clear goals and strategic directions for development, predicts future trends and changes in the market, and adapts to them. Samsung demonstrates stable growth of financial results, increasing net income and gross profit. Despite growing competition, it maintains a leading position in the consumer electronics market.

One of Samsung's key success factors is its ability to innovate. The company uses a long-term strategy of innovative development, attracting the best specialists and improving its products and services. Innovation is crucial for the company's survival and development in a rapidly changing market environment.

All these factors make Samsung an example of effective planning and forecasting of the company's activities. Its success demonstrates the importance of a systematic approach to management and adaptation to change. Planning and forecasting are important tools for achieving strategic goals and ensuring the company's sustainable development in a competitive business environment.

Список використаних джерел

1. Девід, Ф. Р. (2017). Стратегічний менеджмент: Концепції та кейси: Підхід до конкурентних переваг.
2. Звітність українських підприємств URL:
https://zvitnist.com/36048094_TOVARYSTVO_Z_OBMEZHENOUCHEK_VDPOVDALNSTU_SAMSUNH_ELEK
3. І. Баран "Прогнозування в управлінні: теорія та практика"
4. І. Зінченко (2010). "Планування та стратегічний розвиток підприємств".

5. М. Березіна та Т. Бондаренко (2015). "Прогнозування в управлінні організацією".
6. М. Мінченко "Управління підприємством: теорія і практика".
7. Мінцберг, Х., Альстранд, Б. та Лампел, Д. (1998). Стратегічне сафари: Експедиція через нетрі стратегічного менеджменту. Саймон і Шустер.
8. Пенман, С. Х. (2018). Аналіз фінансової звітності та оцінка цінних паперів.
9. С. Роббінс та Д. Култер «Основи управління: планування, організація, контроль»
10. Тідд, Д., Бессант, Д., та Павітт, К. (2017). Управління інноваціями: Інтеграція технологічних, ринкових та організаційних змін.
11. Томпсон, А. А., Петераф, М. А., Гембл, Д., и Стрікленд III, А. Д. (2020). Розробка та реалізація стратегії: Пошук конкурентних переваг: Концепції та кейси.
12. Ф. Девід "Стратегічне управління: планування, реалізація, контроль"
13. Samsung Investor Relations
<https://www.samsung.com/global/ir/financial-information/audited-financial-statements/>
14. Samsung's Organizational Structure & Its Characteristics (An Analysis). Samsung Electronics Company : веб-сайт. URL:
<http://panmore.com/samsung-corporateorganizational-structure-characteristics-analysis>

Додатки

Додаток А



Баланс підприємства «Самсунг Електронікс»

Додаток Б

Актив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець Звітного періоду
1.Необоротні активи	1000	11 794,00	3 893,00
Первісна вартість	1001	49 850,00	21 195,00
Накопичена амортизація	1002	38 056,00	17 302,00
Незавершені капітальні інвестиції	1005	2 630,00	7,00
Основні засоби	1010	269 181,00	101 380,00
Первісна вартість	1011	554 277,00	262 643,00
знос	1012	285 096,00	161 263,00
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	10 910,00	7 719,00
Відстрочені податкові активи	1045	227 662,00	212 407,00
Усього за розділом 1	1095	522 177,00	325 406,00
2.Оборотні активи	1100	1 132 522,00	1 047 387,00
Виробничі запаси	1101	9 568,00	2 097,00
товари	1104	1 122 954,00	1 045 290,00
Дебіторська заборгованість за продукцію	1125	3 751 863,00	1 969 090,00
Дебіторська заборгованість за розрахунками	1130	15 279,00	33 108,00

З бюджетом	1135	390 539,00	161 219,00
З нарахованих доходів	1140	7 438,00	24 360,00
Із внутрішніх розрахунків	1145	89 353,00	8 864,00
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	1 451,00	1 872 754,00
Гроші та їх еквіваленти	1165	1 474 188,00	1 591 463,00
Рахунки в банках	1167	1 474 188,00	1 591 463,00
Витрати майбутніх періодів	1170	26 386,00	6 721,00
Інші оборотні активи	1190	26 844,00	
Усього за розділом 2	1195	6 889 019,00	6 741 810,00
Баланс	1300	7 411 196,00	7 067 216,00

Таблиця 1

Пасив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1.Власний капітал	1400	327 744,00	327 744,00
Нерозподілений прибуток	1420	1 855 167,00	3 103 133,00
Усього за розділом 1	1495	2 182 911,00	3 430 877,00
Інші довгострокові зобов'язання	1515	48 290,00	1 314,00
Довгострокові забезпечення	1520	22 969,00	15 567,00
Усього за розділом 2	1595	71 259,00	16 567,00
Поточні зобов'язання та забезпечення	1600	268 752,00	
Поточна кредиторська заборгованість	1610	73 678,00	1 119,00
Товари,роботи,послуги	1615	3 405 362,00	2 067 141,00
Розрахунками з бюджетом	1620	34 010,00	152 622,00
у тому числі з податку на прибуток	1621	33 970,00	152 622,00
Розрахунками з оплати праці	1630	405,00	
За одержаними авансами	1635	81 764,00	187 258,00
Поточні забезпечення	1660	1 279 155,00	1 198 895,00
Доходи майбутніх періодів	1665	13 828,00	12 737,00
Інші поточні зобов'язання	1690	72,00	
Усього за розділом 3	1695	5 157 026,00	3 619 772,00
баланс	1900	7 411 196,00	7 067 216,00

Таблиця 2

