

ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТРАНСПОРТУ

Кафедра економіки, організації і управління підприємством

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

до виконання контрольної роботи з дисципліни

«ЕКОНОМІЧНА ДІАГНОСТИКА»

Харків – 2013

Методичні вказівки розглянуто та рекомендовано до друку на засіданні кафедри економіки, організації і управління підприємством 26 серпня 2011 р., протокол № 1.

Методичні вказівки призначено для розвитку навичок самостійної і творчої праці студентів, а також закріплення теоретич«Економічна діагностика».

Методичні вказівки містять основні необхідні пояснення, поетапний порядок виконання завдань та перелік основної літератури з даної дисципліни – все це дає студентам потрібний обсяг знань, необхідний для виконання контрольної роботи.

Рекомендуються для студентів спеціальності “Економіка підприємства” усіх форм навчання.

Укладачі:

доц. В.О. Зубенко,
старш. викл. А.В. Толстова

Рецензент
доц. О.Г. Кірдіна

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

до виконання контрольної роботи з дисципліни

«ЕКОНОМІЧНА ДІАГНОСТИКА»

Відповідальний за випуск Толстова А.В.

Редактор Еткало О.О.

Підписано до друку 26.10.11 р.

Формат паперу 60x84 1/16. Папір писальний.

Умовн.-друк.арк. 1,0. Тираж 50. Замовлення №

Видавець та виготовлювач Українська державна академія залізничного транспорту,
61050, Харків-50, майдан Фейербаха, 7.

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

Зміст

Вступ.....	4
...	
Теоретична частина.....	5
Практична частина.....	6
Завдання 1. Діагностика конкурентного середовища підприємства.....	6
...	
Завдання 2. Оцінка стратегічного протистояння підприємств конкурентів.....	7
Завдання 3. Оцінка конкурентоспроможності підприємства...	10
Завдання 4. Комплексна оцінка конкурентоспроможності продукції.....	13
..	
Завдання 5. Фінансова діагностика.....	18
Вимоги до оформлення контрольної роботи.....	28
Вимоги до захисту контрольної роботи та іспиту.....	28
Питання до захисту контрольної роботи та іспиту.....	
Список літератури.....	30
.....	
Додаток А. Вихідні дані до вирішення завдання 3.....	32
.....	

Вступ

Контрольна робота з дисципліни „Економічна діагностика” є однією з форм роботи студента з даного курсу.

Її мета – закріплення знань студентів, розвиток навичок самостійної і творчої праці.

Контрольна робота складається з двох розділів: теоретичного та практичного.

Остання цифра залікової книжки студента є номером варіанта контрольної роботи.

Теоретичне завдання оформлюється у вигляді реферату за двома теоретичними питаннями, номери питань наведені в таблиці і обираються згідно з варіантом студента.

Обсяг одного теоретичного завдання складає 5–6 сторінок (розкрити тільки ключові аспекти). Для написання теоретичного питання студент повинен використати 3–4 джерела з відповідними посиланнями на них у тексті.

Номер останньої цифри шифру залікової книжки студента	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0
Номери теоретичні	1;11	2;1 2	3;1 3	4;1 4	5;1 5	6;1 6	7;1 7	8;1 8	9;1 9	10;2 0

Практичне завдання являє собою розв'язання трьох задач. Студенти, остання цифра шифру залікової книжки яких є непарним числом, виконують завдання 1, 4, 5, а парним – 2, 3, 5.

Методичною основою виконання завдань є ці методичні вказівки, конспект лекцій з дисципліни „Економічна діагностика”, а також підручники, навчальні посібники з дисципліни „Економічна діагностика”, перелік яких наведено наприкінці даних методичних вказівок, а також статті у фахових економічних виданнях („Економіка України”, „Економіст”, ”Фінанси України” та ін.).

Вихідними даними до завдання з фінансової діагностики є баланс і форма 2 „Звіт про фінансові результати” підприємства, де студент працює, або (за необхідністю) його видає керівник практичних занять.

Теоретична частина

1 Методичний апарат економічної діагностики та його використання на практиці.

2 Оцінка інтенсивності конкурентного протистояння в галузі (Реальна галузь).

3 Методика об'єднаного аналізу галузі та ринку. Побудова карти стратегічних груп (На прикладі реальної галузі).

4 Прогнозування ступеня конкурентоспроможності підприємства на основі динаміки конкурентного середовища.

5 Застосування SWOT-аналізу для оцінки конкурентоспроможності підприємства (На прикладі реального підприємства).

6 Методичні особливості оцінки конкурентоспроможності продукції відповідно до її призначення.

7 Аналіз конкурентоспроможності конкретного виду продукції споживчого вжитку (За вибором студента).

8 Використання ресурсів підприємства та резерви його поліпшення (За даними реального підприємства).

9 Методика оцінки гнучкості потенціалу підприємства.

- 10 Методика визначення реальної вартості підприємства.
- 11 Визначення реальної вартості підприємства на основі дохідного підходу.
- 12 Визначення реальної вартості підприємства на основі затратного підходу.
- 13 Оцінка ефективності системи менеджменту підприємства (На базі реального об'єкта).
- 14 Завдання і методичний апарат фінансової діагностики.
- 15 Звітність підприємства – інформаційна база фінансової діагностики.
- 16 Оцінка резервів поліпшення фінансового стану (На базі реального підприємства).
- 17 Критерії визначення кризового стану підприємства та шляхи його подолання.
- 18 Інтеграційна концепція підприємства та її роль у забезпеченні економічної безпеки підприємства.
- 19 Оцінка стану функціонування конкретного підприємства та шляхи підвищення його економічної безпеки.
- 20 Методика оцінки корпоративної культури підприємства.

Практична частина

Завдання 1. Діагностика конкурентного середовища підприємства

Виконати діагностику конкурентного середовища за даними таблиці 1.1.

Таблиця 1.1 – Вихідні дані до завдання 1.1

Підприємство	Загальна частка ринку									
	1-й вар.	2-й вар.	3-й вар.	4-й вар.	5-й вар.	6-й вар.	7-й вар.	8-й вар.	9-й вар.	10-й вар.
1	5	27,4	17,3	50,0	13,5	2	7	15	9	17
2	10	5,0	10,1	37,8	12,9	25	10	10	8	7
3	20	0,6	5,6	10,3	10,7	23	18	10	18	11

4	6	3,8	3,8	0,3	8,6	6	6	9	16,5	9
5	4	1,7	1,7	0,5	9,5	4	4	1	4	6
6	17	25,9	25,9	0,2	11,4	7	15	17	5	17
7	13	2,8	13,6	0,1	12,7	12	13	3	3	3
8	20	7,0	11,3	0,4	7,3	5	10	30	20	25
9	3	0,9	2,8	0,3	10,1	13	13	3	12,5	3,5
10	2	24,9	7,9	0,1	3,3	3	4	2	4	1,5

Методичні вказівки до вирішення завдання

Для аналізу та оцінки стану конкурентного середовища використовують методику антимонопольного комітету Росії. Згідно з нею перш за все визначаються продуктові межі товарного ринку; далі виконується структурний аналіз товарного ринку (встановлюється чисельність товаровиробників та частка кожного у загальному обсязі реалізації товарів). Потім на основі структурного аналізу розраховуються кількісні показники концентрації ринку; коефіцієнт та індекс ринкової концентрації.

Коефіцієнт ринкової концентрації розраховується як відношення обсягу реалізації продукції провідними (найбільшими) товаровиробниками (як правило, беруться до уваги три найбільших товаровиробники) до загального обсягу реалізації продукції на ринку

$$R_{p.k} = \frac{Q'}{Q} \times 100\%, \quad (1.1)$$

де ... Q – загальний обсяг реалізації;

Q' – обсяг реалізації продукції провідними виробниками.

Індекс ринкової концентрації може розраховуватися різними методами: зокрема методика, що розглядається, передбачає застосування індексу Хердгіндаля – Хірцсмана, що визначається як сума квадратів часток ринку кожного товаровиробника:

$$Y_{HH} = h^2_1 + h^2_2 + \dots + h^2_i + \dots + h^2_n, \quad (1.2)$$

де i – ознака товаровиробника;

h – частка, %.

Згідно зі значеннями коефіцієнта індексу ринкової концентрації виділяються три типи ринку:

а) висококонцентрований:

$$K_{p-k} \geq 70\%, Y_{nn} \geq 2000;$$

б) помірноконцентрований:

$$45\% \leq K_{p-k} < 70\%, 1000 \leq Y_{nn} < 2000;$$

в) низькоконцентрований

$$K_{p-k} < 45\%; Y_{nn} < 1000.$$

Тип ринку характеризує ступінь інтенсивності конкурентної боротьби у межах галузі і є визначальною обставиною для вироблення конкурентної стратегії підприємства.

Завдання 2. Оцінка стратегічного протистояння підприємств – конкурентів

Метод порівняльної комплексної оцінки господарської діяльності.

Визначити рейтинг підприємств галузі методом відстаней за даними таблиці 2.1. Для вирішення завдання темпи приросту перетворити на темпи росту.

Таблиця 2.1 – Вихідні дані

Варі-ант	Підприєм-ство	Темпи приросту, %				
		витрат на 1 грн товарної продукції	продуктивност і праці	матеріало - місткості продукції	фондовід - дачі	періоду обертання поточних активів
1	2	3	4	5	6	7
1	1	-0,85	16,7	1,75	14,7	-22,5
	2	-1,67	8,7	1,80	14,4	-13,4

	3	+0,58	9,9	0,95	8,5	-4,4
	4	+2,14	10,3	0,80	8,7	+14,4
	5	+2,63	3,2	0,65	15,8	-4,1
2	1	-0,94	11,4	0,42	9,2	-19,0
	2	+1,62	2,4	0,34	8,4	-20,1
	3	+1,08	4,8	0,56	7,3	-15,4
	4	+1,52	6,2	0,72	6,5	-16,4
	5	-0,62	7,4	0,94	10,4	-17,8
3	1	-0,21	8,8	1,24	11,4	-5,4
	2	+0,20	10,2	0,94	12,6	-6,8
	3	+0,40	11,8	1,36	12,8	-4,8
	4	+0,50	14,6	0,21	12,9	-10,6
	5	+1,62	15,8	0,32	13,6	-5,8

Продовження таблиці 2.1

4	2	3	4	5	6	7
	1	+2,10	16,7	0,49	13,2	-8,8
	2	+2,25	2,5	0,56	7,6	-9,4
	3	-0,62	3,4	0,39	7,8	-5,6
	4	-0,72	7,6	0,64	8,4	-20,1
5	5	+1,20	6,4	0,71	8,5	-11,2
	1	+0,42	8,2	0,32	9,8	+10,8
	2	+2,10	10,6	0,21	11,6	-10,4
	3	+1,72	8,4	0,25	12,8	-21,6
	4	+1,42	3,5	0,64	11,9	-18,6
6	5	+1,02	5,2	0,72	12,8	-16,8
	1	+0,92	3,4	0,21	13,7	-17,9
	2	+1,21	3,8	0,12	7,1	-19,1
	3	+1,11	4,6	0,42	6,4	+12,8
	4	-1,82	6,2	0,52	12,2	+6,4
7	5	+2,92	7,6	0,68	12,8	-10,8
	1	+2,20	9,0	0,72	12,4	-8,6
	2	+1,92	8,2	1,94	11,4	-5,4
	3	+1,54	5,1	0,32	10,9	-6,1
	4	+1,83	2,1	0,36	10,6	-7,8
	5	+1,24	1,1	0,40	9,4	-14,1

8	1	+1,15	1,4	0,68	9,8	-15,2
	2	+1,15	1,4	0,68	12,8	-10,2
	3	+1,15	1,4	0,68	9,8	-2,2
	4	-1,10	1,8	0,98	9,2	-15,2
	5	-1,82	6,2	0,52	12,7	+6,9
9	1	+5,20	8,0	0,72	10,9	-1,6
	2	+1,92	2,2	1,94	11,4	-1,4
	3	+4,09	3,1	1,32	10,9	-6,9
	4	+3,13	2,1	0,36	6,9	-2,8
	5	+2,24	6,1	1,40	9,4	-19,1
10	1	+0,31	9,8	32,24	1,2	5,4
	2	+1,20	10,2	0,94	2,6	6,0
	3	+7,40	1,8	1,36	2,8	1,8
	4	+0,50	4,6	5,21	2,1	10,6
	5	+1,02	2,8	1,00	3,1	2,8

Методичні вказівки до розв'язання завдання

Господарську діяльність підприємства можна охарактеризувати системою показників, тобто здійснити комплексний аналіз. Як правило, в аналізі господарської діяльності розглядають кожну групу показників окремо, характеризують показники, розкладають їх на чинники, застосовують методи прямого детермінованого аналізу.

Однак у практичній діяльності часто виникають ситуації, коли необхідно одночасно й обґрунтовано вивчити сукупність показників. У таких випадках використовують метод відстаней, який базується на просторовій уяві людини. Кожний з досліджуваних об'єктів може бути поданий як точка в n – вимірному просторі. Визначивши відстань між точками i зіставивши їх, можна визначити, яке підприємство краще. Для визначення відстані між точками необхідно знати характеристику n – вимірного простору, координати точок, точку – еталон, n – вимірний простір обмежується числами показників, наведеними в комплексному завданні (у нашому випадку $n = 5$). Координати точок α_{ij} – кількісні значення показників для кожного підприємства. Точка-еталон α_i відповідає умовному підприємству, показники якого є найкращими.

$$\alpha_1 = _ ; \alpha_2 = _ ; \alpha_3 = _ ; \alpha_4 = _ ; \alpha_5 = _ .$$

Відстань j -го підприємства від точки еталона визначається за формулою

$$\rho_j = \sqrt{\sum_{i=1}^n \left(1 - \frac{a_{ij}}{a_i}\right)^2} . \quad (2.1)$$

Відносна оцінка i -го показника розраховується за такими формулами:

$$\frac{a_{ij}}{a_i} = \frac{\Pi_i}{\Pi_{max}} , \quad (2.2)$$

якщо більше значення показника краще;

$$\frac{a_{ij}}{a_i} = \frac{\Pi_{min}}{\Pi_i} , \quad (2.3)$$

якщо менше значення показника краще,

де Π_i – значення i -го показника;

Π_{min} – найменше значення показника (коефіцієнта) з усієї кількості порівнюваних підприємств (або за весь аналізований період, якщо наявні дані, що характеризують у динаміці тільки одне підприємство);

Π_{max} – найбільше значення показника (коефіцієнта) з усієї кількості порівнюваних підприємств (або за весь аналізований період).

Розрахунок відносної оцінки i -го показника зводять у таблицю 2.2.

Таблиця 2.2 – Розрахункова таблиця

Господарство	$\frac{a_{1j}}{a_1}$	$\frac{a_{2j}}{a_2}$	$\frac{a_{3j}}{a_3}$	$\frac{a_{4j}}{a_4}$	$\frac{a_{5j}}{a_5}$
1					
2					
3					
4					

5					
---	--	--	--	--	--

Для кожної частки знаходимо доповнення до одиниці, зводимо його в квадрат. Підсумовуємо елементи по кожному рядку і визначаємо ρ . Розрахунок оформляємо в таблицю 2.3.

Таблиця 2.3 – Визначення ρ для наведених господарств

Господарство	$(1 - \frac{a_{1j}}{a_1})^2$	$(1 - \frac{a_{2j}}{a_2})^2$	$(1 - \frac{a_{3j}}{a_3})^2$	$(1 - \frac{a_{4j}}{a_4})^2$	$(1 - \frac{a_{5j}}{a_5})^2$	$\sum_{i=1}^n \left(1 - \frac{a_{ij}}{a_i}\right)^2$	ρ
1							
2							
3							
4							
5							

Кращим буде те підприємство, величина ρ якого буде найменшою в даній сукупності.

Завдання 3. Оцінка конкурентоспроможності підприємства

Здійняти аналіз конкурентоспроможності підприємств на основі аналітичного і графічного способів її оцінки за даними таблиці А.1.

Методичні вказівки до розв'язання завдання

Аналітична оцінка конкурентоспроможності підприємства

Аналітичний спосіб оцінки конкурентоспроможності підприємства на ринку передбачає побудову матриці конкурентоспроможності підприємства у вигляді таблиці 3.1.

Таблиця 3.1 – Матриця оцінки конкурентоспроможності підприємства на ринку

Фактор конкурентоспроможності	Інтегральний факторний показник підприємства I_i									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Становище на ринку										
Товар										
Виробничий потенціал										

Продовження таблиці 3.1

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Методи товароруху										
Можливості збуту										
Сумарна оцінка S										
Коефіцієнт конкурентоспроможності $КС$										

Інтегральний факторний показник I_i кожного з підприємств визначається як добуток параметричної одиничної експертної оцінки підприємства i рангу аналізованого фактора:

$$I_i = g_i \cdot R_i, \quad (3.1)$$

де I_i - інтегральний факторний показник;

g_i - параметрична одинична експертна оцінка;

R_i - ранг аналізованого фактора.

Наступним кроком в оцінці конкурентоспроможності підприємства є сумарна оцінка S_i , яка розраховується по всіх інтегрованих факторних показниках для кожного підприємства:

$$S_i = \sum_{i=1}^n I_i, \quad (3.2)$$

де S_i - сумарна оцінка;

I_i - інтегральний факторний показник;

n – кількість факторів конкурентоспроможності.

Коефіцієнт конкурентоспроможності КС розраховується як відношення їх сумарної оцінки до максимального рівня сумарної оцінки підприємства:

$$КС = \frac{S_i}{S_{\max}}, \quad (3.3)$$

де КС - коефіцієнт конкурентоспроможності;

S_i - сумарна оцінка;

S_{\max} - максимальна сумарна оцінка підприємства.

Згідно зі значеннями коефіцієнта конкурентоспроможності підприємство дотримується стратегій, наведених у таблиці 3.2.

Таблиця 3.2 – Стратегії підприємств відповідно до коефіцієнта конкурентоспроможності

Значення коефіцієнта конкурентоспроможності	Стратегія підприємства
КС=1	Лідер
0,9<КС<1	Послідовник
0,5<КС<0,9	Ринковий претендент
КС<0,5	Новачок

Найбільш конкурентоспроможним буде підприємство, коефіцієнт конкурентоспроможності якого буде найбільшим.

Графічна оцінка конкурентоспроможності підприємства

Графічний спосіб подання рівня конкурентоспроможності підприємства базується на побудові багатокутника конкурентоспроможності на відповідній діаграмі (рисунок 3.1).

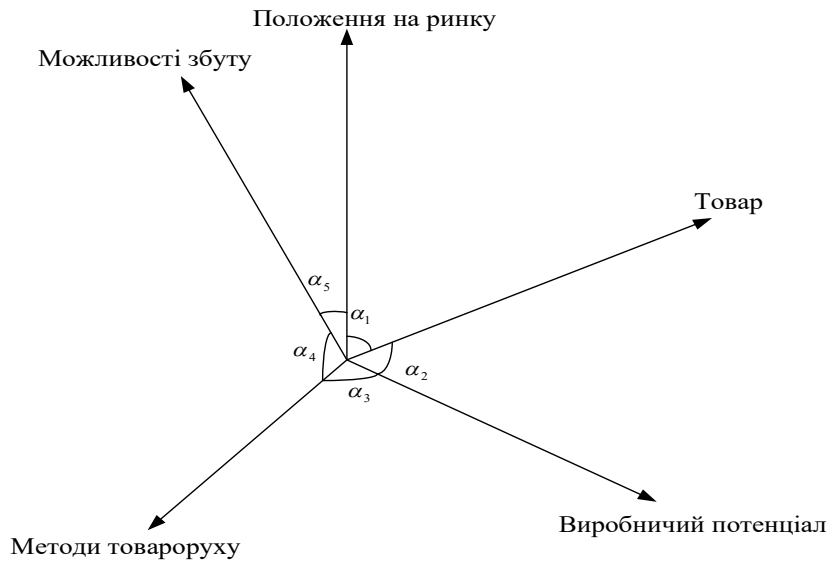


Рисунок 3.1 – Діаграма для побудови багатокутника конкурентоспроможності підприємства

Підприємству, яке має найбільший рівень конкурентоспроможності, буде відповідати багатокутник з максимальною площею S_i . Якщо проводити осі, на яких позначаються рівні значень кожного з досліджуваних факторів і під рівними між собою кутами α_i , то площу багатокутника можна обчислити за формулою

$$S_i = \frac{1}{2} \sum_{i=1}^n g_i \cdot g_{i+1} \cdot \sin \alpha_i, \quad (3.4)$$

де S_i – площа багатокутника;

g_i – значення i -го інтегрального факторного показника за кожним оцінюваним фактором підприємства;

α_i – кути, під яким проводяться осі, на яких відкладаються значення кожного з досліджуваних факторів.

$$\alpha_i = 360^\circ \cdot R_i, \quad (3.5)$$

де R_i – ранг аналізованого фактора.

Завдання 4. Комплексна оцінка конкурентоспроможності продукції

Проаналізувати ринок однорідної за своїми споживчими властивостями продукції п'яти підприємств, якщо на ньому панує жорстка цінова конкуренція. Умови входження продукції на ринок наведені в таблиці 4.1. Експертна оцінка товарів-аналогів на ринку наведена в таблиці 4.2. Значення вагомості кількісних та якісних показників конкурентоспроможності продукції на ринку наведені в таблиці 4.3. За наведеними в таблицях характеристиками продукції різних підприємств необхідно визначити її користь, конкурентоспроможність, ринкову силу, а також внутрішні і зовнішні конкурентні переваги.

Таблиця 4.1 – Умови входження на ринок

Характеристика	Бажане значення	Нормативне значення	Тип характеристики за запропонованою класифікацією
1	2	3	4
Ціна споживання, грн/од.	100	125	
Ціна експлуатації, грн/од.	0	25	
Імідж продукції, частка од.	0,9	0,8	
Дизайн, частка од.	0,8	0,7	
Режим роботи, год/добу	10	8	
Гарантійний строк, рр.	3	1	
Робочий простір, м ³	20	15-25	
Навантаження, од/особ.	100	100-150	
Потужність, т/р.	150	120-160	
Викид шкідливих речовин, г/м ³	20	28	

Таблиця 4.2 – Характеристика продукції на ринковому сегменті

Характеристика	Підприємство				
	1	2	3	4	5
Ціна споживання, грн/од.	100	112	124	125	114
Ціна експлуатації, грн/од.	12	8	15	20	10
Імідж продукції, частка од.	0,9	0,9	0,9	0,9	0,8
Дизайн, частка од.	0,7	0,7	0,7	0,8	0,8
Режим роботи, год/доб	10	8	9	4	5
Гарантійний строк, рр.	1	3	2	1	2
Робочий простір, м ³	21	25	18	18	19
Навантаження, од/особ.	100	100	120	110	105
Потужність, т/р.	120	120	140	150	160
Викид шкідливих речовин, г/м ³	22	24	20	28	26

Таблиця 4.3 – Значення вагомості кількісних та якісних показників конкурентоспроможності продукції на ринку

Варіант	Вагомість товарних атрибутів для оцінки продукції споживачем												
	Ціна споживання	Ціна експлуатації	Якість продукції	Якість продукції				Експлуатаційні характеристики		Технічні характеристики			
				Імідж продукції	Дизайн	Експлуатаційні характеристики	Технічні характеристики	Режим роботи	Гарантійний строк	Робочий простір	Навантаження	Потужність	Викид шкідливих речовин
1	0,35	0,25	0,40	0,35	0,30	0,20	0,15	0,30	0,70	0,30	0,30	0,20	0,20
2	0,30	0,20	0,50	0,10	0,10	0,70	0,10	0,25	0,75	0,10	0,20	0,30	0,40
3	0,25	0,40	0,35	0,20	0,10	0,55	0,15	0,15	0,85	0,70	0,10	0,10	0,10
4	0,28	0,12	0,60	0,10	0,05	0,75	0,10	0,12	0,88	0,50	0,25	0,15	0,10
5	0,32	0,28	0,40	0,05	0,05	0,50	0,40	0,70	0,30	0,10	0,20	0,30	0,40
6	0,32	0,28	0,40	0,35	0,30	0,20	0,15	0,12	0,88	0,50	0,20	0,30	0,40
7	0,35	0,25	0,40	0,10	0,10	0,70	0,10	0,15	0,85	0,70	0,25	0,15	0,10

8	0,30	0,20	0,50	0,20	0,10	0,55	0,10	0,12	0,88	0,30	0,30	0,20	0,20
9	0,25	0,40	0,35	0,10	0,05	0,75	0,10	0,70	0,30	0,70	0,10	0,10	0,10
10	0,28	0,12	0,60	0,05	0,05	0,50	0,40	0,30	0,70	0,10	0,20	0,30	0,40

Методичні вказівки до розв'язання завдання

Під час комплексної оцінки слабкі сторони продукції можуть бути компенсовані сильними. Для порівняння різних видів продукції використовують адаптивні критерії. Як інтегральний показник для порівняння доцільно використовувати функцію корисності товару.

При комплексній оцінці товару загальну користь від придбання одиниці продукції визначають за формулою

$$U = d_1 \cdot C + d_2 \cdot Q, \quad (4.1)$$

де U – загальна користь від придбання одиниці продукції;

C , Q – показники, які характеризують ступінь відповідності вартісних і якісних характеристик оцінюваного продукції;

d_1 , d_2 – коефіцієнти, які вказують на вагомість C , Q .

Для коефіцієнтів вагомості вартісних та якісних характеристик продукції d_1 , d_2 повинні задовільнятися вимоги оцінки:

$$0 \leq d_1 \leq 1; \quad 0 \leq d_2 \leq 1; \quad d_1 + d_2 = 1.$$

При оцінці вартості продукції споживач аналізує ціну її споживання, яка складається з ціни придбання та ціни експлуатації.

Показник, який характеризує відповідність вартісних параметрів продукції вимогам споживача, слід розраховувати за формулою

$$C = c_1 \cdot g_n + c_2 \cdot g_e, \quad (4.2)$$

де c_1 – вагомість характеристики „ціна придбання”;

c_2 – вагомість характеристики „ціна експлуатації”;

g_n – одиничний параметричний показник, що оцінює відповідність ціни придбання продукції бажаному для споживача значенню;

g_e – одиничний параметричний показник, що оцінює відповідність ціни експлуатації продукції бажаному для споживача значенню.

$$g_n = \frac{C_n^{\max} - C_n}{C_n^{\max} - C_n'}, \quad (4.3)$$

$$g_e = \frac{C_e^{\max} - C_e}{C_e^{\max} - C_e'}, \quad (4.4)$$

де C_n^{\max} – максимально можливе значення ціни придбання продукції на ринку;

C_e^{\max} – максимально можливе значення ціни експлуатації продукції за визначений період;

C_n' – бажана споживачем ціна придбання продукції;

C_e' – бажана споживачем ціна експлуатації продукції;

C_n – реальна ціна придбання продукції;

C_e – реальна ціна експлуатації продукції.

$$C_n \leq C_n^{\max}; \quad C_e \leq C_e^{\max}$$

Показник, що характеризує відповідність якісних параметрів продукції вимогам споживачів Q , визначається так:

$$Q = \sum_{k=1}^K \alpha_k \sum_{i=1}^l \alpha_i g_i, \quad (4.5)$$

де k – визначений атрибут продукції;

K – кількість оцінюваних споживачем атрибутів продукції;

i – визначена товарна характеристика;

l – кількість характеристик, що формують визначений атрибут;

α_k – вагомість k -го атрибуту;

α_i – вагомість i -ї характеристики в оцінюваному атрибуті;

g_i – одиничний параметричний показник якості товару, що оцінює відповідність якості продукції бажаному для споживача значенню.

Одиничні параметричні показники якості g_i поділяють на п'ять груп (таблиця 4.4).

Таблиця 4.4 – Групи одиничних параметричних показників якості

Група	Характеристика	Формула для розрахунку
I	Показники, підвищення значення яких є бажаним для споживача	$g_i^1 = \frac{P_i - P_i^{\min}}{P_i' - P_i^{\min}},$ при $P_i \geq P_i^{\min}$
II	Показники, зменшення значення яких є бажаним для споживача	$g_i^2 = \frac{P_i^{\max} - P_i}{P_i^{\max} - P_i'},$ при $P_i \leq P_i^{\max}$
III	Показники, наявність яких є бажаною для споживача	1 Якщо показник наявний в аналізованому виді товару, то $g_i^3 = 1$ 2 Якщо показника немає – $g_i^3 = 0$
IV	Показники, відсутність яких є бажаною для споживача	1 Якщо показника немає – $g_i^4 = 1$ 2 Якщо показник наявний – $g_i^4 = 0$
V	Показники, відхилення значення яких в обидві сторони від нормативного обумовленого якісного показника є неприпустимим для	Умовою входження товару на ринок є: $P_i^{\min} < P_i \leq P_i^{\max}$, 1) якщо $P_i \geq P_i'$, то $g_i^5 = g_i^2 = \frac{P_i^{\max} - P_i}{P_i^{\max} - P_i'}$, 2) якщо $P_i < P_i'$, то

	СПОЖИВАЧА $g_i^5 = g_i^1 = \frac{P_i - P_i^{\min}}{P_i' - P_i^{\min}}$
Примітки де $P_i^{\min}; P_i^{\max}$ – мінімальне, максимальне значення якісного і-го параметра, при якому товар допускається на ринок. P_i' – значення якісного і-го параметра, при якому споживач повністю задовольняє свої потреби. $P_i \geq P_i'$ – реальне значення якісного і-го параметра аналізованої продукції	

Після визначення групи, до якої належать дані за умовою характеристики, розрахунки параметричних показників зводять у таблицю 4.5.

Таблиця 4.5 – Значення параметричних показників відповідності продукції вимогам споживача g_i

Характеристика	Підприємство				
	1	2	3	4	5
Ціна споживання, грн/од.					
Ціна експлуатації, грн/од.					
Імідж продукції, частка од.					
Дизайн, частка од.					
Режим роботи, год/доб					
Гарантійний строк, рр.					
Робочий простір, м ³					
Навантаження, од/особ.					
Потужність, т/р.					
Викид шкідливих речовин, г/м ³					

За умовами використання продукції на ринку необхідно визначити її експлуатаційні характеристики, технічні характеристики та її якість.

Експлуатаційні характеристики формують такі параметри, як режим роботи та гарантійний строк. Технічні характеристики – робочий простір, навантаження, потужність, викид шкідливих речовин. Якість продукції формується за рахунок іміджу продукції, дизайну, експлуатаційних характеристик та технічних характеристик.

Розрахунок одиничної користі продукції зводять у таблицю 4.6.

Таблиця 4.6 – Значення одиничної користі продукції за умов комплексної оцінки

Характеристика	Підприємство				
	1	2	3	4	5
Ціна споживання, грн/од.					
Ціна експлуатації, грн/од.					
Імідж продукції, частка од.					
Дизайн, частка од.					
Експлуатаційна характеристика $U_{\text{екс.хар.}}$					
Технічна характеристика $U_{\text{тех.хар.}}$					
Якість Q					
Одинична користь U					

Експлуатаційна й технічна характеристики визначають як суму добутків одиничних параметричних показників на їх вагомість характеристик, що їх формують.

На основі ранжування продукції за показниками одиничної користі визначаємо коефіцієнт конкурентоспроможності:

$$KC_i = \frac{U_i}{U_{\max}}, \quad (4.6)$$

де KC_i – коефіцієнт конкурентоспроможності і-го підприємства;

U_i – одинична користь і-го підприємства;

U_{\max} – максимальна одинична користь.

Згідно зі значеннями одиничної користі, коефіцієнта конкурентоспроможності продукції ми можемо обрати найбільш конкурентоспроможну продукцію та стратегію, якої повинні притримуватися підприємства (таблиця 4.7).

Таблиця 4.7 – Стратегії підприємств відповідно до коефіцієнта конкурентоспроможності

Значення коефіцієнта конкурентоспроможності	Стратегія підприємства
$КС=1$	Лідер
$0,9 < КС < 1$	Послідовник
$0,5 < КС < 0,9$	Ринковий претендент
$КС < 0,5$	Новачок

Завдання 5. Фінансова діагностика

Необхідно проаналізувати фінансовий стан підприємства, а саме:

- наявність, структуру і використання необоротних активів;
- наявність, структуру і використання оборотних коштів;
- стан розрахунків по дебіторській і кредиторській заборгованості;
- наявність, структуру і динаміку власних і позикових джерел формування засобів;
- фінансову стійкість підприємства;
- платоспроможність і ліквідність підприємства;
- фінансові результати роботи підприємства;
- резерви прискорення оборотності оборотних коштів.

Використовуючи дані бухгалтерського балансу та форми 2 - "звіту про фінансові результати" (по тому підприємству, де студент працює, або за даними викладача), виконати необхідні розрахунки і результати їх відобразити в таблицях 5.1 – 5.7. Аналіз отриманих результатів викласти у висновках до таблиць. Сформулювати

загальні висновки про фінансовий стан підприємства і напрямки його поліпшення.

Методичні вказівки до розв'язання завдання

5.1 Оцінка господарських засобів підприємства

Загальна оцінка господарських засобів підприємства припускає розгляд таких питань:

- наявність господарських засобів підприємства і їхня зміна за аналізований період;
- склад господарських засобів і зміна їхньої структури за аналізований період;
- ступінь раціональності використання господарських засобів підприємства в аналізованому періоді;
- виробничий потенціал підприємства.

Ефективність використання господарських засобів підприємства в цілому оцінюється коефіцієнтом ефективності використання засобів, який розраховується як відношення суми валового прибутку до загальної суми господарських засобів підприємства.

Інтенсивність використання господарських засобів підприємства виражає показник їх обіговості, який розраховується як відношення виторгу від реалізації продукції до загальної суми господарських засобів. Коефіцієнт обіговості показує, скільки разів на рік здійснюється повний цикл виробництва та обороту.

Для характеристики динаміки, структури і показників використання господарських засобів складають таблицю 5.1.

Таблиця 5.1 – Господарські засоби підприємства, їх структура і ефективність використання

Показник	На початок року		На кінець року		Зміна		Темп росту
	тис. грн	відсоток до підсумку	тис. грн	відсоток до підсумку	тис. грн	відсоток до підсумку	%

1	2	3	4	5	6	7	8
Основні засоби							
Нематеріальні активи							

Продовження таблиці 5.1

1	2	3	4	5	6	7	8
Оборотні кошти							
Разом господарських засобів							
Виторг від реалізації продукції		-		-		-	
Прибуток валовий		-		-		-	
Коефіцієнт ефективності використання засобів		-		-		-	-
Коефіцієнт оборотності господарських засобів		-		-		-	-

Після даної таблиці обов'язково надати висновок.

5.2 Аналіз стану і використання необоротних активів підприємства

У ході аналізу необхідно визначити:

- наявність необоротних активів і їхню зміну за аналізований період;
- коефіцієнти зносу і придатності основних засобів і їхню зміну;
- фондвіддачу і її зміну;
- коефіцієнт оборотності і його зміну.

Основні засоби в бухгалтерському балансі показують за первісною і залишковою вартістю. Так само відображається сума їхнього зносу.

Зміна величини основних фондів може викликатися надходженням на підприємство основних засобів чи вибуття їх, зміною їхньої вартості у зв'язку з уточненням, а також у випадку переоцінки.

Коефіцієнт зносу основних фондів визначається відношенням суми нарахованого зносу до первісної вартості основних засобів. Коефіцієнт придатності нараховується як відношення залишкової вартості основних засобів до первісної. Ці показники розраховуються у відсотках. Порівняння зношеності основних фондів на початок і кінець періоду характеризує зношеність основних фондів протягом звітного періоду їх експлуатації.

Фондовіддача характеризує ефективність використання основних засобів на підприємстві. Фондовіддача у віртисному вираженні визначається відношенням суми обсягу реалізації продукції до залишкової вартості основних виробничих фондів.

Коефіцієнт оборотності необоротних активів розраховується як відношення виручки від реалізації продукції до залишкової вартості необоротних активів. Він показує число оборотів даного виду засобів протягом звітного періоду.

У складі нематеріальних активів наявне програмне забезпечення ПЕОМ. На нематеріальні активи також нараховується знос. Підвищення або зменшення первісної вартості нематеріальних активів може відбуватися за рахунок їх придбання або реалізації.

Розрахунки виконують у таблиці 5.2.

Таблиця 5.2 – Стан і використання необоротних активів підприємства

Показник	На початок року	На кінець року	Зміна	Темп росту, %
1	2	3	4	5
Основні засоби, тис. грн:				
первісна вартість				
знос				
залишкова вартість				

Нематеріальні активи, тис. грн:				
первісна вартість				
знос				
залишкова вартість				

Продовження таблиці 5.2

1	2	3	4	5
Усього необоротних активів, тис. грн:				
первісна вартість				
знос				
залишкова вартість				
Коефіцієнт зносу основних засобів				
Коефіцієнт придатності основних засобів				
Обсяг реалізації продукції, тис. грн				
Прибуток валовий, тис. грн				
Фондовіддача, грн/грн				
Коефіцієнт оборотності необоротних активів				

Після даної таблиці обов'язково надати висновок.

5.3 Аналіз оборотних засобів

5.3.1 Оцінка складу, динаміки і показників використання оборотних засобів

Узагальнюючим показником ефективності використання оборотних засобів є їхня оборотність.

Для вимірювання обертання оборотних засобів використовують такі показники:

1) коефіцієнт оборотності запасів і витрат: відношення собівартості реалізованої продукції до суми оборотних засобів у запасах і витратах;

2) час обертання запасів і витрат: відношення тривалості звітного періоду (360 днів) до коефіцієнта оборотності запасів і витрат;

3) коефіцієнт оборотності рахунків дебіторів: відношення виручки від реалізації продукції до величини дебіторської заборгованості;

4) час обертання рахунків дебіторів: відношення тривалості звітного періоду до коефіцієнта оборотності рахунків дебіторів;

5) операційний цикл: сума часу обертання рахунків дебіторів і часу обертання запасів і витрат.

Операційний цикл показує, протягом якого часу оплачуються рахунки дебіторів і реалізуються запаси, тобто час, протягом якого оборотні засоби в запасах і розрахунках перетворюються на готівкові грошові засоби.

Прискорення обертання оборотних засобів, яке виражається у підвищенні коефіцієнтів оборотності та скороченні часу обертання, позитивно впливає на результати діяльності підприємства: чим швидше обертаються оборотні засоби, тим менше їх потрібно при даному обсязі господарської діяльності.

Для оцінки складу, динаміки й показників використання оборотних засобів складають таблицю 5.3.

Таблиця 5.3 – Структура і динаміка, показники використання оборотних засобів

Показник	На початок року		На кінець року		Зміна		Темп росту
	тис. грн	відсоток до підсумку	тис. грн	відсоток до підсумку	тис. грн	відсоток до підсумку	%
	2	3	4	5	6	7	8
Запаси і витрати							

Грошові кошти і вкладення							
Розрахунки з дебіторами							
Інші оборотні активи							

Продовження таблиці 5.3

1	2	3	4	5	6	7	8
Усього оборотних активів							
Виторг від реалізації продукції							
Собівартість реалізованої продукції, тис. грн							
Коефіцієнт оборотності запасів і витрат, разів							
Час обертання запасів і витрат, дн							
Коефіцієнт оборотності рахунків дебіторів, раз							
Час обернення рахунків дебіторів, дн							

Операційний цикл, дні							
-----------------------	--	--	--	--	--	--	--

Після даної таблиці обов'язково надати висновок.

5.3.2 Оцінка впливу показників оборотності на величину оборотних засобів

Оцінка впливу показників оборотності на величину оборотних засобів виконується по групах оборотних коштів: запаси і витрати і розрахунки з дебіторами.

У роботі передбачене проведення такого аналізу по запасах і витратах, для чого складається таблиця 5.4.

Таблиця 5.4 – Оцінка впливу показників оборотності на величину оборотних засобів у запасах і витратах

Показник	На початок року	На кінець року
Собівартість реалізованої продукції, тис.грн		
Ододенні витрати, тис. грн		
Запаси і витрати, тис. грн		
Час обертання, дн		
Вивільнення засобів за рахунок прискорення оборотності:		
у днях		
у сумі, тис. грн		
Додаткове залучення засобів за рахунок уповільнення оборотності:		
у днях		
у сумі, тис. грн		

Після даної таблиці обов'язково надати висновок.

5.4 Аналіз джерел засобів і показників фінансової стійкості підприємства

Загальна сума джерел засобів включає, крім власних, довгострокові і короткострокові позикові джерела, склад яких відображено в розділах 3 і 4 пасиву балансу.

Фінансова стійкість підприємства залежить від співвідношення позикових і власних засобів, темпів поповнення власних засобів, ступеня залучення довгострокових зобов'язань, раціональності вкладення фінансових ресурсів в активи підприємства.

Фінансова стійкість характеризується такими показниками:

- коефіцієнт автономії: відношення джерел власних засобів до підсумку балансу;

- питома вага позикових джерел засобів: відношення суми позикових джерел засобів до підсумку балансу;

- коефіцієнт боргу: відношення позикових джерел засобів до власних;

- коефіцієнт довгострокового залучення позикових джерел засобів: відношення суми довгострокових кредитів та позикових засобів до власних джерел засобів плюс довгострокові кредити і позикові засоби;

- коефіцієнт інвестування власних ресурсів: відношення суми необоротних активів до власних джерел засобів;

- коефіцієнт інвестування довгострокових фінансових ресурсів: відношення необоротних активів до суми джерел власних засобів і довгострокових кредитів та позик.

Визначена економічними дослідженнями теоретична (нормативна) величина коефіцієнта автономії повинна бути не меншою за 0,5, після чого підприємство втрачає фінансову стійкість. Звідси випливає, що питома вага позикових джерел не повинна бути більшою за 0,5, а коефіцієнт боргу не повинен перевищувати 1. Це означає, якщо підприємство на 1 грн власних джерел залучає стільки ж або більше позикових, то воно фінансово нестійке (власні джерела не перевищують позикові).

Але може бути й інша ситуація, коли сума позикових джерел засобів значно менша за суму власних джерел засобів, тому що підприємство не може залучити інвесторів (наприклад, це характерно для залізниць України в теперішній час). Тоді видиму фінансову незалежність від зовнішніх джерел фінансування не можна розглядати як позитивний факт.

Вважається доцільним, що необоротні активи на 50 % фінансуються за рахунок власних джерел засобів і на 50 % - за рахунок довгострокових позик. Звідси випливають такі теоретичні межі коефіцієнтів:

- коефіцієнт довгострокового залучення позикових засобів повинен бути не меншим 0,5;
- коефіцієнт інвестування власних фінансових ресурсів повинен бути більшим 1, але меншим 2;
- коефіцієнт інвестування довгострокових ресурсів повинен бути меншим 1, що відповідає ситуації, коли довгострокові фінансові ресурси покривають усі необоротні і частково оборотні активи підприємства.

Для оцінки складу і динаміки джерел засобів підприємства та показників його фінансової стійкості складають таблицю 5.5.

Таблиця 5.5 – Склад і динаміка джерел засобів і показники фінансової стійкості

Показник	На початок року	На кінець року	Зміна	Темп росту, %
1	2	3	4	5
Усього джерел засобів, тис. грн				
Джерела власних засобів, тис. грн				
Позикові джерела засобів, тис. грн:				
довгострокові				
короткострокові кредити і позикові засоби				

кредиторська заборгованість				
Коефіцієнт автономії, %				
Питома вага позикових джерел, %				
Коефіцієнт боргу, %				
Коефіцієнт довгострокового залучення позикових джерел, %				

Продовження таблиці 5.5

1	2	3	4	5
Коефіцієнт інвестування власних ресурсів, %				
Коефіцієнт інвестування довгострокових ресурсів, %				

Після даної таблиці обов'язково надати висновок.

5.5 Аналіз платоспроможності і ліквідності підприємства

Підприємство вважається платоспроможним, якщо його активи більші за зовнішні зобов'язання, тобто активи підприємства перевищують суму II і III розділів пасиву. Ця умова виконується практично для будь-якого підприємства.

Ліквідність – це спроможність підприємства сплатити свої поточні (короткострокові) зобов'язання в установлені строки. Підприємство ліквідне, якщо його оборотні засоби (II розділу активу) більші за його короткострокові зобов'язання (IV розділ пасиву).

Для кількісної оцінки ступеня ліквідності розраховуються такі показники:

- коефіцієнт покриття: відношення загальної суми оборотних засобів до короткострокових зобов'язань. Нормативна величина – 2-2,5;
- уточнений коефіцієнт покриття: відношення суми активів,

які можна легко реалізувати (грошові кошти і вкладення, дебіторська заборгованість та виробничі запаси), до короткострокових зобов'язань. Нормативна величина – 1-2, що відповідає нормальній ліквідності;

- коефіцієнт ліквідності: відношення суми ліквідних активів, тобто грошових коштів і вкладень у розрахунках до короткострокових зобов'язань. Позитивним показником вважається величина цього коефіцієнта 0,7 – 0,8;

- коефіцієнт абсолютної ліквідності: відношення грошових коштів і вкладень до короткострокових зобов'язань. Для забезпечення ліквідності підприємства вважається достатньою величина цього коефіцієнта від 0,2 до 0,25;

- коефіцієнт матеріального покриття: відношення суми запасів і витрат до короткострокових зобов'язань. Збільшення цього коефіцієнта свідчить про зниження ліквідності;

- час обертання ліквідних активів: відношення суми ліквідних активів (грошових коштів, вкладень і дебіторської заборгованості) до суми одноденних витрат підприємства. Час обертання ліквідних активів показує, скільки днів підприємство може здійснювати господарську діяльність без додаткових джерел надходжень.

Для оцінки ступеня ліквідності підприємства складають таблицю 5.6.

Таблиця 5.6 – Оцінка платоспроможності і ліквідності підприємства

Показник	На початок року	На кінець року	Зміна
1	2	3	4
Оборотні кошти, тис. грн, у т.ч.:			
кошти і вкладення			
розрахунки з дебіторами			
запаси і витрати			
Короткострокові кредити, тис. грн			
Кредиторська заборгованість, тис. грн			

Разом короткострокових зобов'язань , тис. грн			
Коефіцієнт покриття			
Уточнений коефіцієнт покриття			
Коефіцієнт ліквідності			
Коефіцієнт абсолютної ліквідності			

Продовження таблиці 5.6

1	2	3	4
Коефіцієнт матеріального покриття			
Собівартість реалізованої продукції, тис.грн			
Ододенні витрати, тис. грн			
Час обертання ліквідних активів, дн			

Після даної таблиці обов'язково надати висновок.

5.6 Аналіз фінансових результатів

Основними результатами діяльності підприємства є суми отриманого доходу і прибутку.

Рентабельність – це показник прибутковості у відношенні до витрачених засобів, фінансових ресурсів або виробленої продукції.

З метою аналізу розраховується декілька показників рентабельності.

1 Рентабельність усіх ресурсів: відношення балансового прибутку до загальної суми джерел засобів підприємства.

2 Рентабельність власних ресурсів: відношення балансового прибутку до джерел власних засобів підприємства.

3 Рентабельність довгострокових ресурсів: відношення балансового прибутку до загальної суми джерел власних засобів та довгострокових кредитів і позик.

4 Рентабельність продукції: відношення балансового прибутку до собівартості реалізованої продукції.

5 Рентабельність активів: відношення балансового прибутку до загальної суми господарських засобів підприємства (активів підприємства).

6 Рентабельність основних засобів (фондовіддача по прибутку): відношення балансового прибутку до основних засобів підприємства.

В процесі аналізу необхідно охарактеризувати фінансові результати підприємства, їх величину і причини зміни рентабельності підприємства.

Для оцінки фінансових результатів та їх зміни протягом звітного періоду складають таблицю 5.7.

Таблиця 5.7 – Фінансові результати підприємства

Показник	На початок року	На кінець року	Зміна
Виторг від реалізації продукції, тис.грн.			
Прибуток валовий, тис. грн			
Усього джерел засобів, тис. грн У тому числі:			
власні			
довгострокові кредити і позики			
Рентабельність підприємства, %			
Рентабельність власних ресурсів, %			
Рентабельність довгострокових ресурсів, %			
Рентабельність продукції, %			
Фондовіддача, грн/грн			

Після даної таблиці обов'язково надати висновок.

Вимоги до оформлення контрольної роботи

Контрольна робота оформляється на ПК шрифтом 14 через 1,5 інтервали. Пояснювальну записку оформляють відповідно до стандарту з методичними рекомендаціями бюро стандартизації.

У роботі таблиці, рисунки та сторінки необхідно пронумерувати, спочатку роботи треба викласти план, вкінці – надати перелік використаної літератури з вказівкою прізвища та ініціалів автора, назви книги, чи статті з журналу, газети, місця та року видання, кількості сторінок.

Роботу слід підписати та поставити дату.

Вимоги до захисту контрольної роботи та іспиту

Оформлена відповідно до установлених вимог контрольна робота (переплетена) подається керівнику. Керівник перевіряє відповідність завданню змісту контрольної роботи, якість її розроблення, правильність оформлення. Зауваження керівник робить на сторінках тексту.

Недоліки, визначені в роботі, повинні бути усунені до захисту. Робота допускається до захисту, якщо на ній є позначка керівника „до захисту” чи „до захисту після дороблення”.

Захист контрольної роботи відбувається у встановлені керівником терміни, і складається із відповідей студента за темою роботи на питання викладача. У відповіді студента повинні бути сформульовані мета і задачі контрольної роботи, шляхи вирішення поставлених задач, висновки.

Результати захисту визначаються керівником. Захищена робота залишається на кафедрі для зберігання.

Для складання заліку з дисципліни необхідно відповісти на запитання або тестові питання по одній із тем і набрати не нижче 60 балів (задовільно).

Питання до захисту контрольної роботи та іспиту

- 1 Предмет і функціональне призначення економічної діагностики.
- 2 Характеристика інформаційної бази економічної діагностики.
- 3 Елементи методу економічної діагностики.
- 4 Сутність управлінської діагностики.
- 5 Процедура проведення управлінської діагностики.
- 6 Основні напрямки управлінської діагностики.
- 7 Характеристика провідних конкурентних сил за М.Портером.
- 8 Визначення ринкової сили підприємства.
- 9 Характеристика типів конкурентних ситуацій.
- 10 Оцінка стану конкурентного середовища за методикою Антимонопольного комітету Росії.
- 11 Методика визначення рівня конкурентоспроможності продукції.
- 12 Оцінка конкурентоспроможності підприємства із застосуванням SWOT-аналізу.
- 13 Характеристика та призначення PIMS-аналізу.
- 14 Характеристика методів оцінки конкурентного протистояння підприємств на ринку.
- 15 Методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємства.
- 16 Комплексна програма підвищення конкурентоспроможності продукції на ринку.
- 17 Моделі для оцінки конкурентного середовища.
- 18 Методика визначення конкурентного статусу підприємства.
- 19 Провідні прийоми фінансової діагностики.
- 20 Характеристика методів моніторингу фінансової

безпеки підприємства.

21 Методика проведення зовнішньої фінансової діагностики.

22 Визначення фінансового стану підприємства за методом коефіцієнтів.

23 Оцінка резервів фінансового стану підприємства.

24 Способи оцінки економічного потенціалу підприємства.

25 Оцінка рівня гнучкості виробничої системи і його вплив на ефективність використання виробничого потенціалу.

26 Управління розвитком виробничого потенціалу на основі його економічної діагностики.

27 Етапи діагностики виробничого потенціалу.

28 Поняття виробничого потенціалу і його складові.

29 Оцінка вартості підприємства за методом дисконтованого грошового потоку.

30 Оцінка ринкової вартості підприємства за витратними методами.

31 Нормативно-правова база визначення ринкової вартості підприємства.

32 Характеристика методичних підходів до оцінки ринкової вартості підприємства.

33 Характеристика елементів бізнесу.

34 Передумови й елементи економічної безпеки підприємства.

35 Методика визначення рівня економічної безпеки підприємства.

36 Критерії оцінки фінансової безпеки підприємства.

37 Характеристика процесу стратегічного позиціонування і його вплив на операційну ефективність підприємства.

38 Методика визначення стратегічних зон господарювання підприємства на ринку.

39 Антикризове управління підприємством і його діагностика.

40 Кількісні критерії оцінки управлінських рішень.

41 Модель та організаційні форми управління підприємством.

42 Основні складові та критерії оцінки корпоративної культури підприємства.

43 Концепція формування позитивного іміджу підприємства на ринку.

44 Формування позитивного іміджу підприємства на ринку за допомогою корпоративної культури.

45 Сутність діагностики економічної культури.

46 Методичний інструментарій, що застосовується для оцінки рівня економічної культури підприємства.

Список літератури

1 Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия, практика. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. – 208 с.

2 Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. - СПб.: Питерком, 1999. – 416 с.

3 Афанасьєв М.В., Білоконенко Г.В. Економічна діагностика: Навч.-метод. посібник. – Харків: ВД „ІНЖЕК”, 2007. – 296 с.

4 Бердникова Т.Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: Учеб. пособие. – М.: ИНФРА – М, 2001. – 215 с.

5 Варганов А.С. Экономическая диагностика деятельности предприятия: организация и методология. – М.: Финансы и статистика, 1991. – 80 с.

6 Володькина М.В. Стратегический менеджмент: Учеб. пособие. – К.: Знання-прес, 2001. – 320 с.

7 Гетьман О.О., Шаповал В.М. Економічна діагностика: Навч. посібник для студентів вищих навчальних закладів. – К.: Цент навчальної літератури, 2007. – 307с.

8 Григорьев В.В., Островкин И.М. Оценка стоимости предприятий: имущественный подход. – М.: Дело, 1998. – 224 с.

9 Дикань В.Л. Реформирование экономики Украины и конкурентоустойчивость предприятий: Монография. – Харьков: Основа, 1997. – 345 с.

10 Дикань В.Л., Боровик Ю.Т., Полякова О.М., Уткіна Ю.М. Забезпечення конкурентоспроможності підприємств: Підручник. – Харків: УкрДАЗТ, 2010. – 420 с.

11 Дикань В.Л., Козинець А.С., Чупир Т.Я. Економічний аналіз ефективності діяльності залізниці: Навч. посібник. – Харків: ПП Видавництво «Нове слово», 2004. – 164 с.

- 12 Дикань В.Л., Писаревский И.М. Экономика предприятия. Учеб. для вузов. – Харьков: ООО «Олант», 2002. – 224 с.
- 13 Должанський І.З. Конкурентоспроможність підприємства: Навч. посібник. — Київ.: Центр навчальної літератури, 2006. — 384 с.
- 14 Есипов В.Е., Маховиков Г.А., Терехова В.В. Оценка бизнеса. – СПб.: Питер, 2003. – 416 с.
- 15 Загорна Т.О. Економічна діагностика: Навч. посібник. – К.: ЦУЛ, 2007. – 400 с.
- 16 Ковалев В.В. Финансовый анализ: методы и процедуры. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 560 с.
- 17 Колпаков В.М. Теория и практика принятия управленческих решений. – К.: МАУП, 2004. – 504 с.
- 18 Иванов Ю.Б. Конкурентоспособность предприятия: оценка, диагностика, стратегия. Иванов Ю.Б.: Колл. авторов. – Харьков: Изд.ХНЭУ, 2004. – 256 с.
- 19 Коробов М.Я. Фінансово-економічний аналіз діяльності підприємств. К.: Знання, 2000. – 378 с.
- 20 Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс. – М.; СПб.; К.: ИД «Вильямс», 2003. – 832 с.
- 21 Коупленд Т., Камер Т., Муррин Дж. Стоимость компаний: Оценка и управление: Пер. с англ. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 1999. – 576 с.
- 22 Крейнина М.Н. Финансовое состояние предприятия: методы оценки. – М.: ИКЦ «ДИС», 1997. – 222 с.
- 23 Кривов'язюк І.В. Економічна діагностика підприємства: теорія, методологія та практика застосування: Монографія. – Луцьк: Надстир'я, 2007. – 260 с.
- 24 Оценка бизнеса: Учебник /Под ред. А.Г.Грязновой, М.А.Федотовой. – М.: Финансы и статистика, 1999. – 509 с.
- 25 Печенкин А., Фомин В. Об оценке конкурентоспособности товаров и товаропроизводителей // Маркетинг. – 2000. - № 2 (51). – С. 23-26.
- 26 Портер М. Стратегія конкуренції: Пер. з англ. – К.: Основи, 1997. – 390 с.
- 27 Савицкая Г.В. Экономический анализ: Учебник. – 9-е изд, испр. – М.: Новое знание, 2004. – 640 с.

28 Соколов В.Н. Методы оценки предприятия. – СПб.: СПбГИЭА, 1998. – 144 с.

29 Уолш К. Ключові фінансові показники. Аналіз та управління розвитком підприємства / Пер. з англ. – К.: Всеуито: Наук. думка, 2001. – 586 с.

30 Фасхиев Х. Маркетинг в автомобилестроении. – М.: Центр маркетинговых исследований и менеджмента, 2001. – 128 с.

31 Фатхутдинов Р.А. Разработка управленческого решения. – М, 1997. – 208 с.

32 Федотова М.А., Уткин Э.А. Оценка недвижимости и бизнеса. – М.: Тандем: Экмос, 2000. – 352 с.

33 Швиданенко Г.О., Олексюк О.Г. Сучасна діагностика фінансово-економічної діяльності підприємства: Монографія. – К.: КНЕУ, 2002. – 192 с.

34 Экономическая диагностика. – Режим доступа: <http://sumdu.telesweet.net/doc/lections/Ekonomicheskaya-diagnostika/18327/index.html>

Додаток А

Вихідні дані до розв'язання завдання 3

Таблиця А.1 – Вихідні дані до матриці оцінки конкурентоспроможності підприємств на ринку

Фактор конкурентоспроможності	Ранг фактора	Параметрична одинична оцінка підприємств-постачальників товару																			
		Варіант 1										Варіант 2									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Положення на ринку	0,24	4,8	2,5	2,5	3,8	5,0	3,9	4,0	4,2	5,0	4,5	4,9	2,6	2,6	3,9	5,2	4,0	4,1	4,3	5,2	4,6
Товар	0,18	3,5	3,6	3,6	3,2	3,7	4,0	5,0	4,8	4,7	3,6	3,6	3,7	3,7	3,3	3,8	4,1	5,2	4,9	4,8	3,7
Виробничий потенціал	0,25	4,0	4,1	4,1	4,6	4,8	3,7	3,9	3,0	4,2	5,0	4,1	4,2	4,2	4,7	4,9	3,8	4,0	3,1	4,3	5,2
Методи товароруху	0,14	5,0	5,0	5,0	5,0	4,8	4,9	4,7	3,5	3,7	3,8	5,2	5,2	5,2	5,2	4,9	5,0	4,8	3,6	3,8	3,9
Можливості збуту	0,19	4,6	4,4	4,4	4,2	4,0	3,8	4,4	4,5	4,3	4,0	4,7	4,5	4,5	4,3	4,1	3,9	4,5	4,6	4,4	4,1

Продовження таблиці А.1

Фактор конкурентоспроможності	Ранг фактора	Параметрична одинична оцінка підприємств-постачальників товару																			
		Варіант 3										Варіант 4									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Положення на ринку	0,24	5,1	2,7	2,7	4,0	5,3	4,1	4,2	4,5	5,3	4,8	5,2	2,7	2,7	4,1	5,5	4,3	4,4	4,6	5,5	4,9
Товар	0,18	3,7	3,8	3,8	3,4	3,9	4,2	5,3	5,1	5,0	3,8	3,8	3,9	3,9	3,5	4,0	4,4	5,5	5,2	5,1	3,9
Виробничий потенціал	0,25	4,2	4,3	4,3	4,9	5,1	3,9	4,1	3,2	4,5	5,3	4,4	4,5	4,5	5,0	5,2	4,0	4,3	3,3	4,6	5,5
Методи товароруху	0,14	5,3	5,3	5,3	5,3	5,1	5,2	5,0	3,7	3,9	4,0	5,5	5,5	5,5	5,5	5,2	5,3	5,1	3,8	4,0	4,1
Можливості збуту	0,19	4,9	4,7	4,7	4,5	4,2	4,0	4,7	4,8	4,6	4,2	5,0	4,8	4,8	4,6	4,4	4,1	4,8	4,9	4,7	4,4

Продовження таблиці А.1

Фактор конкурентоспроможності	Ранг фактора	Параметрична одинична оцінка підприємств-постачальників товару																			
		Варіант 5										Варіант 6									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Положення на ринку	0,24	5,4	2,8	2,8	4,3	5,6	4,4	4,5	4,7	5,6	5,0	5,5	2,9	2,9	4,4	5,8	4,5	4,6	4,8	5,8	5,2
Товар	0,18	3,9	4,0	4,0	3,6	4,1	4,5	5,6	5,4	5,3	4,0	4,0	4,1	4,1	3,7	4,3	4,6	5,8	5,5	5,4	4,1
Виробничий потенціал	0,25	4,5	4,6	4,6	5,2	5,4	4,1	4,4	3,4	4,7	5,6	4,6	4,7	4,7	5,3	5,5	4,3	4,5	3,5	4,8	5,8
Методи товароруху	0,14	5,6	5,6	5,6	5,6	5,4	5,5	5,3	3,9	4,1	4,3	5,8	5,8	5,8	5,8	5,5	5,6	5,4	4,0	4,3	4,4
Можливості збуту	0,19	5,2	4,9	4,9	4,7	4,5	4,3	4,9	5,0	4,8	4,5	5,3	5,1	5,1	4,8	4,6	4,4	5,1	5,2	4,9	4,6

Продовження таблиці А.1

Фактор конкурентоспроможності	Ранг фактора	Параметрична одинична оцінка підприємств-постачальників товару																			
		Варіант 7										Варіант 8									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Положення на ринку	0,24	5,7	3,0	3,0	4,5	5,9	4,6	4,7	5,0	5,9	5,3	5,8	3,0	3,0	4,6	6,1	4,7	4,8	5,1	6,1	5,4
Товар	0,18	4,1	4,2	4,2	3,8	4,4	4,7	5,9	5,7	5,5	4,2	4,2	4,4	4,4	3,9	4,5	4,8	6,1	5,8	5,7	4,4
Виробничий потенціал	0,25	4,7	4,8	4,8	5,4	5,7	4,4	4,6	3,5	5,0	5,9	4,8	5,0	5,0	5,6	5,8	4,5	4,7	3,6	5,1	6,1
Методи товароруху	0,14	5,9	5,9	5,9	5,9	5,7	5,8	5,5	4,1	4,4	4,5	6,1	6,1	6,1	6,1	5,8	5,9	5,7	4,2	4,5	4,6
Можливості збуту	0,19	5,4	5,2	5,2	5,0	4,7	4,5	5,2	5,3	5,1	4,7	5,6	5,3	5,3	5,1	4,8	4,6	5,3	5,4	5,2	4,8

Продовження таблиці А.1

Фактор конкурентоспроможності	Ранг фактора	Параметрична одинична оцінка підприємств-постачальників товару																			
		Варіант 9										Варіант 10									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Положення на ринку	0,24	6,0	3,1	3,1	4,7	6,2	4,8	5,0	5,2	6,2	5,6	6,1	3,2	3,2	4,8	6,4	5,0	5,1	5,3	6,4	5,7
Товар	0,18	4,3	4,5	4,5	4,0	4,6	5,0	6,2	6,0	5,8	4,5	4,4	4,6	4,6	4,1	4,7	5,1	6,4	6,1	6,0	4,6
Виробничий потенціал	0,25	5,0	5,1	5,1	5,7	6,0	4,6	4,8	3,7	5,2	6,2	5,1	5,2	5,2	5,8	6,1	4,7	5,0	3,8	5,3	6,4
Методи товароруху	0,14	6,2	6,2	6,2	6,2	6,0	6,1	5,8	4,3	4,6	4,7	6,4	6,4	6,4	6,4	6,1	6,2	6,0	4,4	4,7	4,8
Можливості збуту	0,19	5,7	5,5	5,5	5,2	5,0	4,7	5,5	5,6	5,3	5,0	5,8	5,6	5,6	5,3	5,1	4,8	5,6	5,7	5,5	5,1