

ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТРАНСПОРТУ
Кафедра економіки та управління виробничим
і комерційним бізнесом

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

до практичних занять та самостійної роботи
з дисципліни

“ЕКОНОМІЧНА РОЗВІДКА ТА БЕЗПЕКА БІЗНЕСУ”

Частина 2

Харків – 2016

Методичні вказівки розглянуто та рекомендовано до

друку на засіданні кафедри економіки та управління виробничим і комерційним бізнесом 4 березня 2016 р., протокол № 9.

Рекомендуються для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня “магістр” спеціальностей «Економіка», «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» всіх форм навчання.

Укладачі:

доценти І.В. Воловельська,
А.В. Толстова

Рецензент

доц. І.В. Токмакова

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

до практичних занять та самостійної роботи
з дисципліни

“ЕКОНОМІЧНА РОЗВІДКА ТА БЕЗПЕКА БІЗНЕСУ”

Частина 2

Відповідальний за випуск Толстова А.В.

Редактор Третьякова К.А.

Підписано до друку 24.03.16 р.

Формат паперу 60x84 1/16. Папір писальний.

Умовн.-друк.арк. 1,00. Тираж 50. Замовлення №

Видавець та виготовлювач Українська державна академія залізничного транспорту,

61050, Харків-50, майдан Фейсбаха, 7.

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 2874 від 12.06.2007 р.

УКРАЇНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЗАЛІЗНИЧНОГО
ТРАНСПОРТУ

ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТРАНСПОРТУ

Кафедра економіки та управління виробничим і комерційним
бізнесом

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

до практичних занять та самостійної роботи

з дисципліни

“ЕКОНОМІЧНА РОЗВІДКА ТА БЕЗПЕКА БІЗНЕСУ”

Частина 2

для студентів спеціальностей «Економіка»,
«Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
освітньо-кваліфікаційного рівня «магістр»
всіх форми навчання

Харків 2016

Методичні вказівки розглянуто та рекомендовано до друку на засіданні кафедри економіки та управління виробничим і комерційним бізнесом 4 березня, протокол № 9.

Рекомендуються для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня “магістр” спеціальностей «Економіка», «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» всіх форми навчання.

Укладачі:

доценти І.В. Воловельська,
А.В. Толстова

Рецензент

доц. І.В. Токмакова

ЗМІСТ

Вступ.....	4
Змістовний модуль 2. Система управління підприємством....	5
Практичне заняття 5. Приклади моделей розвитку підприємства.....	5
Практичне заняття 6. Види антикризового управління підприємством.....	15
Практичне заняття 7. Приклади інтелектуальної власності в Україні.....	26
Практичне заняття 8. Промисловий шпіонаж в Україні та світі.....	30
Список літератури.....	32

ВСТУП

Подолання економічних криз, необхідне для успішного функціонування підприємств в умовах ринку, а також виконання всіх цілей, що стоять перед підприємством, вимагають переосмислення й іншого відношення до економічної теорії та практики. У складних умовах виживе лише те підприємство, що зможе не тільки визначити та задовольнити вимоги ринку, але й захиститися від невдач на основі формування ефективної системи економічної безпеки підприємства.

Метою дисципліни «Економічна безпека підприємства» є формування знань та уявлення про сутність і складові частини економічної безпеки підприємства.

Основне завдання полягає у формулюванні уявлення про необхідність економічної безпеки, її ролі у сучасній фірмі, отриманні навиків у застосуванні основних прийомів і методів економічної розвідки та безпеки у сучасному житті та бізнесі.

Метою методичних вказівок є закріплення теоретичних знань щодо процесів формування економічної безпеки на підприємстві на підставі управління ризиками в умовах невизначеності, сутності бенчмаркінгу в системі прийняття рішень та отримання навичок щодо обґрунтування вибору господарських рішень на підприємстві на основі діагностики зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства для забезпечення економічної безпеки підприємства.

Основний зміст навчальної дисципліни розкривається у 8 темах, з яких 4 теми входять до першого змістовного модуля, 4 теми – до другого.

Тема 1 – вивчення сутності економічної безпеки підприємств, методик її оцінки.

Тема 2 – вивчення сутності системи економічної безпеки підприємства, принципів її формування, внутрішніх та зовнішніх загроз, економічних підходів щодо забезпечення економічної безпеки підприємства.

Тема 3 – вивчення основних типів і характеристик негативного впливу на економічну безпеку підприємства, методик оцінки ризиків.

Тема 4 – дослідження поняття «бенчмаркінг», вивчення його принципів і видів, оцінка конкурентоспроможності підприємства.

Тема 5 – вивчення напрямків і моделей розвитку стратегічного управління.

Тема 6 – вивчення сутності антикризового управління підприємством, його банкрутства, оцінка вартості майна підприємства.

Тема 7 – вивчення питань щодо роботи з інформацією, інтелектуальною власністю, комерційною таємницею.

Тема 8 – вивчення поняття і сутності економічної розвідки, промислового шпигунства.

ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 2. СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Практичне заняття 5. ПРИКЛАДИ МОДЕЛЕЙ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Контрольні питання

- 1 Еволюція системи керування підприємством.
- 2 Напрямки розвитку стратегічного управління.
- 3 Ознаки стратегічного управління підприємством.
- 4 Моделі розвитку підприємства.
- 5 Стратегії розвитку підприємства.

Тести

1 До етапів становлення стратегічного управління не відноситься:

- а) бюджетування;
- б) планування;
- в) реформування.

2 Школи стратегічного управління не включають до себе напрямки:

- а) школу початкову;
- б) когнітивну школу;
- в) школу дизайну.

3 До принципів стратегічного управління не відноситься:

- а) принцип суміщення;
- б) принцип синергії;
- в) принцип перспективності.

4 Динамічні моделі розвитку підприємства – це:

- а) моделі, що описують якісні зміни внутрішніх і зовнішніх факторів підприємства;
- б) моделі, що описують зміни внутрішніх факторів підприємства і рушійну силу змін; розглядають також взаємодію внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства;
- в) моделі, що описують сукупність якісних і кількісних факторів підприємства.

5 До динамічних моделей відносяться:

- а) механічні та технічні;
- б) кількісні і структурні;
- в) механічні та організаційні.

6 До розвиваючих відносяться моделі, що:

- а) розглядають якісні зміни підприємства в часі, його характеристики на різних етапах розвитку;
- б) описують зміни внутрішніх факторів підприємства і рушійну силу змін; розглядають також взаємодію внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства;
- в) описують сукупність якісних і кількісних факторів підприємства.

7 В якій моделі підприємство розглядається як безособовий механізм, не надається значення неформальним відносинам між членами організації і системою мотивації працівників:

- а) організаційній;
- б) механічній;
- в) еволюційній?

8 Оперативне управління базується на:

- а) негайній реакції або прогнозуванні на короткостроковий період часу;

б) створенні і підтримці високої мобільності, керованості та реактивності процесів і об'єктів діяльності підприємства, можливості негайного втручання у хід роботи підприємства та миттєвій реакції системи управління;

в) наявних прогнозах довгострокового характеру.

9 Тактичне управління орієнтується на:

а) негайну реакцію або здійснює прогнозування на короткостроковий період часу;

б) запізнілу реакцію або здійснює прогнозування на довгостроковий період часу;

в) тривалу реакцію або здійснює прогнозування на середньостроковий період часу.

10 Стратегія – це:

а) набір правил, необхідний для прийняття рішення;

б) програма рішень, необхідних для діяльності підприємства;

в) сукупність різних видів потенціалів, необхідних для прийняття рішення.

11 Функціональна стратегія – це:

а) стратегія, що розробляється окремим функціональним відділом підприємства на основі та у взаємозв'язку із загальною стратегією підприємства;

б) стратегія, призначена для вирішення специфічних проблем, пов'язаних із досягненням цілей, поставлених перед окремими підрозділами компанії;

в) стратегія, що описує загальний напрямок зростання підприємства, розвитку його виробничо-збутової діяльності.

12 Операційна стратегія – це:

а) стратегія, призначена для вирішення специфічних проблем, пов'язаних із досягненням цілей, поставлених перед окремими підрозділами компанії

б) стратегія забезпечення довгострокових конкурентних переваг господарського підрозділу;

в) стратегія, що описує загальний напрямок зростання підприємства, розвитку його виробничо-збутової діяльності.

13 Імітаційна стратегія розвитку підприємства передбачає:

- а) запозичення технологій з боку або отримання ліцензій на результати досліджень і розробок;
- б) вирішення специфічних проблем, пов'язаних із досягненням цілей, поставлених перед окремими підрозділами компанії;
- в) визначення загального напрямку зростання підприємства, розвитку його виробничо-збутової діяльності.

14 Інтеграція – це:

- а) проникнення у галузь або поділ виробництв з метою підвищення конкурентоспроможності підприємства;
- б) поділ виробництв з метою об'єднання конкурентів;
- в) об'єднання або поглинання підприємств з метою підвищення конкурентоспроможності.

15 Диверсифікація – це:

- а) проникнення у галузь або поділ виробництв з метою підвищення конкурентоспроможності підприємства;
- б) поділ виробництв з метою об'єднання конкурентів;
- в) об'єднання або поглинання підприємств з метою підвищення конкурентоспроможності.

Практичне завдання

SPACE-аналіз

Задача 1. Необхідно проаналізувати стратегічні позиції підприємства «Промінь». Для оцінки за кожною групою критеріїв були визначені певні фактори. На основі звітних показників періоду, що аналізується за допомогою експертної оцінки, визначеним факторам було присвоєно оціночні бали та питому вагу (таблиця 5.1).

Таблиця 5.1 – Результати експертної оцінки факторів розвитку підприємства «Промінь»

Назва критерію	Оцінка, бали	Питома вага	Зважена оцінка
1	2	3	4
Фінансова сила, FS			Σ
Рентабельність капіталу	7	0,4	
Стабільність отримання прибутку	6	0,3	
Ліквідність	6	0,3	
Конкурентоспроможність, СА			Σ
Частка підприємства на ринку	1	0,5	
Можливість впливу на рівень собівартості	2	0,3	
Рентабельність продукту	6	0,2	
Привабливість галузі (промисловий потенціал), IS			Σ
Рівень конкуренції в галузі	7	0,3	
Стадія життєвого циклу галузі	5	0,4	
Залежність розвитку галузі від кон'юктури ринку	6	0,3	
Стабільність галузі, ES			Σ
Тривалість життєвого циклу галузі	7	0,4	
Ступінь інноваційності галузі	1	0,4	
Маркетингові та рекламні можливості в галузі	4	0,2	

Методичні вказівки

1 Розрахувати зважену оцінку шляхом перемноження оцінки і питомої ваги.

2 Знайти координати точки $P(x;y)$ для графіка, що дозволить визначити позицію підприємства:

$$X=IS-CA;$$

$$Y=FS-ES.$$

3 Побудувати графік позиції підприємства (рисунок 5.1).

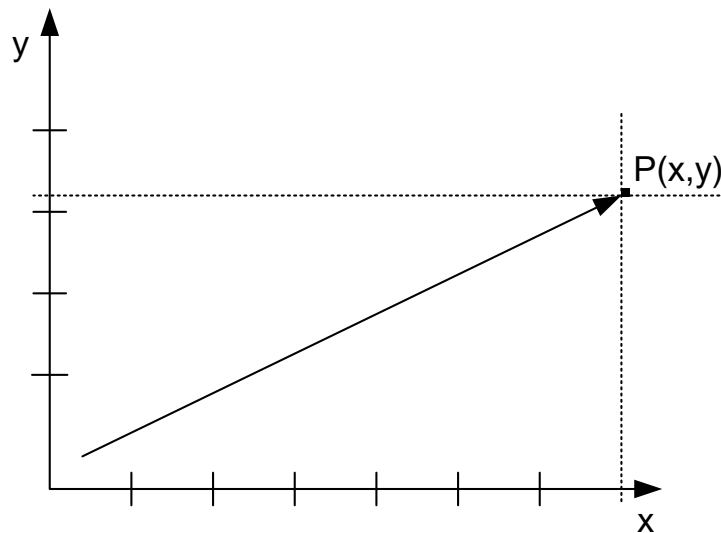


Рисунок 5.1 – Графік стратегічної позиції підприємства

4 Сформулювати висновок щодо позиції підприємства та надати рекомендації з подальшого його розвитку.

Модель McKinsey

Задача 2. За допомогою матриці McKinsey виконати аналіз підприємства з виробництв продукції побутової хімії. Підприємство спеціалізується на екологічно чистих продуктах. Вихідні дані подано в таблицях 5.2, 5.3.

Таблиця 5.2 – Привабливість ринку (галузі)

Показник	Оцінка
Частка хімічної промисловості серед інших галузей економіки	середня
Охоплення населенням	середнє
Потреба в сировині	висока
Рівень конкуренції	високий
Обсяг капіталовкладень	середній
Витрати на маркетингові дослідження для просування цього сегмента галузі	середні
Необхідність в отриманні різних сертифікатів на продукцію	висока
Потреба в енергоресурсах	висока
Галузевий рівень дохідності	високий
Чутливість до товарів-замінників	середня

Таблиця 5.3 – Конкурентний статус підприємства

Показник	Оцінка
Частка обсягу продукції, виробленої підприємством	низька
Охоплення продукції підприємства населенням	високе
Потреба в сировині	низька (оскільки використовуються продукти нафтопереробки, що розташовані поряд із заводом, і тільки 10 % отримується за угодами про поставку)
Підприємство випускає екологічно безпечну продукцію, яка не забруднює екологію і майже не шкідлива для людини	
Обсяг капіталовкладень	середній
Витрати на маркетингові дослідження для просування продукції підприємства на ринку	високі
Необхідність в отриманні різних сертифікатів на продукцію	висока
Потреба в енергоресурсах	середня
Рівень дохідності підприємства	середній
Чутливість до товарів-замінників	середній

Методичні вказівки

1 Проведемо аналіз за даними показниками, за умов, що їх значимість (вага) знаходиться у межах від 1 (менш значимий) до 4 (більш значимий), а оцінка показників проводиться за шкалою від 1 до 3 (1 – низька оцінка, 2 – середня оцінка, 3 – висока оцінка). Результати оцінки зводимо до таблиці 5.4.

Таблиця 5.4 – Аналіз конкурентного статусу підприємства

Показник	Вага		Оцінка привабливості галузі		Оцінка конкурентоспроможного статусу підприємства	
	Оцінка від 1 до 4	Питома вага (оцінка ваги/всього за оцінкою ваги)	Оцінка за шкалою	Оцінка з урахуванням питомої ваги показника (оцінка за шкалою*питому вагу показника)	Оцінка за шкалою	Оцінка з урахуванням питомої ваги показника (оцінка за шкалою*питому вагу показника)
Частка хімічної промисловості серед інших галузей економіки						
Охоплення населенням						
Потреба в сировині						
Рівень конкуренції						
Обсяг капіталовкладень						
Витрати на маркетингові дослідження для просування цього сегмента галузі						
Необхідність в отриманні різних сертифікатів на продукцію						
Потреба в енергоресурсах						
Галузевий рівень дохідності						
Чутливість до товарів-замінників						
Всього	Σ	1	-		-	

2 На основі отриманої оцінки привабливості галузі та конкурентоспроможного статусу підприємства будуюмо матрицю McKinsey (рисунок 5.2).

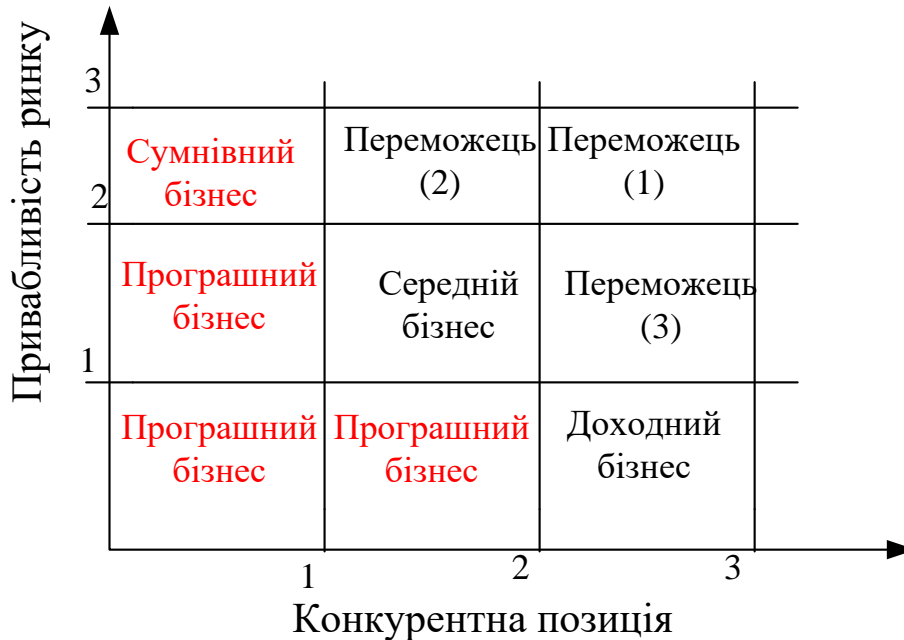


Рисунок 5.2 – Матриця конкурентних позицій підприємства

3 Формуємо висновок щодо становища даного підприємства на ринку.

Задача 3. Проаналізувати становище окремих підприємств сільського господарства в загальному портфелі та надати рекомендації щодо збалансованості їх портфеля. Експертні оцінки конкурентних позицій та привабливості ринку подано в таблиці 5.5.

Таблиця 5 – Експертна оцінка конкурентних позицій та привабливості ринку підприємств сільського господарства

Характеристики	Питома вага	Підприємства									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Конкурентні позиції											
Відносна позиція на ринку	0,2	4	1	7	8	10	4	9	5	3	6
Відносний потенціал виробництва	0,1	2	1	7	6	10	3	7	4	2	5
Відносний потенціал НДДКР	0,4	3	1	6	5	8	3	7	6	2	3
Відносний потенціал персоналу	0,3	5	3	8	7	9	6	8	6	4	7
Привабливість ринку											
Розмір і темп зростання ринку	0,2	6	5	5	7	5	6	3	5	5	4
Якість ринку	0,25	4	4	5	8	6	7	8	6	4	5
Конкурентна ситуація	0,35	5	4	3	4	4	5	4	4	6	3
Вплив зовнішнього середовища	0,2	7	6	9	8	8	7	8	8	6	9

Методичні вказівки

1 Зробити оцінку конкурентних позицій шляхом множення результатів експертної оцінки на питому вагу. Визначаємо загальну оцінку за кожним підприємством.

2 Оцінити привабливість ринку аналогічно до оцінки конкурентних позицій.

3 Побудувати матрицю (**McKinsey**) із зазначенням на ній всіх підприємств, що досліджуються (рисунок 5.3).

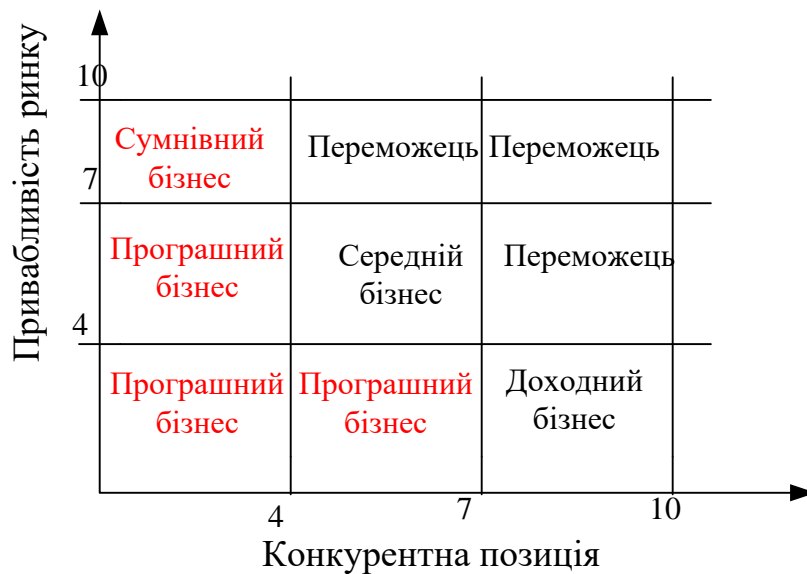


Рисунок 5.3 – Матриця (McKinsey)

4 Сформувати висновки, охарактеризувати становище кожного підприємства в загальному портфелі, надати рекомендації щодо збалансованості портфеля.

Практичне заняття 6. ВИДИ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Контрольні питання

- 1 Поняття «криза».
- 2 Причини появи кризи на підприємстві.
- 3 Діагностики кризового стану підприємства.
- 4 Сутність антикризового управління.
- 5 Банкрутство підприємства.
- 6 Оцінка вартості майна підприємства.

Тести

1 Криза – це:

а) крайнє загострення протиріч у внутрішньому і зовнішньому середовищі життєдіяльності системи, що загрожує її стабільному розвитку;

б) наявність незначних змін у внутрішньому і зовнішньому середовищі життєдіяльності системи, що впливає на її розвиток;

в) зміни в системі, які стабілізують її розвиток.

2 Нездолана криза – це:

а) форма прояву кризи, при якій вона охоплює не все підприємство, а лише деякі його підрозділи;

б) форма прояву кризи, при якій вона протікає помітно і легко виявляється;

в) форма прояву кризи, при якій будь-які методи оздоровлення підприємства є неефективними через незворотні зміни його економічної структури.

3 Випадкові кризи – це:

а) кризи, які виникають у результаті помилок в управлінні, економічної залежності, природних катаклізмів; їх не можна передбачити; вони з'являються раптово і завдають відчутної шкоди підприємству;

б) кризи, які можна передбачити; вони виникають закономірно і практично не завдають шкоди підприємству;

в) кризи, що настають як етап розвитку підприємства.

4 Зовнішні фактори – це:

а) фактори, які впливають на діяльність підприємства ззовні і на які саме підприємство не має впливу;

б) фактори, які не впливають на діяльність підприємства ззовні і на які саме підприємство не має впливу;

в) фактори, які впливають на діяльність підприємства ззовні і на які саме підприємство також має вплив.

5 Внутрішні чинники – це:

а) фактори, які впливають на діяльність підприємства ззовні і на які саме підприємство не має впливу;

б) фактори, що впливають на діяльність підприємства зсередини; вони безпосередньо залежать від діяльності підприємства;

в) фактори, які впливають на діяльність підприємства ззовні, вони безпосередньо залежать від діяльності підприємства.

6 Діагностика – це:

а) ідентифікація об'єкта, предмета, явища або процесу реалізації комплексу дослідницьких процедур;

б) вивчення стану об'єкта для визначення його характеристик;

в) визначення стану об'єкта, предмета, явища чи процесу управління за допомогою реалізації комплексу дослідницьких процедур, які виявлятимуть у них невідповідні еталонному розвитку зміни.

7 Платоспроможність підприємства визначається:

а) наявністю у нього можливості і здатності своєчасно та повністю виконувати платіжні зобов'язання, що впливають з торгових;

б) наявністю у нього кредиторської заборгованості;

в) наявністю у нього дебіторської заборгованості.

8 Рентабельність підприємства – це:

а) показник ефективності використання основних засобів, що розраховується як відношення прибутку до середньої вартості основних засобів;

б) показник ефективності використання основних засобів, що розраховується як відношення прибутку до середньої вартості оборотних коштів;

в) показник ефективності використання основних засобів, що розраховується як відношення прибутку до середньої вартості заборгованості.

9 До етапів моделі кризового розвитку Л. Грейнера не відноситься етап розвитку:

а) заснований на творчості;

б) заснований на керівництві;

в) заснований на принципах.

10 До принципів антикризового управління не відноситься принцип:

а) передбачення;

б) зіставлення;

в) відповідності.

11 Рівні кризового стану – це:

- а) легкий, глибокий, нездоланий;
- б) легкий, середній, глибокий;
- в) легкий, середній, важкий.

12 Банкрутство – це:

а) визнана уповноваженим державним органом здатність боржника задовольнити в повному обсязі вимоги кредиторів та (або) виконати обов'язок щодо сплати обов'язкових державних платежів;

б) визнана уповноваженим державним органом нездатність боржника задовольнити в повному обсязі вимоги кредиторів та (або) виконати обов'язок щодо сплати обов'язкових державних платежів;

в) визнана уповноваженим державним органом здатність кредитора задовольнити в повному обсязі вимоги боржників та (або) виконати обов'язок по сплаті обов'язкових державних платежів.

13 До процедур банкрутства не відносяться:

- а) санація;
- б) ліквідація;
- в) емісія.

14 Процедура зовнішнього розпорядження майном боржника – це:

а) система заходів щодо спостереження, управління та розпорядження майном боржника з метою забезпечення збереження та ефективного використання майнових активів боржника та проведення аналізу його фінансового стану без втручання в його оперативно-господарську діяльність;

б) система заходів щодо спостереження, управління та розпорядження майном боржника з метою забезпечення збереження та ефективного використання майнових активів боржника та проведення аналізу його фінансового стану із правом втручання в його оперативно-господарську діяльність

в) система заходів щодо спостереження за майном боржника з метою забезпечення збереження та ефективного використання майнових активів боржника з правом втручання в його оперативно-господарську діяльність.

15 Під мировою угодою розуміється:

а) домовленість між боржником і кредиторами стосовно відстрочки, розстрочки, а також списання боргів;

б) домовленість між боржником і державними органами щодо списання боргів;

в) домовленість між державними органами і кредиторами стосовно відстрочки, розстрочки, а також списання боргів.

16 Процедура санації – це:

а) система заходів, спрямована на оздоровлення фінансово-господарського становища боржника, а також задоволення у повному обсязі або частково вимог кредиторів. Ці заходи здійснюються з метою запобігання визнання боржника банкрутом та його ліквідації шляхом кредитування, реструктуризації підприємства, боргів і капіталу та (або) зміни організаційно-правової та виробничої структури боржника;

б) система заходів, спрямована на зміну фінансово-господарського становища боржника;

в) система заходів, спрямована на оздоровлення фінансово-господарського становища кредиторів.

17 Оцінка майна базується на таких підходах:

а) витратному, дохідному, порівняльному;

б) витратному, дохідному, граничному;

в) майновому, дохідному, порівняльному.

18 Дохідний підхід засновано на тому, що:

а) вартість нерухомості, в яку вкладено капітал, не повинна відповідати поточній оцінці якості і кількості доходу, який ця нерухомість здатна принести;

б) вартість нерухомості, в яку вкладено капітал, повинна відповідати прогностичній оцінці якості і кількості доходу, який ця нерухомість здатна принести;

в) вартість нерухомості, в яку вкладено капітал, повинна відповідати поточній оцінці якості і кількості доходу, який ця нерухомість здатна принести.

19 Суть методу капіталізації полягає у:

а) визначенні величини щорічних доходів і відповідної цим доходам ставки капіталізації, на основі якої розраховується ринкова вартість компанії;

б) визначенні величини щоденних доходів і відповідної цим доходам ставки дисконту, на основі якої розраховується ринкова вартість компанії;

в) визначенні величини щорічних доходів і відповідної цим доходам ставки капіталізації, на основі якої розраховується ліквідаційна вартість компанії.

20 Ставка капіталізації – це:

а) відношення ринкової вартості об'єкта до принесеного їм чистого доходу;

б) відношення ліквідаційної вартості об'єкта до принесеного їм чистого доходу;

в) відношення вартості об'єкта до принесеному їм валового доходу.

21 Реверсія – це:

а) вартість нерухомості, що залишилася після припинення надходження доходів;

б) поточна вартість нерухомості на момент надходження доходів;

в) початкова вартість нерухомості.

22 Остаточна вартість об'єкта нерухомості буде дорівнювати:

а) відношенню поточної вартості прогнозованих грошових потоків до поточної вартості реверсії або залишкової вартості;

б) сумі поточної вартості прогнозованих грошових потоків та поточної вартості реверсії або залишкової вартості;

в) різниці між поточною вартістю прогнозованих грошових потоків і поточною вартістю реверсії або залишковою вартістю.

23 Витратний підхід передбачає:

а) оцінку вартості об'єкта на основі визначення витрат, необхідних для відтворення або заміщення об'єкта, з урахуванням його зношення;

б) оцінку вартості об'єкта на основі визначення майбутніх доходів;

в) оцінку вартості об'єкта як відношення вартості об'єкта до принесеного їм валового доходу.

24 Порівняльний підхід передбачає, що вартість підприємства визначається сумою, за яку вона:

а) може бути продана за наявності достатньо сформованого ринку;

б) не може бути продана;

в) може бути продана при визначенні майбутніх доходів.

25 Утилізаційна вартість – це:

а) вартість утилізованих активів підприємства, які повністю втратили свою первісну корисність внаслідок повного зношення;

б) вартість активів підприємства, які втратили свою первісну вартість внаслідок зношення;

в) ліквідаційна вартість активів підприємства.

Практичне завдання

Комплексна оцінка бізнесу

Задача 1. Оцінити ринкову вартість підприємства. Для цього необхідно проаналізувати та оцінити:

1) вартість споруд, в яких розташовано підприємство та які є його власністю;

2) вартість землі, що належить підприємству;

3) вартість обладнання підприємства за відтворювальною вартістю;

4) вартість гудвіла;

5) вартість ноу-хау підприємства.

За умов наявності таких вихідних даних:

1 Підприємство розташоване у двоповерховій цегляній будівлі площею 400 м², що потребує косметичного ремонту. Характеристику будівель-аналогів наведено в таблиці 6.1.

Таблиця 6.1 – Характеристика будівель-аналогів

Номер аналога	Фізичні характеристики	Стан будівель	Ціна, тис. грн
1	1-поверх. будівля, площа – 170 м ²	Потребує косметичного ремонту	90
2	1-поверх. будівля, площа – 230 м ²	Ідеальний стан	145
3	1-поверх. будівля, площа – 350 м ²	Потребує косметичного ремонту	270

2 Характеристику обладнання наведено в таблиці 6.2.

Таблиця 6.2 – Характеристика обладнання

Характеристика	Обладнання підприємства	Обладнання-аналог
Продуктивність шт./год	30	40
Строк служби, років	10	12
Ціна, тис. грн	?	39
Рентабельність		0,5
НДС, %		20
Ставка податку на прибуток, %		25

3 Гудвіл:

- вартість активів підприємства – 600 тис. грн;
- вартість зобов'язань – 510 тис. грн;
- прибуток до оподаткування – 55 тис. грн;
- середньогалузева рентабельність власного капіталу – 10 %;
- ставка капіталізації гудвіла – 22 %.

4 Земля:

- операційний дохід підприємства – 200 тис. грн;
- коефіцієнт капіталізації земельної ділянки – 10 %;
- коефіцієнт капіталізації споруди – 12 %.

5 Ноу-хау:

- підприємство володіє ноу-хау, використання якого дає можливість випуску продукції у кількості 10 млн шт./р.;
- витрати на виробництво одиниці продукції складають 6 грн;
- витрати праці складають 30 % собівартості продукції;
- за рахунок ноу-хау підприємство має можливість скоротити собівартість продукції на 0,7 грн на основі використання більш дешевих матеріалів та скорочення витрат праці на 10 %;
- за прогнозом ноу-хау буде діяти 5 років;
- ставка дисконту складає 14 %.

Методичні вказівки

1 Визначити вартості будівлі (B_6) на основі порівняльного підходу, з урахуванням поправок на відсутність ремонту.

2 Розрахувати вартість землі на основі дохідного підходу.

2.1 Обчислити дохід від використання споруди.

$$D_{\text{спор}} = B_{\text{спор}} \cdot K_{\text{спор}};$$

$$K_{\text{спор}} = K_{\text{пов.кап.}} + K_3,$$

де $B_{\text{стр}}$ – вартість будівлі (споруди);

$K_{\text{спор}}$ – коефіцієнт капіталізації споруди;

$K_{\text{пов.кап.}}$ – коефіцієнт повернення капіталу;

K_3 – коефіцієнт капіталізації землі.

2.2 Знайти залишок чистого операційного доходу.

$$\text{ЧОД}_3 = \text{ЧОД} - D_{\text{спор}},$$

де ЧОД – операційний дохід підприємства.

2.3 Залишкова вартість землі розраховується шляхом капіталізації остаточного чистого операційного доходу від використання землі

$$B_3 = \frac{\text{ЧОД}_3}{K_3}.$$

3 Визначити обладнання.

3.1 Повна собівартість аналогового об'єкта

$$P_c = \frac{(1 - \text{НДС}) \cdot (1 - \text{ПП} - K_{\text{рент}}) \cdot C_{\text{ан.об}}}{(1 - \text{ПП})},$$

де НДС – податок на додану вартість;

ПП – податок на прибуток;

$K_{\text{рент}}$ – рентабельність;

$C_{\text{ан.об}}$ – ціна аналогового об'єкта.

3.2 Повна вартість обладнання підприємства

$$P_{c_N} = P_c \cdot \frac{T_1}{T_2} \cdot \frac{Pr_1}{Pr_2},$$

де $T_{1,2}$ – строк служби обладнання;

$Pr_{1,2}$ – продуктивність обладнання.

3.3 Повна відтворювальна вартість обладнання об'єкта оцінки

$$B_N = \frac{(1 - \text{ПП}) \cdot P_{c_N}}{1 - \text{ПП} - K_{\text{рент}}}.$$

4 Знайти вартість гудвіла (дохідний підхід).

4.1 Чистий прибуток підприємства

$$\text{ПП} = \text{П} - \text{ПП},$$

де П – прибуток до оподаткування;

ПП – податок на прибуток.

4.2 Очікуваний чистий прибуток

$$\text{ЧП}_0 = (B_A - B_O) \cdot R_c,$$

де B_A – ціна активів підприємства;

V_0 – ціна обладнання підприємства;

R_c – рентабельність власного капіталу за галуззю.

4.3 Вартість гудвіла

$$B_G = \frac{ЧП - ЧП_0}{K_G},$$

де K_G – коефіцієнт капіталізації гудвіла.

5 Визначити вартість ноу-хау за допомогою витратного підходу.

5.1 Економія за рахунок матеріалів:

$$E_m = V \cdot E_m \% ,$$

де V – річний обсяг випускання продукції;

$E_m\%$ – відсоток зниження собівартості продукції за рахунок матеріалів.

5.2 Економія за рахунок трудових ресурсів.

5.3 Загальна економія визначається шляхом підсумовування економії за рахунок матеріалів та трудових ресурсів.

5.4 Вартість ноу-хау

$$B_{n-x} = E_{заг} \cdot FM4(k_d),$$

де $E_{заг}$ – загальна економія;

$FM4(k_d)$ – ануїтет;

k_d – коефіцієнт дисконтування.

6 Ринкова вартість підприємства:

$$B_{підпр.} = B_0 + B_3 + B_N + B_G + B_{n-x} .$$

Практичне заняття 7. ПРИКЛАДИ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ В УКРАЇНІ

Контрольні питання

- 1 Поняття «інформація».
- 2 Методи роботи з інформацією.
- 3 Інтелектуальна власність.
- 4 Комерційна таємниця.
- 5 Маніпуляція свідомістю.

Тести

1 До основних підходів визначення поняття «інформація» відноситься:

- а) традиційний і нетрадиційний;
- б) традиційний та імовірнісний;
- в) традиційний і покроковий.

2 За способами сприйняття інформація не класифікується як:

- а) тактильна;
- б) текстова;
- в) аудильна.

3 Інформація вважається достовірною, якщо вона:

- а) відображає справжній стан справ;
- б) не відображає справжній стан справ;
- в) відображає не справжній стан справ.

4 До властивостей інформації не відноситься:

- а) динамічність;
- б) інтенсивність;
- в) доступність.

5 Носій інформації – це:

а) середа або фізичне тіло для передачі, збереження і відтворення інформації;

б) процес, пов'язаний з отриманням, зберіганням, обробкою і передачею інформації;

в) середа, фізичне тіло або процес, пов'язані з отриманням, зберіганням, обробкою і передачею інформації.

6 Автентичність – це:

- а) збереження авторських прав;
- б) комерційна таємниця;
- в) патент.

7 Цілісність – це:

- а) схоронність авторських прав;
- б) схоронність інформації в початковому вигляді;
- в) доступність інформації тільки для певного кола осіб.

8 До каналів передачі інформації відносяться:

- а) формальні і неформальні;
- б) відкриті та закриті;
- в) лояльні і нелояльні.

9 До методів збору інформації не відносяться:

- а) легальні;
- б) нелегальні;
- в) неформальні.

10 До методів аналізу інформації належать:

- а) накопичувальний, метод ривка;
- б) спонукальний, метод пробудження;
- в) виконавчий, метод максимального прориву.

11 Метод управління доступом – це метод захисту інформації, який полягає у:

- а) протистоянні несанкціонованого доступу до інформації;
- б) створенні тільки фізичної перешкоди до інформації;
- в) захисті інформації на державному рівні за допомогою створення необхідної законодавчої бази.

12 До моделей захисту інформації не відноситься модель:

- а) Біба;
- б) Фрейда;

в) Гоген-Мезігера.

13 Термін «інтелектуальна власність» означає:

- а) всі назавжди передані особі ексклюзивні нематеріальні права;
- б) частково і тимчасово передані особі ексклюзивні нематеріальні права;
- в) всі тимчасово передані особі ексклюзивні нематеріальні права.

14 Під авторське право підпадає:

- а) оригінальний результат творчої діяльності, що існує у строго визначеній формі;
- б) оригінальний результат практичної діяльності, що існує у строго визначеній формі;
- в) оригінальний результат творчої діяльності, що існує в об'єктивній формі.

15 Товарний знак – це захист:

- а) позначень для індивідуалізації товарів або послуг;
- б) словесних позначень товарів або послуг;
- в) образотворчих позначень товарів або послуг.

16 Комерційна таємниця – це:

- а) інформація, що містить формули, процеси, розробки, інструменти, або збірники інформації, використовувані в бізнесі для випускання продукції;
- б) інформація, що містить формули, процеси, розробки, інструменти, або збірники інформації, використовувані в бізнесі для отримання переваги над конкурентами
- в) технології, використовувані в бізнесі для вироблення продукції.

17 До методів впливу на свідомість не відноситься:

- а) висока швидкість передачі інформації;
- б) повторення інформації;
- в) незвичайне трактування подій.

18 Дроблення або фрагментація як метод маніпулювання свідомістю має на увазі, що:

а) при великому наборі і високій швидкості транслявання інформації у загальному потоці робиться акцент на певній події; тоді інша інформація сприймається лише як інформаційний шум;

б) інформація, яка транслюється, є потоком не пов'язаних між собою, недостатньо значущих і численних повідомлень, а також яскравих візуальних образів. Між цими повідомленнями подається важлива інформація, яка і запам'ятовується;

в) з усієї інформації вибирається лише та, яка може тільки позитивно або тільки негативно висвітлити ту чи іншу подію. Використовується з метою перешкодити масам зрозуміти і осмислити суть подій.

19 Бумеранг-ефект як метод маніпулювання свідомістю передбачає, що:

а) перенасиченість ефіру рекламою того чи іншого продукту починає викликати роздратування аудиторії;

б) перше повідомлення про той чи інший факт, подію робить сильніший вплив на аудиторію, ніж наступні;

в) свідомо неправдиву інформацію подають як правдиву, причому правдива інформація має бути нейтральною, тоді вся інформація сприйматиметься як правдива.

20 Інформаційно-психологічна безпека – це:

а) стан захищеності окремих осіб та (або) груп осіб від будь-яких впливів і не пов'язаних з цим інших життєво важливих інтересів особистості, суспільства і держави в інформаційній сфері;

б) стан захищеності окремих осіб та (або) груп осіб від негативних інформаційно-психологічних впливів і пов'язаних з цим інших життєво важливих інтересів особистості, суспільства і держави в інформаційній сфері;

в) здійснення заходів з фізичного захисту індивідуума за допомогою формування ним захисних механізмів поведінки.

Практичне заняття 8. ПРОМИСЛОВИЙ ШПІОНАЖ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ

Контрольні питання

- 1 Історія економічної розвідки (ЕР).
- 2 Поняття та сутність ЕР.
- 3 Методика аналізу конкурентного становища в галузі.
- 4 Промисловий шпіонаж.

Тести

- 1 У складі економічної розвідки не бере участь:
 - а) промислова розвідка;
 - б) промисловий шпіонаж;
 - в) комерційна розвідка.

- 2 База даних розвідки підрозділяється на:
 - а) фактичні і стратегічні дані;
 - б) фізичні та промислові дані;
 - в) комерційні та промислові дані.

- 3 Оперативно-тактична інформація – це інформація:
 - а) мікроекономічна і макроекономічна;
 - б) макроекономічна;
 - в) мікроекономічна.

- 4 До умов визначення ефективності розвідки не відноситься:
 - а) критерій везіння;
 - б) критерій фізичного розвитку;
 - в) інтелектуальний критерій.

- 5 Первинна інформація – це:
 - а) інформація, що є відповіддю на конкретно поставлені питання;
 - б) інформація, що є відповіддю на всі поставлені питання;
 - в) вся можлива інформація про об'єкт.

- 6 Вторинна інформація – це:
 - а) інформація, що пройшла аналітичну обробку;

- б) вся можлива інформація про об'єкт;
- в) інформація, що є відповіддю на конкретно поставлені питання.

7 При аналізі інформації не використовується метод:

- а) факторного аналізу;
- б) контент-аналіз;
- в) ситуаційний аналіз.

8 Метод експертних оцінок використовується при:

- а) необхідності аналізу текстового документа;
- б) невистачанні інформації;
- в) оцінці тільки конкурентного становища підприємства.

9 Агресивна позиція у SPACE-аналізі має на увазі:

а) стан, характерний для стабільних, але слабкозростаючих галузей. Основна загроза – втрата конкурентоспроможності продукції;

б) стан, характерний для підприємств, що знаходяться у привабливій галузі з деякою невизначеністю обстановки. Основна загроза – для фінансового капіталу підприємства;

в) стан, характерний для підприємств, що знаходяться у привабливій галузі зі стабільним оточенням. Загрози не є значними.

10 Консервативна позиція у SPACE-аналізі має на увазі:

а) стан, характерний для стабільних, але слабкозростаючих галузей. Основна загроза – втрата конкурентоспроможності продукції;

б) стан, характерний для підприємств, що знаходяться у привабливій галузі з деякою невизначеністю умов. Основна загроза – для фінансового капіталу підприємства;

в) стан, характерний для підприємств, що знаходяться у привабливій галузі зі стабільним оточенням. Загрози не є значними.

11 Оборонна позиція в SPACE-аналізі має на увазі:

а) стан, характерний для стабільних, але слабкозростаючих галузей. Основна загроза – втрата конкурентоспроможності продукції;

б) стан, характерний для підприємства, що працює у привабливій галузі, але в якого низька конкурентоспроможність продукції і недостатньо фінансових коштів. Основна загроза – для конкурентоспроможності підприємства;

в) стан, характерний для підприємств, що знаходяться у привабливій галузі зі стабільним оточенням. Загрози не є значними.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1 Бачило, И.Л. Информационное право [Текст] / И.Л. Бачило, В.Н. Лопатин, М.А. Федотов; под ред. Б.Т. Топорина. – СПб.: Юридический центр Пресс, 2001. – 189 с.

2 Белорус, О. Императивы стратегии развития Украины в условиях глобализации [Текст] / О. Белорус // Экономика Украины. – 2002. – № 11. – С. 4-13.

3 Гапоненко, В.Ф. Экономическая безопасность предприятия. Подходы и принципы [Текст] / В.Ф. Гапоненко, А.А. Безпалько, А.С. Власков. – М.: Ось-89, 2007. – 208 с.

4 Данько, М.І. Вибір оптимальної інноваційної стратегії підприємств залізничного транспорту [Текст]: монографія / М.І. Данько, В.Л. Дикань, І.В. Воловельська. – Харків: УкрДАЗТ, 2013. – 172 с.

5 Данько, М.І. Забезпечення конкурентоспроможності національної мережі міжнародних транспортних коридорів [Текст]: монографія / М.І. Данько, В.Л. Дикань, А.В. Толстова. Харків: УкрДАЗТ, 2013 – 188 с.

6 Дикань, В.Л. Економічна безпека підприємства: Навчальний посібник [Текст] / В.Л. Дикань, І.В. Воловельська, О.В. Маковоз. – Харків: УкрДАЗТ, 2011. – 266 с.

7 Дикань, В.Л. Обеспечение конкурентоустойчивости предприятий [Текст]: монография / В.Л. Дикань. – Харьков: Основа, 1995.

8 Дикань, В.Л. Экономика предприятия [Текст]: учеб. пособие / В.Л. Дикань, Е.В. Шраменко, Н.В. Якименко. – Харьков: УкрГАЖТ, 2008. – 274 с.

9 Экономика труда [Текст]: учебник для вузов / В.Л. Дикань, Ю.Н. Юрченко, А.Г. Дейнека, И.В. Воловельская. – Харьков: Олант, 2002. – 120 с.

10 Доронин, А.И. Бизнес-разведка [Текст] / А.И. Доронин. – М.: Ось-89, 2002. – 288 с.

11 Духов, В.Е. Экономическая разведка и безопасность бизнеса [Текст] / В.Е. Духов. – К.: ИМСО МО Украины, НВФ «Студцентр», 1997. – 175 с.

12 Житомирский, В.С. Рейдерство: явление, причины, профилактика, защита [Текст] / В.С. Житомирский. – СПб., 2006. – 234 с.

13 О восстановлении платежеспособности должника или признании его банкротом [Электронный ресурс]: закон Украины от 14.05.1992 № 2343-ХІІ, в ред. Закона Украины от 30.06.99 р. № 784-ХІV. – Режим доступа: <http://zakon1.rada.gov.ua/>.

14 Про охорону прав на винаходи і корисні моделі [Електронний варіант]: закон України від 15.12.1993 р. № 3687-ХІІ. – Режим доступа: <http://zakon1.rada.gov.ua/>.

15 Про охорону прав на знаки для товарів і послуг [Електронний ресурс]: закон України від 15.12.1993р. №3689-ХІІ. – <http://zakon1.rada.gov.ua/>.

16 Про охорону прав на промислові зразки [Електронний варіант]: закон України від 15.12.93р. №3688-ХІІ. – <http://zakon1.rada.gov.ua/>.

17 Иванов, А. Экономическая безопасность предприятия [Текст] / А. Иванов, В. Шлыков. – М., 1995. – 265 с.

18 Иванюта, Т.М. Экономическая безопасность предприятия [Текст]: учеб. пособие (для студентов ВУЗов) / Т.М. Иванюта, А.О. Заичковский. – К.: Центр учеб. лит-ры, 2009. – 256 с.

19 Камінський, А.Б. Економічний ризик та методи його вимірювання [Текст] / А.Б. Камінський. – К.: Козаки, 2002. – 120 с.

20 Козаченко, Г.В. Экономическая безопасность предприятия: сущность и механизм обеспечения [Текст]:

монографія / Г.В.Козаченко, В.П Пономарев, А.М. Ляшенко. – К.: Либра, 2003. – 280 с.

21 Олифиров, А.В. Управление собственными рисками предприятия [Текст]: монография / А.В. Олифиров, Д.А. Бабкин. – Донецк: ДОННУЭТ, 2008. – 160 с.

22 Орлов, П.І. Основи економічної безпеки фірми [Текст]: навч. посібник / П.І. Орлов, В.Є. Духов. – Харків: Прометей-Прес, 2004. – 284 с.

23 Стратегия предприятия и стратегический менеджмент [Текст]: учеб. пособие / Ю.В. Соболев, В.Л. Дикань, А.Г. Дейнека, Л.А. Позднякова. – Харків: Олант, 2002. – 416 с.

24 Туник, И.Ю. Антирейдер [Текст]: пособие по противодействию корпоративным захватам / И.Ю. Туник, В.А. Поляков. – СПб., 2007. – 457 с.

25 Шкарлет, С.М. Економічна безпека підприємства: інноваційний аспект [Текст]: монографія / С.М. Шкарлет. – К.: Книж. вид-во НАУ, 2007. – 435 с.