

ДНІПРОПЕТРОВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА ПРАВА

О.О.ГЕТЬМАН

# ЕКОНОМІЧНА ДІАГНОСТИКА

НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНИЙ ПОСІБНИК

Дніпропетровськ - 2006

**ДНІПРОПЕТРОВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА ПРАВА**  
**КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ ПІДПРИЄМСТВА**

## **ЕКОНОМІЧНА ДІАГНОСТИКА**

### **НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНИЙ ПОСІБНИК**

для студентів заочно-дистанційної форми навчання  
з напрямів 0501 «Економіка та підприємництво» та 0502 «Менеджмент»  
за спеціальностями 7.050107 «Економіка підприємства»  
та 6.050200 «Менеджмент організацій»

**Навчально-методичне видання**

Дніпропетровськ – 2006

**Економічна діагностика:** Навчально-методичний посібник для студентів денної форми навчання з напрямів «Економіка та підприємництво» та 0502 «Менеджмент» за спеціальностями «Економіка підприємства» та 6.050200 «Менеджмент організацій» за освітньо-кваліфікаційним рівнем спеціаліст з економіки та підприємництва / Гетьман О.О. – Дніпропетровськ: ДУЕП, 2006. – 90 с.

Навчально-методичний посібник з дисципліни «Економічна діагностика» для студентів денної форми навчання за спеціальністю «Економіка підприємства» за освітньо-кваліфікаційним рівнем спеціаліст з економіки та підприємництва розроблено згідно із Галузевим стандартом вищої освіти Міністерства освіти і науки України (ГСВО МОН), затвердженим та чинним з 06.06.2002 р.

Склад і зміст поданого матеріалу та індивідуальних завдань відповідає навчальній програмі курсу. Запропоновані завдання носять комплексний характер, систематизовані за відповідними темами і направлені на виявлення глибини знань студента в цій галузі. Методичні рекомендації мають спрямувати дії студента у вірному напрямку як під час виконання індивідуальних завдань, так і під час засвоєння матеріалу з дисципліни «Економічна діагностика» в цілому. Вони можуть стати в нагоді студентам при виконанні домашніх контрольних робіт і викладачам вищих навчальних закладів для організації навчального процесу із зазначеної дисципліни.

**Укладач:** О.О. Гетьман – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки підприємства

**Рецензенти:** Р.Б. Тян – доктор економічних наук, доктор технічних наук, професор, завідувач кафедрою фінансів Придніпровської державної академії будівництва та архітектури

І.К. Карасьов – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки підприємства Дніпропетровського державного фінансово-економічного інституту

## ЗМІСТ

	Стор.
<b>Пояснювальна записка.....</b>	<b>4</b>
<b>Тематичний план дисципліни.....</b>	<b>6</b>
<b>Програма дисципліни.....</b>	<b>7</b>
Тема 1. Предмет і завдання дисципліни «Економічна діагностика».....	7
Тема 2. Діагностика конкурентного середовища підприємства.....	7
Тема 3. Оцінювання стратегічного протистояння підприємств-конкурентів.....	7
Тема 4. Діагностика конкурентоспроможності підприємства .....	7
Тема 5. Діагностика конкурентоспроможності продукції підприємства...	7
Тема 6. Діагностика майна і ринкова цінність підприємства.....	8
Тема 7. Управлінська діагностика.....	8
Тема 8. Діагностика виробничого потенціалу підприємства.....	8
Тема 9. Фінансова діагностика.....	8
Тема 10. Діагностика економічної безпеки підприємства.....	8
Тема 11. Діагностика економічної культури підприємства.....	8
<b>Методичні вказівки та індивідуальні завдання.....</b>	<b>9</b>
Тема 1. Предмет і завдання дисципліни «Економічна діагностика».....	9
Тема 2. Діагностика конкурентного середовища підприємства.....	12
Тема 3. Оцінювання стратегічного протистояння підприємств-конкурентів.....	17
Тема 4. Діагностика конкурентоспроможності підприємства .....	23
Тема 5. Діагностика конкурентоспроможності продукції підприємства...	27
Тема 6. Діагностика майна і ринкова цінність підприємства.....	40
Тема 7. Управлінська діагностика.....	47
Тема 8. Діагностика виробничого потенціалу підприємства.....	53
Тема 9. Фінансова діагностика.....	55
Тема 10. Діагностика економічної безпеки підприємства.....	75
Тема 11. Діагностика економічної культури підприємства.....	77
<b>Рекомендована література.....</b>	<b>80</b>
Додаток А. Значення вагомості кількісних та якісних показників конкурентоспроможності товару.....	81
Додаток Б. Ранг показників, що характеризують конкурентоспроможність підприємства на ринку.....	82
Додаток В. Баланс підприємства.....	83
Додаток Д. Звіт про фінансові результати підприємства.....	85
Додаток Ж. Звіт про рух грошових коштів.....	87

## ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Програма з дисципліни «Економічна діагностика» призначена для студентів денної і заочної форм навчання вищих навчальних закладів, що навчаються за спеціальністю «Економіка підприємства». Дисципліну включено до переліку нормативних дисциплін і розраховано на 108 годин.

Дисципліна побудована з урахуванням специфіки навчального закладу, а також особливостей сучасного стану виробничо-господарської діяльності вітчизняних підприємств.

*Метою дисципліни «Економічна діагностика» є надання знань про використання методичного апарату та інструментарію економічної діагностики для визначення стану підприємства.*

*Основними завданнями курсу виступають:*

- розгляд особливостей виробничо-господарської діяльності вітчизняних підприємств, а також обґрунтування передумов і факторів, що становлять істотний вплив на внутрішній економічний механізм кожного підприємства;
- узагальнення та систематизація знань в галузі оволодіння навичками здійснення економічної діагностики за різними напрямками для забезпечення ефективного управління підприємством;
- підготовка майбутніх спеціалістів до здійснення практичної діагностичної діяльності в нових умовах господарювання.

Особливої уваги приділено висвітленню ключових понять, видів і змісту економічної діагностики; розгляду методів управління підприємствами на основі економічної діагностики; обґрунтуванню особливостей організації і техніки здійснення різних діагностичних операцій.

*Предметом вивчення дисципліни «Економічна діагностика» є кількісна характеристика та якісна ідентифікація стану підприємства.*

*По закінченні вивчення курсу студенти повинні знати:*

- організаційні засади та принципи здійснення економічної діагностики;
- базові визначення, види, форми, умови, зміст, мотиви здійснення економічної діагностики на підприємстві;
- можливі напрямки та різні методики діагностики фінансової, виробничо-господарської, комерційної, інших видів діяльності підприємств, які попередньо

ґрунтуються на поняттях та основних концепціях таких навчальних дисциплін, як «Економіка підприємства», «Менеджмент», «Маркетинг», «Господарське право», «Внутрішній економічний механізм підприємства», «Макроекономіка», «Мікроекономіка», «Потенціал підприємства», «Фінанси підприємств» тощо;

На етапі засвоєння курсу *студенти повинні вміти*:

- застосовувати отримані знання в галузі економічної діагностики при розв'язанні конкретних практичних та ситуаційних завдань;
- обґрунтувати сучасні тенденції розвитку виробничо-господарської, фінансової, комерційної та інших видів діяльності підприємства за допомогою різноманітних діагностичних заходів;
- використовувати результати діагностики в прогнозуванні економічної ситуації, а також для пошуку прогресивних заходів управління підприємствами.

Викладання курсу передбачає такі його форми, як лекції, на які відведено 18 годин; практичні заняття загальним обсягом 18 годин, а також самостійну роботу студентів в обсязі 72 години.

*Лекція* – це така організаційно-тематична форма заняття, яка передбачає узгодженість та логічну послідовність викладення матеріалу, що пропонується студентам для засвоєння; вона ґрунтується на конспектуванні найістотніших положень, принципів, понять з визначеної тематики. Рекомендуються: вступна лекція, що розкриває сутність та основні поняття, предмет та об'єкт економічної діагностики підприємства; оглядові лекції, що передбачають викладення матеріалу з методів, форм, видів, змісту, різних напрямків економічної діагностики; заключна лекція з проблематики особливостей економічної безпеки та культури здійснення бізнес-процесів на підприємстві.

*Практичне заняття* – це організаційна форма навчання, яка передбачає колективне розв'язання ситуаційних завдань і практичних задач з метою найкращого засвоєння матеріалу.

*Самостійна робота* студентів, на яку відведено 72 години, передбачає роботу з науково-бібліографічним матеріалом та періодичними виданнями з метою поглиблення знань у певній галузі. Результатом її є написання тез або рефератів, тема яких пропонується викладачем, або виконання тестових завдань.

Остаточна перевірка знань і підсумковий контроль з дисципліни «Економічна діагностика» мають логічне завершення в формі диференційного заліку.

**ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН**  
з дисципліни «Економічна діагностика»

№ з/п	Назва розділів, тем дисциплін	Загальна кількість годин	У тому числі			
			Аудиторні заняття			Самостійна робота
			Всього	Лекції	Практичні заняття	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Предмет і завдання дисципліни «Економічна діагностика»	3	1	1	–	2
2.	Діагностика конкурентного середовища підприємства	9	3	1	2	6
3.	Оцінювання стратегічного протистояння підприємств-конкурентів	12	4	2	2	8
4.	Діагностика конкурентоспроможності підприємства	10	4	2	2	6
5.	Діагностика конкурентоспроможності продукції підприємства	10	4	2	2	6
6.	Діагностика майна і ринкова цінність підприємства	12	4	2	2	8
7.	Управлінська діагностика	12	4	2	2	8
8.	Діагностика виробничого потенціалу підприємства	10	4	2	2	6
9.	Фінансова діагностика	12	4	2	2	8
10.	Діагностика економічної безпеки підприємства	10	2	1	1	8
11.	Діагностика економічної культури підприємства	8	2	1	1	6
	<b>Разом</b>	<b>108</b>	<b>36</b>	<b>18</b>	<b>18</b>	<b>72</b>

## **ЗМІСТ ДИСЦИПЛІНИ**

### **Тема 1. Предмет і завдання дисципліни «Економічна діагностика»**

Предмет, об'єкт і завдання навчальної дисципліни «Економічна діагностика». Сутність і основні етапи здійснення процесу діагностики. Мета і призначення економічної діагностики на підприємстві. Взаємозв'язок дисципліни «Економічна діагностика» з іншими навчальними дисциплінами.

### **Тема 2. Діагностика конкурентного середовища підприємства**

Сутність діагностичних процесів в галузі оцінювання конкурентного середовища підприємства. Основні підходи та методи в діагностиці ієрархічного конкурентного середовища. Система показників оцінки конкурентного середовища підприємства. Перспективи використання економічної діагностики для прогнозування напрямку розвитку конкурентного середовища підприємства.

### **Тема 3. Оцінювання стратегічного протистояння підприємств-конкурентів**

Сутність та зміст поняття стратегічного протистояння підприємств в конкурентному середовищі. Визначення критеріїв оцінки ступеню протистояння підприємств-конкурентів на визначеному ринку (ринковому сегменті). Методи і моделі оцінки протистояння підприємств-конкурентів. Роль економічної діагностики в підвищенні стійкості підприємства на визначеному ринку (ринковому сегменті). Створення ефективної стратегії протистояння підприємства конкурентам в структурованому ринковому середовищі.

### **Тема 4. Діагностика конкурентоспроможності підприємства**

Поняття конкурентоспроможності підприємства. Фактори впливу на конкурентоспроможність підприємства. Класифікація підходів до оцінки конкурентоспроможності підприємства згідно із системою UNIDO. Методика діагностики конкурентоспроможності підприємства. Напрямки підвищення конкурентоспроможності підприємства.

### **Тема 5. Діагностика конкурентоспроможності продукції підприємства**

Поняття конкурентоспроможності продукції підприємства. Аналіз факторів впливу на конкурентоспроможність продукції підприємства. Класифікація та систематизація критеріїв оцінки конкурентоспроможності продукції підприємства. Одиничні, параметричні та інтегральні показники конкурентоспроможності товару. Функція корисності товару як визначник кількісно-якісних характеристик конкурентоспроможного товару. Методика діагностики конкурентоспроможності продукції підприємства. Напрямки підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства.



## **Тема 6. Діагностика майна і ринкова цінність підприємства**

Здійснення ринкової оцінки майна підприємства. Визначення та характеристика ринкової цінності підприємства. Методи і моделі здійснення економічної діагностики майна підприємства. Узагальнена критеріальна оцінка ринкової вартості підприємства та його активів. Напрямки підвищення ринкової цінності підприємства.

## **Тема 7. Управлінська діагностика**

Особливості прийняття управлінських рішень на підприємстві. Створення передумов для прийняття високоефективних управлінських рішень. Основи управлінської діагностики. Методика оцінки ступеня обґрунтованості управлінських рішень. Напрямки підвищення обґрунтованості управлінських рішень, що приймаються в межах підприємства.

## **Тема 8. Діагностика виробничого потенціалу підприємства**

Сутність, зміст та основні складові елементи виробничого потенціалу підприємства. Особливості оцінки виробничого потенціалу підприємства. Ресурсне обґрунтування виробничо-господарської діяльності підприємства. Роль економічної діагностики в підвищенні збалансованості виробничої програми підприємства та формуванні «портфелю замовлень». Напрямки удосконалення виробничого потенціалу підприємства.

## **Тема 9. Фінансова діагностика**

Нормативно-правові засади здійснення фінансової діагностики підприємства. Сутність вертикального, горизонтального аналізу та аналізу за допомогою фінансових коефіцієнтів. Особливості визначення фінансової стійкості, ліквідності, платоспроможності підприємства в структурованому ринковому середовищі. Опрацювання достовірних прогнозів та створення стратегічних планів щодо підвищення фінансової стійкості підприємства на основі фінансової діагностики.

## **Тема 10. Діагностика економічної безпеки підприємства**

Змістовно-типологічна характеристика економічної безпеки підприємства. Структурні елементи і особливості організації економічної безпеки підприємства. Методика здійснення економічної діагностики безпеки підприємства. Аналіз та оцінка досягнутого рівня економічної безпеки. Напрямки підвищення та моделювання ефективної організації економічної безпеки за окремими функціональними складовими.

## **Тема 11. Діагностика економічної культури підприємства**

Сутність та характеристика складових економічної культури підприємства. Система показників для оцінки економічної культури підприємства. Основні етапи здійснення діагностики економічної культури підприємства. Напрямки поліпшення економічної культури підприємства.

## МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ТА ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ

### Тема 1. Предмет і завдання дисципліни «Економічна діагностика»

**Кількість годин:** 1

**Мета заняття:** засвоїти основну мету, завдання, предмет, об'єкт і методи дисципліни «Економічна діагностика», а також основні поняття і склад економічної діагностики

#### План

1. Предмет, об'єкт і завдання дисципліни «Економічна діагностика».
2. Сутність і основні етапи здійснення процесу діагностики.
3. Мета і призначення економічної діагностики на підприємстві.
4. Взаємозв'язок дисципліни «Економічна діагностика» з іншими навчальними дисциплінами.

#### Питання для обговорення

1. Основні поняття економічної діагностики.
2. Склад та послідовність здійснення економічної діагностики.
3. Мета економічної діагностики на підприємстві.
4. Логіко-структурна схема місця економічної діагностики в середовищі загальнообов'язкових дисциплін.

#### Методичні рекомендації

В процесі вивчення даної теми необхідно звернути увагу на сутність та призначення економічної діагностики на підприємстві.

В результаті вивчення теми студенти повинні знати:

- визначення економічної діагностики;
- відрізняльні характеристики економічного аналізу і діагностики;
- склад економічної діагностики;
- послідовність здійснення економічної діагностики на підприємстві.

**Економічна діагностика підприємства** – аналіз і оцінка економічних показників роботи підприємства на основі вивчення окремих результатів, неповної інформації з метою виявлення можливих перспектив його розвитку і наслідків ухвалення поточних управлінських рішень. Як підсумок діагностики на основі оцінки господарського стану і його ефективності робляться висновки, необхідні для прийняття термінових, але важливих рішень, наприклад, про цільове кредитування, про покупку чи продаж підприємства, про його закриття, реорганізацію тощо.

**Економічний аналіз** – виведення економічних закономірностей з відповідних фактів економічної дійсності, розкладання економіки на окремі частини,

так звані економічні категорії та їхнє комплексне дослідження.

**Системний аналіз** – це науковий метод дослідження складних, багаторівневих, багатокомпонентних систем і процесів, що спирається на комплексний підхід, облік взаємозв'язків і взаємодій між елементами системи.

На основі аналізу і дослідження складається прогноз і обґрунтування щодо змін і оптимізації існуючої організаційно-економічної підсистеми підприємства.

Системний аналіз поділяється на:

1. Аналіз організаційної підсистеми, який містить:

- аналіз політики (задачі);
- аналіз концепції, тобто системи поглядів, оцінок, ідей щодо досягнення намічених задач, способи їх вирішення;
- аналіз методів управління;
- аналіз способів організації праці;
- аналіз структурно-функціональної схеми;
- аналіз системи добору і розміщення кадрів;
- аналіз інформаційних потоків;
- аналіз системи маркетингу;
- аналіз системи безпеки.

2. Аналіз економічної підсистеми і діагностика підприємства.

**Аналіз** – метод наукового дослідження (пізнання) явищ і процесів, в основі якого лежить вивчення складових частин, елементів досліджуваної системи. В економіці аналіз застосовується з метою виявлення сутності, закономірностей, тенденцій економічних і соціальних процесів, господарської діяльності на всіх рівнях. Аналіз служить вихідною (відправною) точкою прогнозування, планування, управління економічними об'єктами і процесами, що протікають у них. Економічний аналіз покликаний обґрунтовувати з наукових позицій рішення та дії в сфері економіки, соціально-економічну політику, сприяти вибору найкращих варіантів дій. *Мікроекономічний аналіз* поширюється на окремі об'єкти і процеси, найчастіше має місце у формі аналізу фінансово-господарської діяльності підприємств, фірм, включаючи аналіз обсягів виробництва, витрат, прибутковості. *Ретроспективний аналіз* представляє вивчення сформованих у минулому тенденцій. *Перспективний аналіз* досліджує майбутні процеси.

Діагностика як спосіб розпізнавання стану соціально-економічної системи за допомогою реалізації комплексу дослідницьких процедур і виявлення в них слабких ланок і вузьких місць відноситься до методів непрямих вимірів. Елементи соціально-економічних систем, властивості яких підлягають визначенню, звичайно недоступні для безпосереднього спостереження і виміру. Тому варто вимірювати не їхні параметри, а параметри процесів, породжуваних елементами цих систем і доступних для вимірів.

Отже, логіко-структурна схема економічної діагностики та її характеристика як процесу наведена на рис. 1.

### Ключові терміни і поняття

- економічна діагностика;

- економічний аналіз;
- системний аналіз;
- мета діагностики;
- об'єкт діагностики;
- завдання діагностики;
- методи діагностики.



*Рис. 1. Характеристика діагностики як процесу*

### **Питання для повторення**

1. Визначте предмет і об'єкт економічної діагностики як процесу.
2. Який комплекс завдань має вирішувати економічна діагностика як наука?
3. За допомогою яких методів проводять дослідження в економічній діагностиці в межах конкретних суб'єктів господарювання?
4. В чому відстежується взаємозв'язок дисципліни «Економічна діагностика» з такими базовими дисциплінами як «Економіка підприємства», «Внутрішній економічний механізм підприємства», «Планування діяль-

ності підприємства», «Організація виробництва», «Маркетинг», «Менеджмент», «Зовнішньоекономічна діяльність підприємства», «Потенціал підприємства», іншими загальнообов'язковими дисциплінами за спеціальністю 7.050107 «Економіка підприємства».

### **Теми для підготовки доповідей та рефератів**

1. Значення економічної діагностики для підприємства в ринкових умовах господарювання.
2. Напрямки економічної діагностики та їх характеристика.
3. Методи економічної діагностики, їх характеристика та передумови застосування.
4. Порівняльний аналіз економічної діагностики та економічного аналізу, їх спільні риси та розбіжності.
5. Аналіз передумов виникнення економічної діагностики.
6. Методологічні та теоретичні основи дослідження діагностики як науки.
7. Історизм розвитку економічної діагностики як науки.

Допускається підготовка доповідей та рефератів з тем, які виникають з власної ініціативи студентів. Обов'язковою умовою є те, що ці теми повинні співпадати з тематикою заняття та бути узгоджені з викладачем.

### **Тема 2. Діагностика конкурентного середовища підприємства**

**Кількість годин:** 1

**Мета заняття:** ознайомитись та засвоїти методологічні основи діагностики конкурентного середовища підприємства, а також перспективні напрямки її розвитку на вітчизняних підприємствах

#### **План**

1. Сутність діагностичних процесів в галузі оцінювання конкурентного середовища підприємства. Визначення та основні складові конкурентного середовища підприємства.
2. Формування системи збору зовнішньої поточної інформації про конкурентів в ієрархічному ринковому середовищі.
3. Система показників оцінки конкурентного середовища підприємства.
4. Перспективи використання економічної діагностики для прогнозування напрямку розвитку конкурентного середовища підприємства.

#### **Питання для обговорення**

1. Основні складові конкурентного середовища підприємства.
2. Склад та послідовність збору зовнішньої поточної інформації про кон-

курентів на досліджуваному ринку (ринковому сегменті).

### 3. Здійснення економічної діагностики конкурентного середовища.

#### Методичні рекомендації

В процесі вивчення даної теми необхідно звернути увагу на особливості економічної діагностики конкурентного середовища підприємств та його потенціалу на відповідних ринках.

В результаті вивчення теми студенти повинні знати:

- визначення конкурентного середовища та його складу;
- методи економічної діагностики конкурентного середовища фірми;
- послідовність збору та систематизації зовнішньої поточної інформації про конкурентів в ієрархічному ринковому середовищі;
- формування конкурентних переваг підприємства на засадах здійснення відповідних діагностичних процедур.

**Конкурентне середовище підприємства** – ринкове оточення підприємства, представлене суб'єктами господарювання різних форм власності та приналежності, які займаються подібною сферою діяльності і мають суттєві конкурентні позиції на досліджуваному ринку.

**Формування системи зовнішньої поточної інформації про конкурентів в ієрархічному ринковому середовищі** – це набір джерел і методичних засобів, за допомогою яких керівництво підприємства одержує регулярну інформацію про події, які відбуваються в комерційному середовищі. Організація збору, опрацювання необхідної інформації відбувається різними способами:

- за допомогою засобів масової інформації;
- за допомогою особистих рекомендацій, відзивів, суджень та ставлень до об'єкта комерційного інтересу;
- за допомогою незалежних дослідників, маркетингових та аудиторських компаній, які проводять відповідні ринкові дослідження конкурентного середовища в будь-яких сферах господарювання;
- за допомогою кабінетних досліджень уповноваженою на те особою.

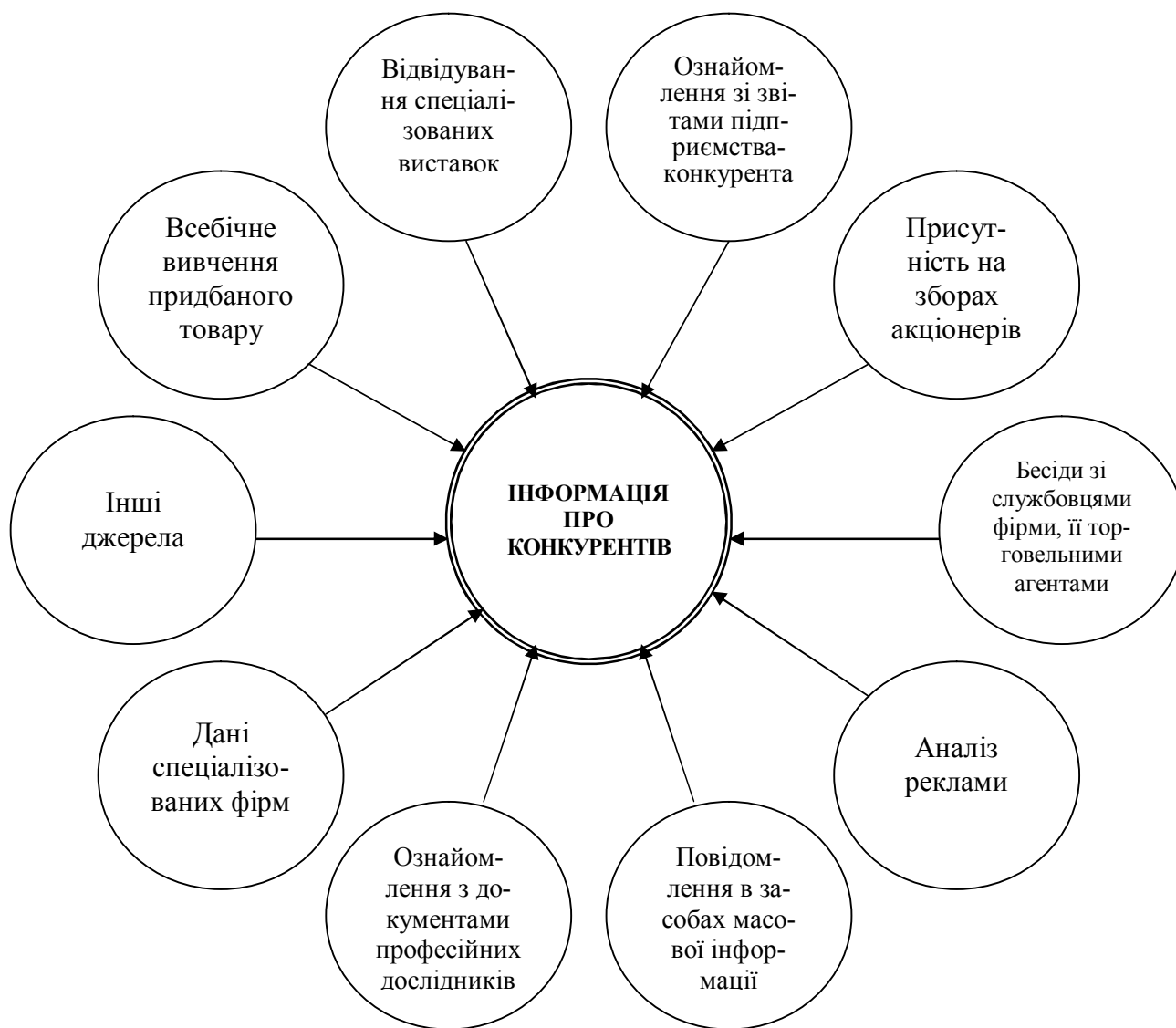
Джерела збору інформації про конкурентів представлені на рис. 2.

Безумовно, такий потік інформації необхідно відповідним чином систематизувати і диференціювати за відповідними класифікаційними ознаками для того, щоб мати можливість терміново вжити необхідних заходів щодо зміни ситуації на краще.

**Система аналізу інформації про конкурентів** – це визначений набір методів аналізу отриманих даних, в основі якого лежить статистичний банк даних та банк моделей.

**Статистичний банк даних** – це сукупність сучасних методик опрацювання інформації про кількісні зміни, дотримуючись яких можна встановити якнайтісніший взаємозв'язок і взаємозалежність між факторами, які впливають на досліджуваний економічний процес і його результативність.

**Банк моделей** – це сукупність механізмів та методологічних інструментів, за допомогою яких можна охарактеризувати ситуацію в межах підприємства.



*Рис. 2. Джерела інформації про конкурентів*

Врешті решт, *діагностика конкурентного середовища* підприємства передбачає збір даних, представлених в табл. 1.

*Таблиця 1*

*Систематизація даних про конкурентів підприємства та їх аналіз*

Основні показники	Власне підприємство	Підприємство-конкурент 1	Підприємство-конкурент 2	Підприємство-конкурент n
1. Ємність ринку				
2. Кількість сегментів				
3. Потенціал підприємства				
4. Маркетинг				
5. Можливості збуту				
6. Отримуваний дохід				
7. Можливості товароруку				
8. Витратність виробництва				
9. Отримувані прибутки				
10. Перспективи розвитку та відтворення...				

Відповідна інформація про конкурентів має оброблятися виходячи зі схеми, наведеної на рис. 3.

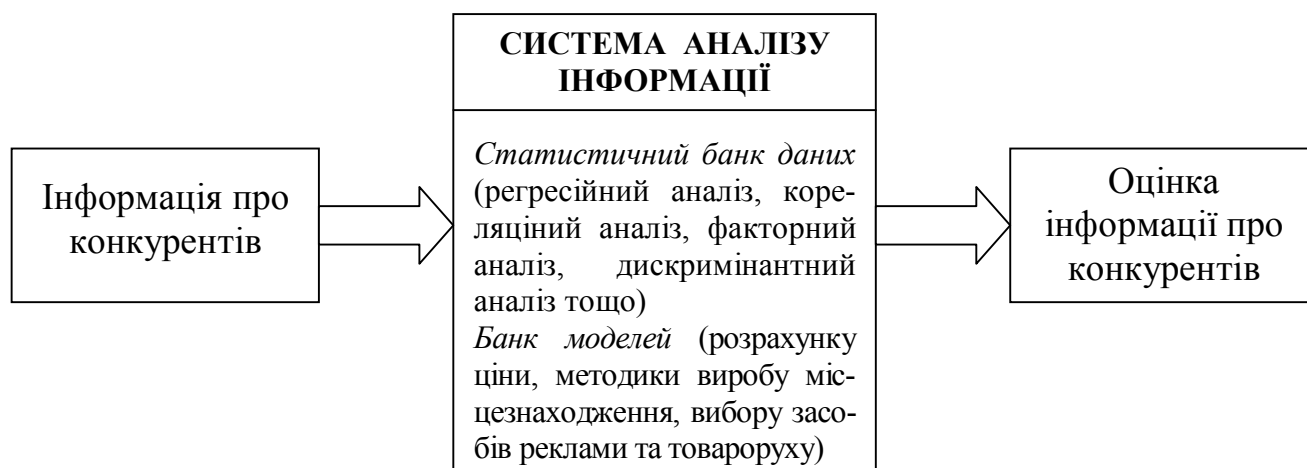


Рис. 3. Аналіз інформації про конкурентів

Після належної обробки інформації студент може самостійно визначити конкурентне положення підприємства та охарактеризувати його за допомогою відповідних показників.

### Ключові терміни і поняття

- конкурентне середовище;
- діагностика конкурентного середовища підприємства;
- система інформації про конкурентів;
- джерела отримання інформації про конкурентів;
- аналіз інформації про конкурентів.

### Питання для повторення

1. За допомогою чого можна вплинути на конкурентну позицію підприємства на ринку?
2. Як оцінити конкурентні переваги підприємства?
3. Чим слід керуватися при формуванні статистичного банку даних про конкурентне середовище підприємства?
4. Які моделі існують для оцінки конкурентного середовища?
5. Визначте перелік показників, за допомогою яких можна охарактеризувати конкурентне середовище підприємства та визначити його сильні та слабкі сторони.

### Теми для підготовки доповідей та рефератів

1. Особливості формування конкурентних переваг підприємства на визначеному ринку (ринковому сегменті).
2. Характеристика методів дослідження конкурентного середовища.



3. Роль маркетингових досліджень при створенні баз даних про конкурентне середовище у визначеній сфері діяльності.

4. Основні етапи діагностики конкурентного середовища фірми.

5. Наслідки застосування методів недобросовісної конкуренції, їх передбачення та вплив на прогнозованість бізнес-процесів.

Допускається підготовка доповідей та рефератів з тем, які виникають з власної ініціативи студентів. Обов'язковою умовою є те, що ці теми повинні співпадати з тематикою заняття та бути узгоджені з викладачем.

### **Тема 3. Оцінювання стратегічного протистояння підприємств-конкурентів**

**Кількість годин: 2**

**Мета заняття:** вивчити особливості стратегічного протистояння підприємств-конкурентів на ринку, а також систематизувати знання щодо методологічних основ його оцінки

#### **План**

1. Сутність та зміст поняття стратегічного протистояння підприємств в конкурентному середовищі.

2. Визначення критеріїв оцінки ступеню протистояння підприємств-конкурентів на визначеному ринку (ринковому сегменті). Методи і моделі оцінки протистояння підприємств-конкурентів.

3. Роль економічної діагностики в підвищенні стійкості підприємства на визначеному ринку (ринковому сегменті).

4. Створення ефективної стратегії протистояння підприємства конкурентам в структурованому ринковому середовищі.

#### **Питання для обговорення**

1. Визначення базових понять, що обумовлюють особливості процесу стратегічного протистояння підприємств.

2. Застосування SWOT-аналізу в діагностиці протистояння підприємств-конкурентів на досліджуваному ринку (ринковому сегменті).

3. Особливості PIMS-аналізу для визначення напрямку вибору стратегії конкурування на основі показників прибутковості та управління готівкою.

#### **Методичні рекомендації**

Діагностику протистояння підприємств-конкурентів можна здійснити за допомогою формату SWOT-аналізу, відповідно до якого уся безліч факторів діяльності компанії групується в чотири блоки:

**S (Strengths)** – сильні сторони діяльності підприємства;

**W (Weaknesses)** – слабкі сторони діяльності підприємства;

**O (Opportunities)** – можливості підприємства, що дозволяють йому поліпшити свій стан;

**T (Threats)** – загрози, з якими може зіштовхнутися підприємство на шляху поліпшення своєї діяльності.

У рамках кожної групи необхідно сформулювати не більш десяти лаконічних тверджень – висновків за результатами діагностики. Ці твердження повинні бути пов'язані з будь-якими показниками чи властивостями підприємства. Наприклад, «за поточний період погіршилися показники оборотності, про що свідчить збільшення тривалості фінансового циклу», чи «показники маржинального прибутку стабільні». Важливо розрізняти сфери відповідальності визначених вище груп. Перші два блоки S і W «відповідають» за поточний стан підприємства, у той час як дві інші – O і T – пов'язані з прогнозом стану підприємства на найближчу перспективу.

Прагматична доцільність SWOT-аналізу полягає в тому, що він робить спробу конструктивного поліпшення результативності діяльності підприємства та вказує напрямок створення його конкурентних переваг на відповідному ринку. На основі SWOT-аналізу менеджмент підприємства повинен сформулювати рекомендації щодо основних напрямків поліпшення діяльності. Тільки тоді процес діагностики можна вважати закінченим.

**Ситуаційний аналіз.** Ситуаційний (чи «SWOT-аналіз») здійснюється як на підприємстві в цілому, так і для окремих видів бізнесу. Його результати надалі використовуються при розробці стратегічних планів і планів маркетингу для досягнення належного конкурентного положення на відповідному ринку.

Аналіз сильних і слабких сторін характеризує дослідження внутрішнього середовища організації. Внутрішнє середовище має небагато складових, кожна з яких включає набір ключових процесів і елементів організації (видів бізнесу), стан яких у сукупності визначають той потенціал і ті можливості, якими володіє організація. **Внутрішнє середовище** включає маркетингову, фінансову, виробничу і кадрово-організаційну складові, кожна з яких має свою структуру. У табл. 2 наводиться приклад можливої форми для аналізу сильних і слабких сторін організації.

Крім того, внутрішнє середовище цілком пронизується організаційною культурою, яка також повинна серйозно вивчатися. Через те, що організаційна культура не має чіткого прояву, її аналіз на формальній основі вкрай утруднений. Хоча, зазвичай, за допомогою експертних методів оцінюють такі фактори, як наявність місії, що поєднує діяльність співробітників; наявність загальних цінностей; гордість за свою організацію; система мотивації, чітко ув'язана з результатами роботи співробітників; психологічний клімат у колективі тощо.

Організаційна культура може сприяти тому, що організація виступає структурою, здатною стійко утримувати свої позиції в конкурентній боротьбі. Але може бути і так, що організаційна культура послабляє підприємство, не даючи йому успішно розвиватися навіть у тому випадку, якщо воно має високий техніко-технологічний і фінансовий потенціал.

Таблиця 2. Аналіз сильних і слабких сторін організації

Складові внутрішнього середовища	Ефективність складових внутрішнього середовища					Важливість		
	Надто сильна	Сильна	Нейтральна	Слабка	Надто слабка	Висока	Середня	Низька
<b><u>Маркетинг:</u></b>								
Репутація організації і продуктів								
Ринкова частка								
Якість продуктів								
Рівень сервісу								
Виробничі витрати								
Витрати на розподіл								
Ефективність просування								
Ефективність роботи збутовиків								
<b><u>Фінанси:</u></b>								
Рівень прибутковості								
Фінансова стабільність								
Рентабельність інвестицій								
Ціна акцій								
<b><u>Виробництво:</u></b>								
Рівень НДДКР й інновацій								
Можливості своєчасних поставок								
Стан основних фондів								
Резерви виробничих потужностей								
Використання сучасних технологій								
<b><u>Організація і кадри:</u></b>								
Підприємницька орієнтація								
Кваліфікація керівництва								
Кваліфікація персоналу								
Раціональність розподілу прав і відповідальності								

Для того щоб успішно виживати в довгостроковій перспективі, підприємство має вміти прогнозувати те, які труднощі можуть виникнути на його шляху в майбутньому, і те, які нові можливості можуть відкритися для нього. Тому стратегічне планування, вивчаючи зовнішнє середовище, зосереджує увагу на з'ясуванні того, які погрози і які можливості має зовнішнє середовище.

Методологія SWOT-аналізу припускає спочатку виявлення сильних і слабких сторін, а також погроз і можливостей, а далі – установлення ланцюгів зв'язку між ними, що надалі можуть бути використані для формулювання стратегій організації (рис. 4).

Важливість	Ефективність	
	Низька	Висока
Висока	Вимагає особливої уваги	Продовжувати зберігати високий рівень
Низька	Низький пріоритет	Надмірна увага малозначимим факторам

Рис. 4. Матриця «Важливість – Ефективність»

Спочатку з урахуванням конкретної поточної ситуації складають список її слабких і сильних сторін, а також список загроз і можливостей.

Далі встановлюється зв'язок між ними. Для цього складається матриця SWOT, що має наступний вид (рис. 5). Ліворуч виділяються два розділи (сильні і слабкі сторони), у які відповідно вносяться усі виявлені на першому етапі аналізу сильні і слабкі сторони підприємства. У верхній частині матриці також виділяються два розділи (можливості і загрози), у які вносяться усі виявлені можливості і загрози.

	<u>Можливості</u>	<u>Загрози</u>
	1. 2. 3.	1. 2. 3.
<u>Сильні сторони</u>		
1. 2. 3.	<b>ПОЛЕ «СІМ»</b>	<b>ПОЛЕ «СІЗ»</b>
<u>Слабкі сторони</u>		
1. 2. 3.	<b>ПОЛЕ «СЛМ»</b>	<b>ПОЛЕ «СЛЗ»</b>

Рис. 5. Матриця взаємозв'язків в SWOT-аналізі

На перетині розділів утворюються чотири поля: «СІМ» (сила і можливості); «СІЗ» (сила і загрози); «СЛМ» (слабкість і можливість); «СЛЗ» (слабкість і загрози). На кожному з даних полів дослідник повинен розглянути всі можливі парні комбінації і виділити ті, які повинні бути враховані при розробці стратегії поведінки підприємства на конкурентному ринку. У відношенні тих пар, що були обрані з поля «СІМ», варто розробляти стратегію щодо використання сильних сторін підприємства для того, щоб одержати віддачу від можливостей, що існують в зовнішньому середовищі. Для тих пар, що виявилися на полі «СЛМ», стратегія повинна бути побудована таким чином, щоб за рахунок можливостей, що з'явилися, спробувати перебороти наявні в організації слабкості. Якщо пари знаходяться на полі «СІЗ», то стратегія повинна припускати викори-

стання сили організації для усунення загроз. Нарешті, для пар, що знаходяться на полі «СЛЗ», підприємство повинне опрацювати таку стратегію, яка б дозволила йому як позбутися від слабостей, так і спробувати запобігти загрозам.

Для успішного застосування методології SWOT важливо вміти не тільки розкрити загрози і можливості, але і спробувати оцінити їх з погляду того, наскільки важливим для підприємства є урахування у стратегії його поведінки кожної з виявлених загроз і можливостей.

Для оцінки можливостей застосовується метод позиціонування кожної конкретної можливості в **матриці можливостей** (рис. 6).

<b>Імовірність використання можливостей</b>	<b>Вплив можливостей на підприємство</b>		
	<b>Сильний</b>	<b>Помірний</b>	<b>Слабкий</b>
<b>Висока</b>	ПОЛЕ «ВР»	ПОЛЕ «ВЗ»	ПОЛЕ «ВМ»
<b>Середня</b>	ПОЛЕ «СР»	ПОЛЕ «СЗ»	ПОЛЕ «СМ»
<b>Низька</b>	ПОЛЕ «НР»	ПОЛЕ «НЗ»	ПОЛЕ «НМ»

Рис. 6. Матриця можливостей підприємства на ринку

Дана матриця будується так: зверху відкладається ступінь впливу можливостей на діяльність підприємства (сильний, помірний, слабкий); збоку відкладається імовірність того, що підприємство зможе скористатися з нагоди (висока, середня і низька). Отримані усередині пересічні матриці утворюють дев'ять полів можливостей, які мають різне значення для підприємства. Можливості, що попадають на поля «ВР», «ВЗ» і «СР», мають вагоме значення для підприємства і їх слід обов'язково використовувати. Можливості, що попадають на поля «СМ», «НЗ» і «НМ», практично не заслуговують на увагу. У відношенні можливостей, що потрапили на інші поля, керівництво повинне прийняти позитивне рішення про їх використання, якщо вистачає ресурсів.

Схожа матриця складається для **оцінки загроз** (рис. 7). Ті загрози, що попадають на поля «ВР», «ВК» і «СР», представляють дуже велику небезпеку для підприємства і вимагають негайного й обов'язкового усунення. Загрози, що потрапили на поля «ВТ», «СК» і «НР», також повинні знаходитися під увагою вищого керівництва і бути усунуті в першочерговому порядку. Що стосується загроз, що знаходяться на полях «НК», «СТ» і «ВЛ», тут потрібен уважний і відповідальний підхід до їхнього усунення.

<b>Імовірність реалізації загроз</b>	<b>Вплив загроз на підприємство</b>			
	<b>Руйнування</b>	<b>Критичний стан</b>	<b>Важкий стан</b>	<b>«Легкі синці»</b>
<b>Висока</b>	ПОЛЕ «ВР»	ПОЛЕ «ВК»	ПОЛЕ «ВВ»	ПОЛЕ «ВЛ»
<b>Середня</b>	ПОЛЕ «СР»	ПОЛЕ «СК»	ПОЛЕ «СВ»	ПОЛЕ «СЛ»
<b>Низька</b>	ПОЛЕ «НР»	ПОЛЕ «НК»	ПОЛЕ «НВ»	ПОЛЕ «НЛ»

Рис. 7. Матриця загроз підприємству

Загрози, що опинилися на інших полях, також не повинні залишатися поза увагою керівництва підприємства, слід уважно відстежувати тенденції їх розвитку, хоча при цьому не ставиться завдання їхнього першочергового усунення.

Що стосується конкретного наповнення розглянутих матриць, то рекомендується проводити виявлення можливостей і загроз у трьох напрямках: ринок, продукт і діяльність з реалізації продуктів на цільових ринках (ціноутворення, товарне розподілення і просування продуктів). Джерелом виникнення можливостей і загроз можуть бути споживачі, конкуренти, зміна факторів зовнішнього макроекономічного середовища, наприклад, законодавчої бази, митної політики. Доцільно проводити даний аналіз, відповідно до можливостей і загроз за такими напрямками:

1. Характер можливості (загрози) і причина її виникнення.
2. Тривалість можливості (загрози).
3. Сила можливості (загрози).
4. Небезпека можливості (загрози).
5. Ступінь впливу можливості (загрози).

Для аналізу середовища також може бути застосований **метод складання його профілю**. Даний метод зручно застосовувати для складання профілю окремо макрооточення, безпосереднього оточення і внутрішнього середовища. За допомогою цього методу можливо оцінити відносну значимість для підприємства окремих факторів середовища.

Метод складання профілю середовища полягає в такому: до таблиці профілю середовища записуються окремі фактори середовища. Кожному фактору експертним шляхом надається оцінка його важливості для галузі за шкалою: 3 – сильна важливість, 2 – помірна важливість, 1 – слабка важливість.

**PIMS-аналіз**, чи аналіз рівня впливу обраної стратегії на величини прибутковості, заснований на використанні емпіричної моделі, що пов'язує широкий діапазон стратегічних змінних величин (таких, як ринкова частка, якість продукту, вертикальна інтеграція) і ситуаційних змінних (швидкість росту ринку, стадія розвитку галузі, інтенсивність потоків капіталу) з величиною прибутковості і здатністю підприємства генерувати готівку. Мета проведення даного аналізу полягає у виборі потрібної стратегії в конкретних ринкових умовах.

В ході цього аналізу змінні величини групуються в п'ять класів:

**1. Привабливість ринкових умов:**

- швидкість росту галузі в довгостроковій перспективі (4-10 років);
- швидкість росту галузі в короткостроковій перспективі (до 3 років);
- стадія життєвого циклу продукту.

**2. Сила конкурентних позицій:**

- ринкова частка;
- відносна ринкова частка;
- відносна якість продукту;
- відносна ширина продуктової лінії.

**3. Ефективність використання інвестицій:**

- інтенсивність інвестицій (сумарні інвестиції, віднесені до обсягу продажів, і сумарні інвестиції, віднесені до доданої вартості);

- інтенсивність основного капіталу (відношення основного капіталу до обсягу продажів);
- вертикальна інтеграція (відношення доданої вартості до обсягу продажів);
- відсоток використання виробничих потужностей.

#### **4. Використання бюджету за наступними напрямками:**

- витрати на маркетинг відповідно до обсягу продажів;
- витрати на НДДКР відповідно до обсягу продажів;
- витрати на нові продукти відповідно до обсягу продажів.

#### **5. Поточні зміни в положенні на ринку:**

- зміна ринкової частки.

Отримані результати показують, що прибутковість (відношення величини прибутку до інвестицій до сплати податків) збільшується по мірі зростання показника відносної ринкової частки конкретних цільових ринків.

### **Ключові терміни і поняття**

- конкурентне протистояння;
- діагностика конкурентного протистояння;
- SWOT-аналіз;
- PIMS-аналіз;
- формування конкурентної стратегії.

### **Питання для повторення**

1. Що представляє собою процес конкурентного протистояння підприємств на ринку?
2. За допомогою яких методів можлива діагностика конкурентного протистояння підприємств на ринку?
3. Визначте передумови та основи застосування SWOT-аналізу. Яку роль він відіграє при визначенні конкурентного потенціалу підприємства?
4. Опишіть призначення PIMS-аналізу. Вибір яких напрямків діяльності підприємства може бути обґрунтований за його допомогою?
5. Визначте перелік показників, за допомогою яких можна охарактеризувати конкурентне протистояння підприємств, визначити його сильні та слабкі сторони, а також можливості і загрози його ефективній діяльності.

### **Теми для підготовки доповідей та рефератів**

1. Особливості застосування SWOT-аналізу у визначенні конкурентної позиції підприємства на ринку.
2. Приклади встановлення конкурентного потенціалу підприємства за допомогою SWOT-аналізу.
3. Особливості застосування PIMS-аналізу у формуванні конкурентної позиції підприємства на ринку на основі показників його прибутковості.

4. Приклади визначення конкурентних переваг підприємства за допомогою PIMS-аналізу.

Допускається підготовка доповідей та рефератів з тем, які виникають з власної ініціативи студентів. Обов'язковою умовою є те, що ці теми повинні співпадати з тематикою заняття та бути узгоджені з викладачем.

#### **Тема 4. Діагностика конкурентоспроможності підприємства**

**Кількість годин:** 2

**Мета заняття:** ознайомитись та засвоїти методологічні основи діагностики конкурентоспроможності підприємства, набути практичних навичок щодо формування стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства на ринку

#### **План**

1. Поняття конкурентоспроможності підприємства.
2. Фактори впливу на конкурентоспроможність підприємства.
3. Класифікація підходів до оцінки конкурентоспроможності підприємства згідно із системою UNIDO.
4. Методика діагностики конкурентоспроможності підприємства.
5. Напрямки підвищення конкурентоспроможності підприємства.

#### **Питання для обговорення**

1. Поняття конкурентоспроможності підприємства.
2. Інтегральна оцінка конкурентоспроможності підприємства на ринку.
3. Побудова багатокутника конкурентоспроможності підприємства і її графічна інтерпретація.

#### **Методичні рекомендації**

**Конкурентоспроможність (КС)** можна визначити як спроможність деякого класу об'єктів (товар, підприємство, країна) займати визначену ринкову нішу. Конкурентоспроможність характеризує ступінь відповідності окремого класу об'єктів визначеним ринковим потребам: пропозиції (товару) – попиту на нього, підприємства – можливості забезпечити конкурентні переваги, країни – економічній та соціальній моделі.

До узагальнюючих факторів (детермінант) конкурентоспроможності підприємства слід віднести наступні:

- товар;
- положення підприємства на ринку (ємність ринку);
- можливості збуту товару;



- методи товароруху;
- виробничий потенціал підприємства.

Незаперечним є той факт, що існує тісний взаємозв'язок між поняттями конкурентоспроможність країни, конкурентоспроможність підприємства та конкурентоспроможність товару. Методика оцінки конкурентоспроможності товару загальновідома та має досить широке застосування. На відміну від цього, методика оцінки конкурентоспроможності підприємства має імовірнісний характер і є інтегральною.

Зазвичай пропонується визначити рівень конкурентоспроможності підприємства на основі аналітичного та графічного способів її оцінки. Перший вимагає побудови матриці конкурентоспроможності (табл. 3).

Таблиця 3. Матриця конкурентоспроможності підприємства на ринку

Синтезуючий фактор конкурентоспроможності	Параметрична одинична оцінка підприємства-постачальника товару										Ранг фактора	Інтегрований (груповий) факторний показник підприємства-постачальника товару									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Положення на ринку	4,1	4,3	3,8	3,9	4,2	4,0	4,2	4,5	4,6	4,1											
Товар	3,5	3,3	3,6	3,7	3,4	3,3	3,2	3,8	3,9	3,1											
Виробничий потенціал	3,8	3,8	3,9	3,9	3,8	3,8	3,8	3,9	3,9	3,9											
Методи товароруху	3,6	3,5	3,5	3,3	3,6	3,6	3,7	3,8	3,9	4,0											
Можливості збуту	3,8	3,9	3,7	3,6	4,0	3,9	3,9	3,9	4,0	4,2											
Сумарна оцінка	х										1,00										
Коефіцієнт КС	х										х										

Причому *інтегрований (груповий) факторний показник* кожного з підприємств-постачальників товару визначається як добуток параметричної одиничної оцінки підприємства-постачальника товару і рангу аналізованого фактора.

*Сумарна оцінка* здійснюється по всім інтегрованим (груповим) факторним показникам для кожного з підприємств-постачальників товару на ринку.

*Коефіцієнт конкурентоспроможності (КС)* приймається рівним одиниці для того підприємства, яке має найбільшу сумарну оцінку за всіма інтегрованими факторними показниками. Для інших підприємств він розраховується як відношення до найліпшого рівня сумарної оцінки підприємства-лідера.

Графічний спосіб представлення рівня конкурентоспроможності підприємства вбачається в побудові *многокутника конкурентоспроможності* на відповідній діаграмі (рис. 8).

Підприємству, яке має найбільший рівень конкурентоспроможності, буде

відповідати многокутник з максимальною площею  $S_i$ . Якщо проводити вісі, на яких позначаються рівні значень кожного з досліджуваних факторів під рівними між собою кутами, то площу кожного многокутника можна обчислити за формулою (1):

$$S_i = \frac{1}{2} \sin 45^\circ \sum_{i=1}^2 a_i a_{i+1} + \frac{1}{2} \sin 90^\circ \left( \sum_{i=3}^4 a_i a_{i+1} + \sum_{i=1} a_i a_{i+4} \right) \quad (1)$$

де  $a_i$  – значення  $i$ -ого інтегрованого факторного показника по кожному з десяти підприємств-постачальників товару, причому в даному розділі курсової роботи  $i = 5$  (п'ять інтегрованих факторів конкурентоспроможності підприємства).

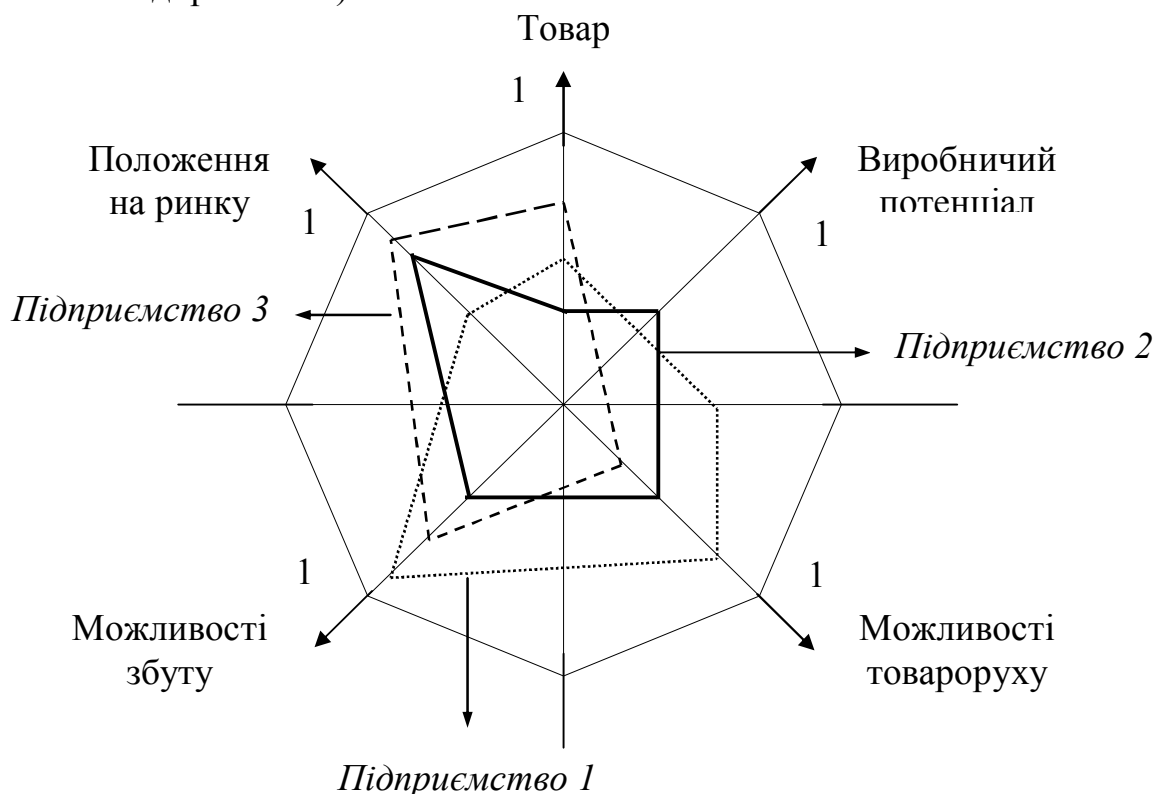


Рис. 8. Побудова многокутника конкурентоспроможності

Результати ранжирування підприємств залежно від площі многокутників слід звести до табл. 4.

### Індивідуальне завдання

Визначте конкурентоспроможність підприємства на ринку, ґрунтуючись на показники, наведені в табл. 3 обома способами: і аналітичним, і графічним. Результати розрахунків повинні бути наведені в такій формі, як це представлено в табл. 4. Багатокутник конкурентоспроможності повинен бути побудований в середовищі Excel для всіх досліджуваних десяти підприємств.

*Таблиця 4. Результати ранжирування підприємств  
за показником конкурентоспроможності*

Підприємство-постачальник товару	Значення площі багатокутника конкурентоспроможності (кв. од.)	Коефіцієнт ранжирування	Коефіцієнт конкурентоспроможності
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			

### **Ключові терміни і поняття**

- конкурентоспроможність підприємства;
- інтегральна оцінка КС;
- аналітичний спосіб оцінки КС;
- графічний спосіб оцінки КС;
- класифікація КС за UNIDO.

### **Питання для повторення**

1. Що таке конкурентоспроможність підприємства (КС)?
2. Які існують методи визначення КС за загальноприйнятою класифікацією за UNIDO?
3. В чому полягає сутність оцінки конкурентоспроможності підприємства аналітичним способом?
4. Визначте передумови застосування графічного методу оцінки конкурентоспроможності підприємства.
5. Яким чином можна побудувати багатокутник конкурентоспроможності підприємства, і що можна визначити за його допомогою?
6. Чому відрізняються показники конкурентоспроможності підприємства, обчислені за допомогою аналітичного і графічного методів?

### **Теми для підготовки доповідей та рефератів**

1. Характеристика визначень конкурентоспроможності підприємства відповідно до класифікації UNIDO.
2. Показники оцінки конкурентоспроможності підприємства.
3. Характеристика методів оцінки конкурентоспроможності на вітчизняних підприємствах.

Допускається підготовка доповідей та рефератів з тем, які виникають з власної ініціативи студентів. Обов'язковою умовою є те, що ці теми повинні співпадати з тематикою заняття та бути узгоджені з викладачем.

## **Тема 5. Діагностика конкурентоспроможності продукції підприємства**

**Кількість годин:** 2

**Мета заняття:** ознайомитись та засвоїти методологічні основи діагностики конкурентоспроможності товару, набути практичних навичок щодо формування стратегії підвищення його конкурентоспроможності на ринку збуту

### **План**

1. Поняття конкурентоспроможності продукції підприємства.
2. Аналіз факторів впливу на конкурентоспроможність продукції.
3. Функція корисності товару як визначник кількісно-якісних характеристик конкурентоспроможного товару.
4. Методика діагностики конкурентоспроможності продукції підприємства.
5. Напрямки підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства.

### **Питання для обговорення**

1. Класифікація та систематизація критеріїв оцінки конкурентоспроможності продукції підприємства.
2. Одиничні, параметричні та інтегральні показники конкурентоспроможності товару.
3. Кількісні параметри оцінки конкурентоспроможності товару підприємства.
4. Якісні параметри оцінки конкурентоспроможності товару підприємства.

### **Методичні рекомендації**

Важливим завданням досліджень є визначення конкурентоспроможності товарів, що реалізують на ринках збуту.

Розрізняють три рівні товару:

- товар за задумом;
- товар в реальному виконанні;
- товар з підкріпленням.

**Товар за задумом** вказує на його базову, чи родову, корисність. Так, базовою корисністю для годинника є вимірювання часу, для шини – забезпечення руху автомобіля тощо. Відтак, родова корисність товару визначає цільовий ринок його збуту. Різні споживачі характеризуються різними споживчими потребами та інтересами. Ідентифікація споживчих потреб дає змогу виявити однорі-

дні відносно до них ринки товарів. Для цих ринків виробляються **товари в реальному виконанні**. Підприємства виготовляють модифікації товарів в реальному виконанні, які відрізняються товарними властивостями і характеристиками. Наприклад, розрізняють кварцові та механічні годинники, діаметральні та радіальні автопокришки тощо.

Товар в реальному виконанні супроводжується додатковими послугами та вигодами (сервісне обслуговування, строк гарантії, кредитування), які розкривають зміст поняття **«товар з підкріпленням»**.

Властивості товарів та спектр додаткових послуг в своїй сукупності створюють їх об'єктивні характеристики, які забезпечують різним товарам різну конкурентоспроможність. При оцінці товару під час його придбання споживач аналізує отримані переваги, які визначають терміном «атрибут». Наприклад, дизайн годинників, сезонність шин. Отже, атрибут формує об'єктивні характеристики товару.

Атрибути товару мають різну значимість для свідомості споживача. Значимість атрибутів відображає цінності та пріоритети, з якими пов'язують отримані вигоди (переваги).

Розрізняють компенсаційну та некомпенсаційну оцінки товару.

Під час **компенсаційної оцінки** слабкі сторони товару можуть бути компенсованими сильними. Для порівняння товарів при цьому використовують адитивні критерії.

Під час **некомпенсаційної оцінки** слабкі сторони товару не можуть бути компенсовані сильними. Для порівняння товарів при цьому використовують лексикографічні критерії. В цілому проблема оцінки товару полягає в порівнянні всієї чи основної маси споживчих характеристик. В якості інтегрального показника для порівняння доцільно використати функцію корисності.

Взагалі визначення функції корисності є складним завданням. В цій роботі студентам пропонується розглянути спосіб оцінки корисності товару, заснований на діагностиці ступеня відповідності реальних значень споживчих характеристик товару бажаному для споживачів значенню цих показників. Передбачається, що корисність для споживача конкретної модифікації товару є тим більшою, чим менш реальні характеристики відрізняються від бажаних споживачами.

При **компенсаційній оцінці товару** загальну корисність від придбання одиниці товару  $U$  необхідно визначати за формулою (2):

$$U = d_1 C + d_2 Q \quad (2)$$

Показники  $C$ ,  $Q$  характеризують ступінь відповідності вартісних і якісних характеристик оцінюваного товару вимогам споживача. Коефіцієнти  $d_1$ ,  $d_2$  вказують на вагомість атрибутів  $C$ ,  $Q$ . Вони повинні також задовольняти вимогам нормування, визначеним формулою (3):

$$0 \leq d_1 \leq 1; \quad 0 \leq d_2 \leq 1; \quad d_1 + d_2 = 1 \quad (3)$$

При оцінці вартості товару споживач аналізує ціну його споживання, яка складається з ціни придбання та ціни експлуатації. Показник, який характеризує відповідність вартісних параметрів товару вимогам споживача, слід розрахувати за формулою (4):

$$C = c_1 g_{\Pi} + c_2 g_E, \quad (4)$$

де  $c_1$  – вагомість характеристики «ціна придбання»;

$c_2$  – вагомість характеристики «ціна експлуатації»;

$g_{\Pi}$  – одиничний параметричний показник, що оцінює відповідність ціни придбання товару бажаному для споживача значенню;

$g_E$  – одиничний параметричний показник, що оцінює відповідність ціни експлуатації товару бажаному для споживача значенню.

Показники  $g_{\Pi}$ ,  $g_E$  розраховують за допомогою формул (5-6):

$$g_{\Pi} = \frac{C_{\Pi}^{max} - C_{\Pi}}{C_{\Pi}^{max} - \hat{C}_{\Pi}}, \quad (5)$$

$$g_E = \frac{C_E^{max} - C_E}{C_E^{max} - \hat{C}_E}, \quad (6)$$

де  $C_{\Pi}^{max}$  – максимальне значення ціни придбання товару;

$C_E^{max}$  – максимальне значення ціни експлуатації товару;

$\hat{C}_{\Pi}$  – бажана ціна придбання товару;

$\hat{C}_E$  – бажана ціна експлуатації товару;

$C_{\Pi}$  – реальна ціна придбання товару;

$C_E$  – реальна ціна експлуатації товару.

Зростання цін придбання та експлуатації товару понад максимальні унеможлиблює споживання товару на аналізованому сегменті ринку. Відтак, граничними умовами входження товару на ринок за ціновими факторами виступають обмеження, відтворені формулою (7):

$$C_{\Pi} \leq C_{\Pi}^{max}; \quad C_E \leq C_E^{max} \quad (7)$$

Показник, що характеризує відповідність якісних параметрів товару вимогам споживачів, визначається за формулою (8):

$$Q = \sum_{k=1}^K a_k \sum_{i=1}^I a_i g_i, \quad (8)$$

де  $k$  – визначений атрибут товару;

$K$  – кількість оцінюваних споживачем товарних атрибутів;

$i$  – визначена товарна характеристика;

$I$  – кількість характеристик, що формують визначений атрибут;

$a_k$  – вагомість  $k$ -го атрибута;

$a_i$  – вагомість  $i$ -го атрибута;

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

Одиничні параметричні показники якості можна розподілити на п'ять груп.

До *першої групи показників* відносять ті, підвищення значення яких є бажаним для споживача. Прикладом може бути збільшення періоду гарантійного обслуговування виробу. Якісний показник для цієї групи параметрів розраховуватиметься за формулою (9):

$$g_i^1 = \frac{P_i - P_i^{\min}}{\bar{P}_i - P_i^{\min}}, \quad (9)$$

де  $P_i^{\min}$  – мінімальне значення якісного  $i$ -го показника, при якому товар допускається на ринок;

$\bar{P}_i$  – значення якісного  $i$ -го показника, при якому споживач повністю задовольняє свої потреби;

$P_i$  – значення якісного  $i$ -го показника аналізованого товару.

Умовою входження товару на ринок за показниками якості першої групи буде обмеження, відтворене формулою (10):

$$P_i \geq P_i^{\min} \quad (10)$$

До *другої групи показників* відносять ті, зменшення значення яких є бажаним для споживача. Прикладом може бути зменшення кількості бензину, споживаного автомобілем на 100 кілометрів пробігу. Якісний показник для цієї групи розраховується за формулою (11):

$$g_i^2 = \frac{P_i^{\max} - P_i}{P_i^{\max} - \bar{P}_i}, \quad (11)$$

де  $P_i^{\max}$  – максимальне значення якісного  $i$ -го показника, при якому товар допускається на ринок.

Умовою входження товару на ринок за показниками якості першої групи буде обмеження, відтворене формулою (12):

$$P_i \leq P_i^{max} \quad (12)$$

До *третьої групи показників* відносять ті, наявність яких є бажаною для споживача. Прикладом може бути наявність телефону при обміні квартири.

Якісний показник для цієї групи дорівнюватиме одиниці (тобто  $g_i^3 = 1$ ), якщо він наявний в товарі. Цей показник дорівнюватиме нулю (тобто  $g_i^3 = 0$ ), якщо він відсутній в товарі.

Якщо якісний показник входить до складу нормативних параметрів, що визначають умови входження товару на ринок, то товар допускається на ринок за умови, що  $g_i = 1$ .

До *четвертої групи показників* відносять ті, відсутність яких є бажаною для споживача. Прикладом є відсутність шкідливих речовин в харчових продуктах.

Якісний показник для цієї групи дорівнюватиме одиниці (тобто  $g_i^4 = 1$ ), якщо він відсутній в товарі. Цей показник дорівнюватиме нулю (тобто  $g_i^4 = 0$ ), якщо він наявний в товарі.

Якщо якісний показник входить до складу нормативних параметрів, що визначають умови входження товару на ринок, то товар допускається на ринок за умови, що  $g_i = 1$ .

До *п'ятої групи показників* відносять ті, відхилення значення яких в обидві сторони від бажаного якісного показника  $P_i$  є неприпустимим для споживача. Прикладом може бути напруження в мережі постачання електричного струму. Товар буде допущений на ринок, якщо дотримуватимуться вимоги, визначені формулою (13):

$$P_i^{min} \leq P_i \leq P_i^{max} \quad (13)$$

Тут можливі два випадки, коли якісний показник перевищує бажаний рівень та коли він нижчий за бажаний рівень. Відповідно до кожного з випадків одиничний параметричний якісний показник буде розраховуватися за формулами (14-15):

$$\text{Якщо } P_i \geq \hat{P}_i, \text{ то } g_i^5 = \frac{P_i^{max} - P_i}{P_i^{max} - \hat{P}_i} \quad (14)$$

$$\text{Якщо } P_i \leq \hat{P}_i, \text{ то } g_i^5 = \frac{P_i - P_i^{min}}{\hat{P}_i - P_i^{min}} \quad (15)$$

При *некомпенсаційній оцінці товару* загальна корисність від придбання одиниці товару можна визначити за формулою (16):

$$U = \sum_{i=1}^n 10^{-(i-1)} g_i, \quad (16)$$



де  $n$  – кількість показників, що ураховуються споживачем при виборі товару.

Слід зауважити, що порядок ураховання показників визначається їх пріоритетністю для споживача. В першу чергу враховуються показники, які є найсуттєвішими для споживача, а вже потім другорядні.

Методика розрахунку параметричних показників  $g_i$  аналогічна методиці при компенсаційній оцінці з тією тільки різницею, що значення  $g_i$  не можуть перевищувати 0,9. Через це процедури розрахунку  $g_i$  дещо відрізняються від запропонованих:

*по-перше*, під час розрахунку показників третьої та четвертої груп показнику  $g_i$  надається значення 0,9, а не одиниця;

*по-друге*, якщо значення  $g_i$ , розраховані для інших груп показників, перевищують значення 0,9, то їх необхідно нормувати. Нормування здійснюється з урахуванням всіх постачальників товару на ринок для однорідних груп показників. Нормоване значення розраховується за формулою (17):

$$g_i^{\text{норм}} = 0,9 \frac{g_i}{g_i^{\text{max}}}, \quad (17)$$

де  $g_i$  – розраховане значення  $i$ -го параметричного показника;

$g_i^{\text{max}}$  – максимальне значення  $i$ -го показника, визначене по всіх постачальниках товару на ринку.

Умови входження товару на ринок для всіх варіантів виконання індивідуальної роботи наведено в таблиці 5.

Таблиця 5. Умови входження товару на ринок

Назва характеристик	Одиниці виміру	Бажане значення	Нормативне значення	Тип характеристики згідно із запропонованою класифікацією
Пропозиція підприємства	одиниць	500	120	–
Ціна споживання	грн. за од.	250	700	2
Імідж товару	частка од.	0,9	0,6	1
Дизайн	частка од.	0,8	0,5	1
Режим роботи	год. на добу	16	8	1
Гарантійний строк	років	2	1	1
Робочий простір	м <sup>3</sup>	25	15-30	5
Навантаження	од./особу	100	100-200	5
Потужність	тонн за рік	150	100-160	5
Викид шкідливих речовин	г/м <sup>3</sup>	20	48	1

Характеристики аналогічних товарів, які пропонуються для продажу на відповідному ринковому сегменті, представлені в табл. 6.

Таблиця 6. Характеристика товарів на ринковому сегменті

Назва характеристик	Постачальник									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Пропозиція підприємства	500	120	120	100	100	110	30	50	75	50
Ціна споживання	200	220	340	230	250	240	700	500	430	499
Імідж товару	0,6	0,5	0,7	0,6	0,6	0,7	0,9	0,8	0,8	0,8
Дизайн	0,5	0,6	0,9	0,7	0,8	0,6	0,8	0,7	0,9	0,9
Режим роботи	16	14	8	12	8	10	14	16	20	8
Гарантійний строк	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1
Робочий простір	24	27	27	16	25	17	20	23	27	27
Навантаження	100	200	115	145	150	185	180	170	160	150
Потужність	150	150	100	120	110	130	140	150	110	100
Викид шкідливих речовин	10	15	20	40	50	10	25	30	35	40

Параметричний показник відповідності параметра «ціна споживання» вимогам споживача для всіх постачальників розраховуються за формулою (5).

Параметричні показники відповідності параметрів «імідж», «дизайн», «режим роботи», «гарантійний строк», «викид шкідливих речовин» вимогам споживача відносяться до першого типа. Їх слід розраховувати за формулою (9).

Параметричні показники відповідності параметрів «робочий простір», «забезпеченість», «потужність» вимогам споживача відносяться до п'ятого типа. Їх слід розраховувати за формулами (14-15) залежно від дотримання вимог (13).

Результати розрахунків параметричних показників відповідності для всіх постачальників на ринку необхідно внести до табл. 7.

Таблиця 7. Значення параметричних показників відповідності вимогам споживача на ринку

Назва характеристик	Постачальник									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ціна споживання										
Імідж товару										
Дизайн										
Режим роботи										
Гарантійний строк										
Робочий простір										
Навантаження										
Потужність										
Викид шкідливих речовин										

Показник, що характеризує відповідність вартісних параметрів  $C$  вимогам споживача, в індивідуальній роботі співпадає із значенням  $g_{\Pi}$ , оскільки споживач не враховує вартість експлуатації.

Атрибут «експлуатаційні характеристики» формують параметри «режим роботи» та «гарантійний строк». Відповідність атрибута «експлуатаційні характеристики» товару визначеного постачальника вимогам споживача розрахову-

ють з урахуванням якісних параметрів за формулою (8) та за даними *Додатку А*.

Атрибут «технічні характеристики» формують параметри «робочий простір», «навантаження», «потужність» та «викид шкідливих речовин». Відповідність атрибута «технічні характеристики» товару визначеного постачальника вимогам споживача розраховують з урахуванням якісних параметрів за формулою (8) та даними індивідуального варіанта *Додатку А*.

Атрибут «якість товару» формують параметри «імідж товару», «дизайн», «експлуатаційні характеристики» та «технічні характеристики». Відповідність атрибута «якість товару» товару визначеного постачальника вимогам споживача розраховують з урахуванням якісних параметрів за формулою (8) та за даними *Додатку А*.

Одинична корисність товару розраховується для кожного постачальника за формулою (2) та даними *Додатку А*. Результати цих розрахунків зводяться до табл. 8.

*Таблиця 8. Значення одиничної корисності товарів за умов компенсаційної оцінки*

Назва характеристик	Постачальник									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ціна споживання										
Імідж товару										
Дизайн										
Експлуатаційні характеристика										
Технічні характеристики										
Якість										
Одинична корисність										

Для здійснення студентами *некомпенсаційної оцінки* параметри (факторні характеристики) необхідно враховувати з тим пріоритетом, який визначений порядком їх чергування в табл. 5, починаючи з іміджу.

Рангові значення параметричних показників відповідності бажаним значенням необхідно розрахувати і представити так, як це представлено в табл. 9.

*Таблиця 9. Рангові значення параметричних показників відповідності товару бажаним значенням*

Назва характеристик	Постачальник									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ціна споживання										
Імідж товару										
Дизайн										
Режим роботи										
Гарантійний строк										
Робочий простір										
Навантаження										
Потужність										
Викид шкідливих речовин										

Після цього відповідно до формули (16) студентам необхідно визначити одиничну корисність всіх постачальників товару на ринку і подати їх у вигляді табл. 10.

*Таблиця 10. Значення одиничної корисності товарів  
за умов некомпенсаційної оцінки*

<i>Постачальник</i>	<i>Одинична корисність вироблюваних товарів</i>
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

Далі для позиціонування пропозиції товарів на ринковому сегменті слід використати дві характеристики:

- характеристику відповідності товару вимогам споживача;
- характеристику відповідності товарів між собою.

Одинична корисність товару, розрахована за описаною вище методикою, визначає першу характеристику позиціонування. Ранжирування товарів, які увійшли до спектру аналізованих, зі зменшенням значень одиничної корисності в значній мірі визначають позицію окремого товару в загальній їх масі.

Чим вищим є значення одиничної корисності, тим більш конкурентоспроможним є товар. Однак значення одиничної корисності не відтворює ступінь відповідності товарів між собою.

Друга характеристику позиціонування можна визначити наступним чином:

- для кожного аналізованого товару розраховується відстань між ним та товаром з «ідеальними» для споживача параметрами. Ідеальний товар, який забезпечує повне задоволення потреб споживачів, повинен відповідати вимогам, що відтворені формулами (18):

$$C_{\Pi} = \hat{C}_{\Pi}; \quad C_E = \hat{C}_E; \quad P_i = \hat{P}_i, \quad (18)$$

тобто ціна споживання, ціна експлуатації та значення кожного параметра якості товару повинні відповідати бажаним значенням.

При оцінці «ідеального» товару значення всіх одиничних параметричних показників відповідності дорівнюватимуть одиниці (тобто  $g'_i = 1$ ).

Відстань між досліджуваним та «ідеальним» товарами  $l_i$  потрібно визначити за формулою (19) по всій сукупності параметрів  $n$ :

$$l_i = \sqrt{\sum_{i=1}^n (g'_i - g_i)^2} \quad (19)$$

- різниця  $l_i - l_r$  відтворює близькість  $i$ -ого та  $r$ -ого товарів.

Обидві визначені характеристики використовуються в якості координат позиціонування. Перша координата характеризує одиничну корисність товару  $U_i$ , друга –  $l_i$ . Процедура позиціонування полягає в розрахунку координат кожного товару і розміщенні відповідної точки на координатній площині. Якщо точки групуються, ще свідчить про те, що в загальній масі є групи товарів, які займають різні позиції на ринковому сегменті.

Для ілюстрації здійснених процедур необхідно здійснити позиціонування товарів за умов їх компенсаційної та некомпенсаційної оцінок (рис. 9 та рис. 10). Зведені значення координат позиціонування товарів при компенсаційній та некомпенсаційній оцінках слід попередньо занести до табл. 11.

Таблиця 11. Зведені значення координат позиціонування товарів

Постачальник	Компенсаційна оцінка		Некомпенсаційна оцінка	
	одинична корисність	відстань	одинична корисність	відстань
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				

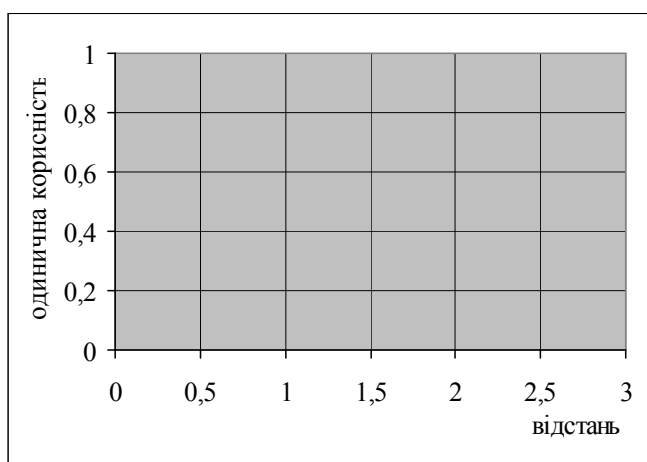


Рис. 9. Позиціонування пропозиції товарів при компенсаційній оцінці

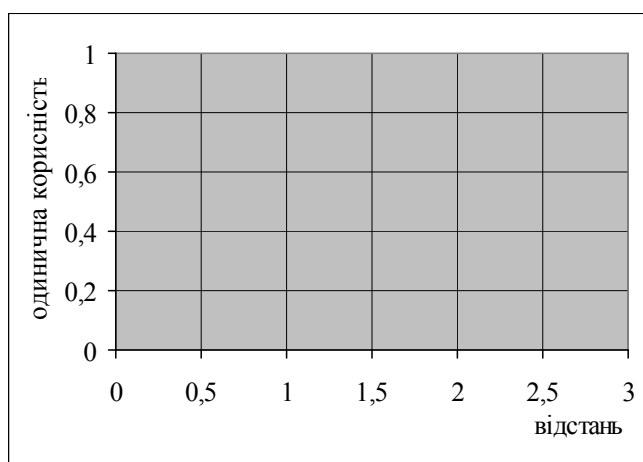


Рис. 10. Позиціонування пропозиції товарів при некомпенсаційній оцінці

Ранжирування товарів по мірі зменшення одиничної корисності дає змогу порівняти їх конкурентоспроможність. Конкурентоспроможність буде падати по мірі віддалення від початку рангового списку. Загальну оцінку конкурентоспроможності  $KC_i$  конкретного  $i$ -ого товару можна здійснити за допомогою співвідношення (20):

$$KC_i = \frac{U_i}{U'_i} \quad (20)$$

де  $U_i$  – одинична корисність  $i$ -ого товару;

$U'_i$  – одинична корисність «ідеального» товару.

За цією методикою при компенсаційній оцінці одинична корисність ідеального товару дорівнює одиниці, тобто  $U'_i = 1$ . Тоді конкурентоспроможність товару  $KC_i$  дорівнює значенню одиничної корисності  $i$ -ого товару, тобто  $KC_i = U_i$ .

При некомпенсаційній оцінці корисність «ідеального» товару дорівнює 0,99...9, тобто  $U'_i = 0,99...9$ , де кількість знаків після коми співпадає з кількістю параметрів (факторів). Загальну оцінку конкурентоспроможності  $KC_i$  конкретного  $i$ -ого товару можна здійснити за допомогою співвідношення (21):

$$KC_i = \frac{U_i}{0,99...9} \quad (21)$$

Для більш детальної оцінки конкурентоспроможності товару необхідно:

- виявити структуру його конкурентних переваг;
- визначити ринкову силу товару.

**Конкурентні переваги товару** обумовлені різними факторами. В загальному вигляді їх можна згрупувати в дві класифікації: вони можуть бути внутрішніми та зовнішніми.

**Зовнішні конкурентні переваги** ґрунтуються на таких якостях товару, які визначають цінність для покупця (наприклад, скорочення витрат експлуатації, підвищення ефективності використання товару).

**Внутрішні конкурентні переваги** засновані на лідерстві підприємства в сфері виробничих витрат та ступеня управління ними. Ці витрати створюють цінність для товаровиробника.

При компенсаційній оцінці товару його внутрішні та зовнішні конкурентні переваги визначаються за допомогою формул (22-23):

$$U_{BH} = d_1 c_1 \frac{C_{\Pi}^{max} - C_{\Pi}}{C_{\Pi}^{max} - \bar{C}_{\Pi}} \quad (22)$$

$$U_{ЗОВН} = d_1 c_2 \frac{C_E^{max} - C_E}{C_E^{max} - \bar{C}_E} + d_2 Q \quad (23)$$

Неважко замітити, що  $U_{ЗОВН} + U_{ВН} = U$ .

За умов некомпенсаційної оцінки товару його внутрішні та зовнішні конкурентні переваги визначаються за допомогою формул (24-25):

$$U_{ВН} = 10^{-(m-1)} g_m \quad (24)$$

$$U_{ЗОВН} = U - U_{ВН} \quad (25)$$

де  $g_m$  – показник, що характеризує відповідність ціни споживання товару бажаному споживачами значенню;

$m$  – номер позиції, що характеризує значимість атрибута «ціна споживання» в загальній системі оцінки товару споживачами.

**Ринкова сила товару** залежить від можливості підвищення ціни його придбання без втрати конкурентної позиції. Максимально можливе підвищення ціни придбання власне і визначає ринкову силу товару.

При компенсаційній оцінці ринкова сила товару, що займає  $i$ -ту конкурентну позицію, може бути визначена із співвідношення (26):

$$U_{i+1} = d_1 c_1 \frac{C_{\Pi}^{max} - C_{\Pi_i}^{max}}{C_{\Pi}^{max} - \hat{C}_{\Pi}} + U_{ЗОВН_i} \quad (26)$$

Розв'язання рівняння (26) у вигляді (27) визначає максимально можливе збільшення ціни придбання товару  $C_{\Pi_i}^{max}$ , що має  $i$ -ту конкурентну позицію.

$$C_{\Pi_i}^{max} = C_{\Pi}^{max} + \frac{C_{\Pi}^{max} - \hat{C}_{\Pi}}{d_1 c_1} (U_{ЗОВН_i} - U_{i+1}) \quad (27)$$

При некомпенсаційній оцінці ринкова сила товару, що займає  $i$ -ту конкурентну позицію, може бути визначена із співвідношення (28):

$$U_{i+1} = 10^{-(m-1)} \frac{C_{\Pi}^{max} - C_{\Pi_i}^{max}}{C_{\Pi}^{max} - \hat{C}_{\Pi}} + U_{ЗОВН_i} \quad (28)$$

Розв'язання рівняння (28) у вигляді (29) визначає максимально можливе збільшення ціни придбання товару  $C_{\Pi_i}^{max}$ , що має  $i$ -ту конкурентну позицію.

$$C_{\Pi_i}^{max} = C_{\Pi}^{max} + \frac{C_{\Pi}^{max} - \hat{C}_{\Pi}}{10^{-(m-1)}} (U_{ЗОВН_i} - U_{i+1}) \quad (29)$$

Використовуючи формули (22-23) та (26-27) для компенсаційної оцінки,

необхідно визначити величини внутрішніх і зовнішніх конкурентних переваг, а також ринкову силу товару, представивши отримані показники у табличному вигляді (табл. 12). Використовуючи формули (24-25) та (28-29) для некомпенсаційної оцінки, необхідно визначити величини внутрішніх і зовнішніх конкурентних переваг, а також ринкову силу товару, представивши отримані показники у табличному вигляді (табл. 12).

За результатами виконання цього розділу студенту необхідно обов'язково зробити висновки щодо конкурентоспроможності товарів, які пропонуються на ринку підприємствами, надати ґрунтовні пропозиції щодо поліпшення стану.

*Таблиця 12. Структура конкурентних переваг товару за умов компенсаційної та некомпенсаційної оцінок*

Постачальник	Одинична корисність товару	Конкурентні переваги				Ринкова сила	
		Внутрішні		Зовнішні		абс.	%
		абс.	%	абс.	%		
1							
2							
3							
4							
5							
6							
7							
8							
9							
10							

### Індивідуальне завдання

Визначте конкурентоспроможність товару підприємства на ринку, ґрунтуючись на показники, наведені в табл. 5-6, керуючись формулами (2-29). Результати розрахунків повинні бути наведені в такій формі, як це представлено в табл. 7-12. За отриманими результатами необхідно зробити висновки.

### Ключові терміни і поняття

- конкурентоспроможність товару підприємства;
- інтегральна оцінка КС товару;
- ринкова сила товару;
- компенсаційна оцінка КС товару;
- некомпенсаційна оцінка КС.

### Питання для повторення

1. Що таке конкурентоспроможність товару підприємства?
2. Які існують методи визначення КС товарів?



3. В чому полягає сутність визначення конкурентоспроможності товару відповідно до компенсаційної оцінки?

4. В чому полягає сутність визначення конкурентоспроможності товару відповідно до некомпенсаційної оцінки?

5. Що таке ринкова сила товару, і яким чином вона впливає на результати конкурентоспроможності товару?

### **Теми для підготовки доповідей та рефератів**

1. Поняття конкурентоспроможності товару та методи її оцінки на вітчизняних підприємствах.

2. Дослідження функції бажаності товару та її вплив на конкурентоспроможність товару. Приклади визначення бажаності товарів.

3. Компенсаційна оцінка конкурентоспроможності товару.

4. Некомпенсаційна оцінка конкурентоспроможності товару.

Допускається підготовка доповідей та рефератів з тем, які виникають з власної ініціативи студентів. Обов'язковою умовою є те, що ці теми повинні співпадати з тематикою заняття та бути узгоджені з викладачем.

### **Тема 6. Діагностика майна і ринкова цінність підприємства**

**Кількість годин:** 2

**Мета заняття:** ознайомитись та засвоїти методологічні основи діагностики майна і ринкової вартості вітчизняних підприємств

#### **План**

1. Здійснення ринкової оцінки майна підприємства.

2. Визначення та характеристика ринкової цінності підприємства.

3. Методи і моделі здійснення економічної діагностики майна підприємства.

4. Узагальнена критеріальна оцінка ринкової вартості підприємства та його активів.

5. Напрямки підвищення ринкової цінності підприємства.

#### **Питання для обговорення**

1. Поняття ринкової вартості майна підприємства.

2. Поняття ринкової вартості підприємства.

3. Особливості діагностики ринкової вартості підприємства.

4. Показники для оцінки ринкової вартості майна і самого підприємства.

5. Нормативно-правові основи здійснення ринкової оцінки майна на вітчизняних підприємствах.

## Методичні рекомендації

Сьогодні для визначення ринкової вартості майна та самих підприємств в Україні використовують Методику оцінки вартості майна під час приватизації, затверджену Постановою Кабінету Міністрів України від 12 жовтня 2000 р. №1554.

Згідно з цією Методикою проводиться оцінка вартості майна, яке відповідно до Державної програми приватизації на 2000-2002 рр. та інших актів законодавства підлягає продажу, внесенню до статутних фондів господарських товариств, а також аналіз фінансового стану підприємств за спрощеною схемою.

Відповідно до цієї Методики оцінюються цілісні майнові комплекси, у тому числі їх необоротні та оборотні активи, індивідуально визначене майно, частки, паї, акції, у тому числі пакети акцій, об'єкти незавершеного будівництва, що не входять до складу цілісних майнових комплексів і приватизуються окремо, а також будь-яке інше майно, що належить державі або господарському товариству, в якому держава володіє часткою не менше 25% відсотків статутного фонду. Також згідно з Методикою визначається розмір статутного фонду господарського товариства, початкова вартість майна у разі його продажу на конкурентних засадах, ціна майна у разі його викупу.

У Методиці наведені нижче поняття вживаються у такому значенні:

**оцінка** – процес визначення вартості майна за встановленою процедурою на певну дату;

**незалежна оцінка** – визначення певного виду вартості майна експертом за договором із замовником;

**стандартизована оцінка** – визначення розміру статутного фонду ВАТ у процесі приватизації (корпоратизації) на засадах незалежної оцінки активів або даних бухгалтерського обліку, а також визначення вартості майна у випадках, передбачених Методикою, з використанням стандартної методології та стандартного набору вихідних даних;

**ціна майна (внеску)** – грошова сума, за якою можливий перехід права власності на об'єкт оцінки або передача права управління ним; грошовий еквівалент вартості майна, визначений за допомогою незалежної чи стандартизованої оцінки;

**початкова вартість майна** – ціна, з якої розпочинається продаж майна встановленими законодавством способами, що передбачають конкуренцію покупців та зміну цієї ціни під час продажу;

**балансова вартість активів** – вартість, за якою активи відображено в балансі підприємства, після вирахування суми накопиченої амортизації;

**переоцінена вартість активів** – вартість, за якою активи відображаються в передавальному балансі підприємства, складеному на дату оцінки, у тому числі активи, що підлягали переоцінці на засадах незалежної оцінки відповідно до порядку та у випадках, передбачених цією Методикою, а також відповідними положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку;

**справедлива (ринкова) вартість** – вірогідна ціна, за яку майно може бути продано на дату оцінки на відкритому конкурентному ринку за відсутності до-

даткових інвестиційних умов угоди між обізнаними, заінтересованими та незалежними сторонами;

**інвестиційна вартість** – вартість майна за конкретних додаткових інвестиційних умов договору;

**вартість діючого підприємства (цілісного майнового комплексу)** – вартість підприємства, що формується завдяки функціонуванню його як діючого та єдиного цілого і є сумою капіталізованих доходів від його діяльності, збільшеною на вартість надлишкових активів підприємства, визначену виходячи з найкращого альтернативного варіанта використання цих активів, у тому числі їх ліквідації;

**ринкова вартість підприємства при існуючому використанні** – сукупна переоцінена вартість активів, що використовуються підприємством запланованим способом з метою отримання поточного фінансового результату, збільшена на переоцінену вартість надлишкових активів, що оцінюються виходячи з найкращого варіанта їх альтернативного використання, включаючи вартість ліквідації, та зменшена на суму зобов'язань;

**надлишкові активи** – активи підприємства, що в даний час не використовуються ним для отримання фінансового результату та використання яких на даному підприємстві у зазначений спосіб та належним чином є фізично неможливим або економічно неефективним;

**заставна вартість** – дисконтована на дату оцінки справедлива (ринкова) вартість необоротного активу, визначена на передбачувану дату закінчення терміну дії договору застави з метою укладення договору застави майна;

**договір на проведення незалежної оцінки майна** – договір між замовником оцінки та експертом, визначеним у випадках, передбачених цією Методикою на конкурсних засадах у порядку, встановленому Фондом державного майна, відповідно до якого експерту доручається проводити незалежну оцінку майна;

**цілісний майновий комплекс** – об'єкт, сукупність активів якого забезпечує провадження окремої господарської діяльності на постійній і регулярній основі. Цілісними майновими комплексами можуть бути структурні підрозділи підприємств (цехи, виробництва, дільниці тощо), які виділяються в установленому порядку в самостійні об'єкти з подальшим складанням розподільного балансу і можуть бути зареєстровані як самостійні підприємства;

**індивідуально визначене майно** – інвентарні об'єкти або групи інвентарних об'єктів та інше окреме майно, що може реалізуватися способами, визначеними законодавством, як окремих самостійний об'єкт;

**власні кошти підприємства** – кошти, отримані підприємством протягом звітного періоду внаслідок звичайної діяльності, а також амортизаційні відрахування з матеріальних та нематеріальних необоротних активів, нараховані протягом звітного періоду;

В основу незалежної оцінки майна, у тому числі цілісних майнових комплексів, покладаються загальновідомі в світовій практиці базові принципи. Враховуються фактори попиту і пропонування на аналогічні об'єкти, ліквідності, впливу зовнішнього середовища та наявності ринків збуту продукції; ризики, пов'язані з діяльністю об'єкта оцінки, отриманням прибутків та інвестуванням

коштів для його придбання; ступінь контролю над бізнесом, що є об'єктом оцінки; поточна та прогнозована прибутковість діяльності тощо.

Для проведення незалежної оцінки майна використовуються такі загальновідомі методичні підходи:

- *витратний (майновий)*;
- *підхід, що базується на капіталізації доходів* (пряма капіталізація доходу та дисконтування майбутніх грошових потоків);
- *порівняльний (аналогів продажу)*.

Використання зазначених підходів та вибір виду вартості ґрунтується на визначеній меті оцінки, яка залежить від способу відчуження майна, що є об'єктом оцінки. Вибір підходів до оцінки та вид вартості майна, що визначається, обов'язково обґрунтовуються експертом у звіті про оцінку майна. Під час проведення незалежної оцінки майна експертом використовуються кілька підходів з подальшим узагальненням результатів оцінки, отриманих з їх використання. Неможливість або недоцільність застосування певного підходу експертом також обґрунтовується у звіті.

***Порядок проведення оцінки вартості майна:***

1) утворення державним органом приватизації (органом, уповноваженим управляти державним майном) інвентаризаційної комісії у складі працівників підприємства та визначення дати попередньої інвентаризації необоротних активів з метою складання їх основного переліку, згідно з яким проводитиметься незалежна оцінка на дату оцінки;

2) визначення цими органами дати оцінки розміру статутного фонду ВАТ;

3) проведення інвентаризаційною комісією попередньої інвентаризації необоротних активів та затвердження її результатів у термін, що не перевищує 15 календарних днів від встановленої дати попередньої інвентаризації, але не пізніше ніж за 10 календарних днів до визначеної дати оцінки;

4) складання та затвердження державним органом приватизації (органом, уповноваженим управляти державним майном) основного переліку необоротних активів, що підлягають незалежній оцінці, у 5-денний термін від дати надання інвентаризаційною комісією результатів їх попередньої інвентаризації;

5) відбір державним органом приватизації на конкурентних засадах експерта, що проводитиме незалежну оцінку необоротних активів, та укладання з ним договору на проведення незалежної оцінки у трижизневий термін, але не пізніше ніж за п'ять днів до визначеної дати оцінки;

6) уточнення інвентаризаційною комісією у 20-денний термін після визначеної дати оцінки результатів попередньої інвентаризації необоротних активів на дату оцінки, проведення повної інвентаризації інших активів та зобов'язань і схвалення протокольним рішенням комісії з приватизації (корпоратизації) зведеного акта інвентаризації та додаткового переліку необоротних активів, що підлягають незалежній оцінці згідно з вимогами пункту 19 Методики і передання їх до державного органу приватизації;

7) проведення експертом незалежної оцінки необоротних активів згідно з основним та додатковим переліками і подання у термін, що не перевищує 35 календарних днів від дати оцінки, висновків про вартість майна та звіту про

оцінку майна до державного органу приватизації для рецензування їх відповідності встановленим законодавством методичним вимогам;

8) проведення державним органом приватизації рецензування матеріалів незалежної оцінки необоротних активів та надання експерту висновків рецензування у 10-денний термін від дати надходження цих матеріалів;

9) усунення в 3-денний термін експертом зауважень державного органу приватизації та подання доопрацьованих матеріалів незалежної оцінки до державного органу приватизації для здійснення контролю та підписання акта приймання-передачі робіт;

10) надання державним органом приватизації до комісії з приватизації (корпоратизації) матеріалів незалежної оцінки необоротних активів та акта приймання-передачі робіт для затвердження висновків експерта не пізніше ніж за 10 календарних днів до закінчення терміну підготовки та затвердження акта оцінки вартості майна підприємства;

11) розгляд та затвердження протокольним рішенням комісії з приватизації (корпоратизації) висновку про вартість майна та надання матеріалів незалежної оцінки підприємству для коригування даних бухгалтерського обліку в частині вартості необоротних активів та підготовки передавального балансу;

12) складання підприємством у 5-денний термін з дати отримання затверджених матеріалів незалежної оцінки передавального балансу на дату оцінки за наслідками інвентаризації та відповідно до результатів незалежної оцінки необоротних активів і подання його разом з висновками аудиторської перевірки та іншими матеріалами, що вимагаються для проведення оцінки, комісії з приватизації (корпоратизації);

13) складання комісією з приватизації (корпоратизації) та затвердження державним органом приватизації (органом, уповноваженим управляти державним майном) акта оцінки вартості майна підприємства згідно з цією Методикою, в термін, що не перевищує 2 місяців від визначеної дати оцінки.

Підсумковий звіт оцінки вартості майна представляється в табличному вигляді (табл. 13).

*Таблиця 13. Оцінка ринкової вартості підприємства та його майна*

№ рядка	Показник	Усього, тис. грн.	У тому числі	
			що належать державі	що належать орендарю
1	2	3	4	5
1.	Необоротні активи, усього, у тому числі:			
1.1.	Залишкова вартість нематеріальних активів, усього, у тому числі:			
	права користування природними ресурсами			
	права користування майном			
	права на знаки для товарів і послуг			
	права на об'єкти промислової власності			
	авторські та суміжні з ними права			
	гудвіл			
	інші нематеріальні активи			

Продовження табл. 13

1	2	3	4	5
1.2.	Незавершене будівництво			
1.3.	Залишкова вартість основних засобів, усього, у тому числі:			
	земельні ділянки			
	капітальні витрати на поліпшення			
	земель			
	будинки та споруди			
	машини та обладнання			
	транспортні засоби			
	інструменти, прилади, інвентар			
	робоча і продуктивна худоба			
	багаторічні насадження			
	інші основні засоби			
1.4.	Довгострокові фінансові інвестиції, усього у тому числі:			
	ті, що обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств			
	інші фінансові інвестиції			
1.5.	Довгострокова дебіторська заборгованість			
1.6.	Відстрочені податкові активи			
1.7.	Інші необоротні активи			
2.	Оборотні активи, усього у тому числі:			
2.1.	Запаси			
2.2.	Векселі одержані			
2.3.	Дебіторська заборгованість за товари (роботи, послуги), усього, у тому числі:			
	первісна вартість			
	резерв сумнівних боргів			
2.4.	Дебіторська заборгованість за розрахунками, усього, у тому числі:			
2.4.1.	З бюджетом			
2.5.	Інша поточна дебіторська заборгованість			
2.6.	Поточні фінансові інвестиції			
2.7.	Грошові кошти та їх еквіваленти, усього, у тому числі:			
	у національній валюті			
	у іноземній валюті			
2.8.	Інші оборотні активи			
3.	Витрати майбутніх періодів			
4.	Доходи майбутніх періодів			
5.	<b>Сукупна вартість цілісного майнового комплексу (сума рядків 1, 2, 3)</b>			
6.	Забезпечення наступних витрат і платежів, усього, у тому числі:			
6.1.	Цільове фінансування			
7.	Довгострокові зобов'язання			
8.	Поточні зобов'язання, усього, у тому числі:			
8.1.	Прострочені зобов'язання за розрахунками з бюджетом			
8.2.	Прострочені зобов'язання за розрахунками за оренду державного майна			x
9.	<b>Чиста вартість цілісного майнового комплексу (рядок 5 - (рядок 6 - рядок 6.1) - рядок 7 - рядок 8)</b>			
10.	Вартість майна, що вилучається, усього, у тому числі:			x
10.1.	Вартість державного житлового фонду			x
10.2.	Вартість об'єктів, що не підлягають приватизації			x
10.3.	Вартість об'єктів, щодо яких законодавством встановлений особливий режим приватизації			x
11.	<b>Чиста вартість цілісного майнового комплексу для визначення розміру статутного фонду (рядок 9 - рядок 10)</b>			
12.	Додаткова вартість майна, що одержана в результаті застосування заходів фінансової реструктуризації (графа 3 рядка 8.1 + графа 3 рядка 8.2 - графа 3 рядка 2.4.1)(в орендного підприємства одержане значення вноситься тільки у графу 4)			x

Продовження табл. 13

1	2	3	4	5
13.	Вартість державного майна, що підлягає приватизації (статутний фонд відкритого акціонерного товариства, що створюється на базі майна державного підприємства) (графа 3 рядка 11 + графа 3 рядка 12 (у разі прийняття рішення про фінансову реструктуризацію))			x
14.	Вартість оборотних засобів, зданих в оренду, з урахуванням індексації ((рядок 14.1 + рядок 14.2) - рядок 14.3) x рядок 14.4) (у разі коли сума рядків 14.1 та 14.2 менша від показника рядка 14.3, показники рядка 14 дорівнюють нулю), у тому числі:			x
14.1.	Запаси і затрати, які входять у валюту балансу			x
14.2.	Фінансові активи			x
14.3.	Кредиторська заборгованість			x
14.4.	Коефіцієнт індексації оборотних засобів, зданих в оренду			x
15.	Заборгованість орендаря з викупу оборотних активів			x
16.	Вартість державного майна, що підлягає приватизації, з урахуванням зобов'язань орендаря перед державою (графа 4 рядка 11 + рядок 12 + рядок 14 (або рядок 15) + графа 5 рядка 8.2)			x
17.	Залишок амортизації, нарахованої на орендовані необоротні активи, не використаний на дату оцінки			x
18.	<b>Статутний фонд відкритого акціонерного товариства, що створюється на базі державного майна та майна, що належить орендарю (графа 5 рядка 18.1 + графа 4 рядка 18.2)</b>		x	x
18.1.	Частка орендаря (графа 5 рядка 11) (у разі від'ємного значення показника через ризик фіксується нуль, що є підсумком за цим рядком)			
18.2.	Частка держави (графа 4 рядка 16 + графа 4 рядка 17)		x	x

Примітка. Під час оцінки розміру статутного фонду відкритого акціонерного товариства, що створюється на базі державного підприємства, заповнюються графи 1, 2, 3, 4 рядків 1-13 (крім рядка 8.2).

### Ключові терміни і поняття

- майно підприємства;
- ринкова вартість майна підприємства;
- ринкова вартість підприємства;
- діагностика майна підприємства;
- оцінка майна.

### Питання для повторення

1. Які нормативно-правові документи в Україні визначають передумови здійснення оцінки ринкової вартості майна підприємств різних форм власності та галузевої приналежності?

2. Які методики використовуються на вітчизняних підприємствах для оцінки їх ринкової вартості?

3. В чому полягає комплексність оцінки майна підприємства?

4. Чи увіходять активи до ринкової вартості підприємства? Як їх структура впливає на оцінку майна підприємства?

5. Що лежить в основі діагностики ринкової вартості підприємства та його майна? Якими принципами і правилами слід керуватися при здійсненні комплексної оцінки діяльності підприємства?

## Теми для підготовки доповідей та рефератів

1. Структура Методики оцінки вартості майна під час приватизації, затверджена Постановою Кабінету Міністрів України від 12 жовтня 2000 р. №1554.

2. Приклад діагностики майна та ринкової вартості підприємства будь-якої галузі та галузевої приналежності.

Допускається підготовка доповідей та рефератів з тем, які виникають з власної ініціативи студентів. Обов'язковою умовою є те, що ці теми повинні співпадати з тематикою заняття та бути узгоджені з викладачем.

### Тема 7. *Управлінська діагностика*

**Кількість годин:** 2

**Мета заняття:** ознайомитись та засвоїти методологічні основи управлінської діагностики на вітчизняних підприємствах

#### План

1. Особливості прийняття управлінських рішень на підприємстві.
2. Створення передумов для прийняття високоефективних управлінських рішень. Основи управлінської діагностики.
3. Методика оцінки ступеня обґрунтованості управлінських рішень.
4. Напрямки підвищення обґрунтованості управлінських рішень, що приймаються в межах підприємства.

#### Питання для обговорення

1. Поняття управлінської діагностики на підприємстві.
2. Діагностика антикризового управління підприємством, її складові елементи та їх характеристика.
3. Принципи управлінської діагностики.
4. Критерії оцінки ефективності прийняття конструктивних управлінських рішень, їх застосування та комплексність.

#### Методичні рекомендації

Категорія *антикризового управління* встановлює понятійну демаркацію одного типу управління від іншого. Багатозначність економічного, особливо управлінського, розуміння цієї категорії обумовлюється двоїстою природою кризи, що одночасно творить і руйнує, тобто формує передумови і створює передумови для подальшого розвитку і звільняє від колишньої стратегії бізнесу.

Відповідно до цієї теорії, що акцентує увагу на руйнівній функції кризи, кризи пропонують сприймати як ситуацію, що загрожує існуванню підприємст-



ва. Кризова ситуація в такому випадку вимагає негайного подолання, локалізації наслідків методами антикризового управління, щоб зберегти матеріальну основу для продовження господарсько-економічної діяльності при гострому дефіциті оборотних коштів.

Своєчасне розпізнання ознак і природи кризи, її локалізація, використання елементів дослідження як міри превентивної санації і відновлення платоспроможності складають сутність цілей діагностики в антикризовому управлінні.

Тим часом проблема діагностики в антикризовому управлінні відноситься до числа мало досліджених у вітчизняній економічній і управлінській науці. Це пояснюється тривалим пануванням в економіці, що виключає кризи. Природно, такий підхід вихолостив у теорії і практиці управління всю специфічну проблематику антикризового управління, включаючи антикризову діагностику.

Будь-яке підприємство є системою тому, що складається з взаємозалежних елементів, зв'язків, відносин і являє собою їхню цілісність. Система може знаходитися в стійкому або в хитливому стані. Процеси розвитку систем періодичні і не всі керовані. Наростання складності організації і виробництва вимагає реконструкції управління, його випереджального розвитку.

**Управління складними системами апіорі є антикризовим** на всіх етапах функціонування і розвитку, а уміння передбачити, розпізнати кризу повинне визначати ефективність управлінських рішень. Таким чином, антикризове управління можна визначити як систему управлінських заходів і рішень з діагностики, попередження, нейтралізації і здолання кризових явищ і їхніх причин на всіх рівнях економіки. Воно повинно охоплювати всі стадії розвитку кризового процесу, у тому числі і його профілактику, попередження.

Однією з істотних особливостей кризи і, відповідно, суб'єктивної реакції є фактор часу. Час, як відомо, завжди має економічну ціну, особливо значну в період кризи. Наприклад, оцінка вартості бізнесу, обумовлена за допомогою дисконтування грошового потоку, на базі стохастичних моделей для діагностики кризи, її етапів, і оцінка вартості діючого підприємства включає фактор часу.

**Антикризове управління** актуалізує функціональні аспекти з виявлення причин, що перешкоджають оздоровленню підприємства, і радикалізації заходів, що відновлюють його платоспроможність. Для підприємств, що досягли стадії розвитку і підйому у своєму життєвому циклі, економічна сторона кризи а відтак і необхідність діагностики виражається в дефіциті коштів, необхідних для здійснення виробництва і розрахунків з кредиторами.

Індивідуальність соціально-економічної системи вимагає об'єднання діагностики фінансово-економічного стану підприємства зі здійсненням заходів превентивної санації і проведенням превентивних досліджень. У цьому відношенні деталізація поняття «криза» пояснює процесуальну сторону антикризового управління, оскільки фази кризи і стадії розвитку кризових ситуацій обумовлюють стадії антикризових заходів, але не навпаки.

*Перша стадія кризи*, часто прихована, – це падіння граничної ефективності капіталу, показників ділової активності фірми, зниження рентабельності й обсягів прибутку. Унаслідок цього погіршується фінансовий стан підприємства, скорочуються джерела і резерви розвитку.

Антикризове рішення цих проблем може лежати як в області перегляду стратегії фірми і реструктуризації підприємства, так і її тактики, що веде до зниження витрат, скорочення штатів управлінського апарату і робочих місць, підвищення продуктивності праці тощо. Однак масштаб і складність проблем можна визначити і попередити тільки на стадії діагностики, установивши мету і методи діагностування, властиві даному етапу.

*Друга стадія кризи* – поява збитковості виробництва. Дана проблема зважується засобами стратегічного управління і реалізується за допомогою добровільної реструктуризації підприємства. Застосовувані в цьому випадку способи розпізнавання відмінні від інших своєю спрямованістю, методами і вимогами до вихідної інформації.

*Третя стадія* означає практичну відсутність власних засобів і резервних фондів у підприємства. Це негативно впливає на перспективи його розвитку, довгострокове і середньострокове планування грошових потоків, раціональне бюджетування і сполучено зі значним скороченням виробництва, оскільки значна частина оборотних коштів направляється на погашення збитків і обслуговування кредиторської заборгованості.

Реструктуризація підприємства і програма стабілізації фінансово-економічного стану вимагають екстрених заходів з пошуку засобів для їхнього здійснення. У випадку неприйняття таких оперативних заходів настає криза ліквідності і банкрутство (результат регресії четвертої стадії). Особливість діагностики на цій стадії полягає в розрахунку діагностичної цінності ознак, що характеризують кризу і рівень ризику при прийнятті управлінських рішень для екстреного варіанта перебування оборотних коштів.

*Четверта стадія* – стан гострої неплатоспроможності. У підприємства немає можливості профінансувати навіть скорочене відтворення і продовжувати платежі за попередніми зобов'язаннями. Виникає реальна загроза зупинки чи припинення виробництва, а потім і банкрутства. У цій ситуації діагностика з використанням коефіцієнтів ліквідності, забезпеченості власними оборотними коштами, відновлення платоспроможності дозволяє установити наявність факту фінансової неспроможності і можливість нейтралізувати її через процедуру банкрутства.

Дослідження причин, що обумовлюють процес антикризового управління, дозволяє запропонувати наступну класифікацію факторів виникнення кризової ситуації в діяльності підприємства:

1. *зовнішні фактори*: тип економічної системи; незбалансована кредитна політика чи її повна відсутність; структура потреб населення; рівень доходів і нагромаджень населення; величина платоспроможного попиту клієнтів-підприємств; фаза економічного циклу; політико-правова нестабільність і економічна невизначеність державного регулювання; темп і розміри інфляції; науково-технічний і інформаційний розвиток виробничого циклу; рівень культури суспільства; міжнародна конкуренція;
2. *внутрішні*: помилкова ринкова філософія фірми; відсутність чи неправильні принципи її дії; нераціональне використання ресурсів і низька якість продукції; невисокий рівень менеджменту і маркетингу; невідповідність

рівня управлінської й організаційної культур підприємства його технологічній структурі.

Проблема специфічних властивостей економічної діагностики, що виявляються в антикризовому управлінні включає:

- вивчення нових якостей об'єкта управління в результаті розвитку соціально-економічних системи;
- виявлення причинно-наслідкових зв'язків у процесі розвитку об'єкта і суб'єкта управління;
- визначення меж експертного знання менеджера і використовуваних експертних систем у діагностуванні кризи, її попередженні і виході з неї;
- моніторинг за зміною станів ситуації в умовах високої ентропії ринкового макросередовища підприємств, що істотно знижує керованість і ступінь інформаційного контролю й імовірність прогнозування;
- необхідність підвищення ефективності антикризових і прогностичних функцій діагностики.

Різне підвищення рівня складності функціонуючих соціально-економічних систем відбивається на вимогах до якості й ефективності її менеджменту.

Узагальнюючи підходи до поняття діагностики як елементу розпізнавання причин «хвороб» підприємства, їхнього попередження і профілактики в майбутньому, є необхідність підкреслити, що в діагностиці присутні інструментальні ознаки антикризової технології. Це вимагає введення в науковий оборот ідеї інституціонального і корпоративного змісту діагностики.

Діагностика в антикризовому управлінні покликана розпізнавати інституціонально-нормативне «середовище» підприємства і доповнювати тим самим профілактику банкрутства і заходи попереджувального оздоровлення.

Отже, *діагностика в антикризовому управлінні* це:

- дослідження базових показників господарської діяльності соціально-економічної системи;
- всебічний аналіз впливу внутрішніх і зовнішніх факторів на фінансово-економічний і техніко-технологічний стан підприємства;
- експертна оцінка розроблених заходів і перспектив фінансового оздоровлення та превентивної санації і досягнення цілей прогнозування;
- збагнення кількісно невизначених і якісно «надскладних» рівнів економічної організації фірми.

Виявлення і дослідження специфічних властивостей економічної діагностики, що виявляються в антикризовому управлінні, дозволяє сформулювати наступні висновки:

1. об'єктивний розвиток соціально-економічної системи означає появу нових якостей у об'єкта управління;
2. процес розвитку веде до зміни і самого суб'єкта управління;
3. безупинний процес банкрутства, розпаду й одночасного виникнення нових підприємств і фірм свідчить про границі експертного знання як самого менеджера, так і застосовуваних експертних оцінок у діагностуванні кризи, його попередженні і методології виходу з неї;

4. висока ентропія ринкового макросередовища підприємств істотно знижує керованість, зменшує ступінь інформаційного контролю за зміною станів ситуації й імовірність прогнозування;
5. постійна погроза кризових станів обумовлює виділення і посилення прогностичних, антикризових, попереджувальних функцій діагностики у відношенні стабілізації економічного розвитку підприємств.

Одним з перспективних напрямків в економічній діагностиці є експертна фінансова діагностика і діагностика банкрутства, результати яких складають інформаційно-аналітичну основу системи управлінського обліку.

Рівень співвідношення витрат на збір, архівування, обробку, передачу інформації за допомогою інформаційних і комунікаційних технологій у діагностиці й ефективності діагностики можна продемонструвати за допомогою графіку, наведеного на рис. 11.

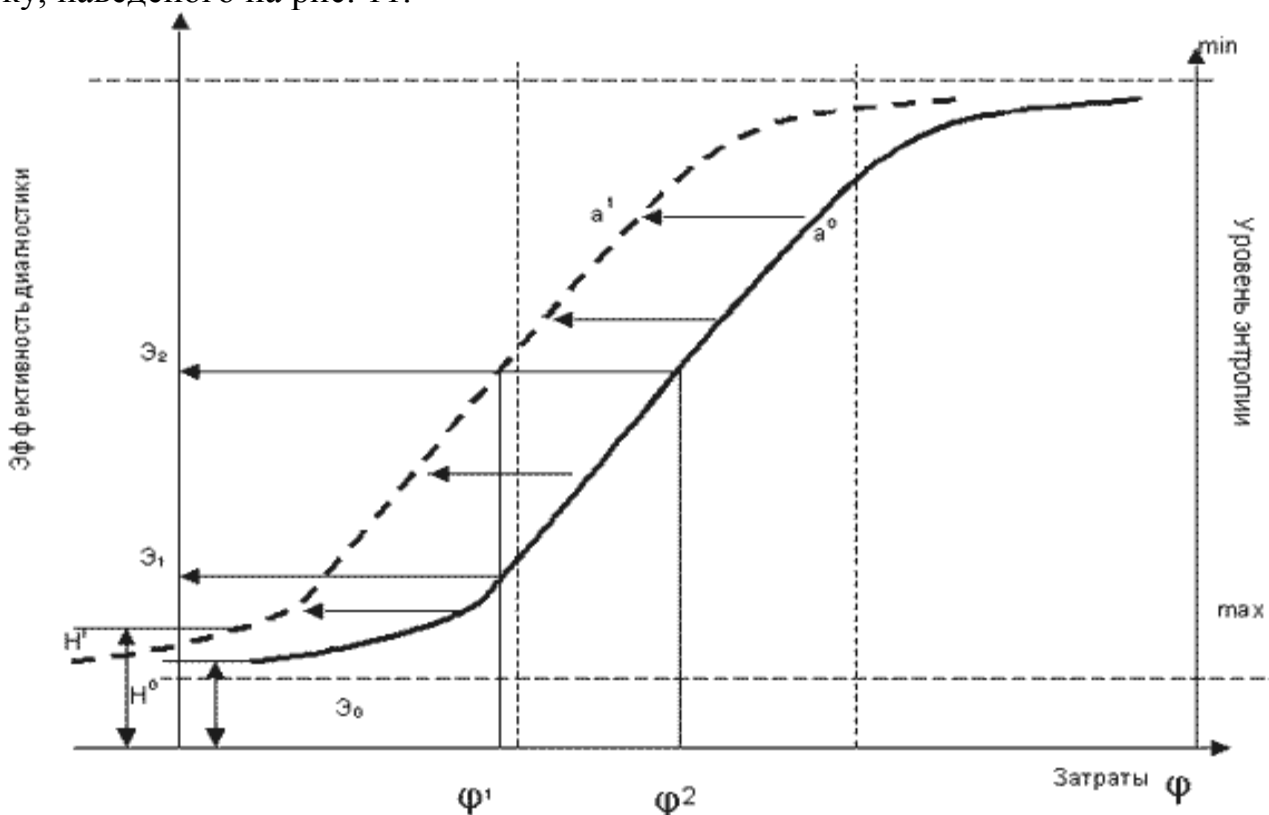


Рис. 11. Графічна інтерпретація підвищення ефективності діагностики:

де  $\varphi$  – витрати на збір аналіз і структурування інформації;

$a^0$  – крива ефективності діагностики в антикризовому управлінні з використанням традиційної методики;

$a^1$  – крива ефективності діагностики в антикризовому управлінні з використанням елементів інформаційних технологій на стадії превентивної санації;

$H^1$  – початковий рівень інформації у випадку застосування інформаційних і комунікаційних технологій на стадії превентивної санації;

$H^0$  – початковий рівень інформації з традиційної методики;

$E_0$  – початковий рівень ефективності прийняття управлінських рішень;

$E_1$  – рівень ефективності прийняття управлінських рішень на етапі діагностики з використанням традиційної методики;

$\mathcal{E}_2$  – рівень ефективності прийняття управлінських рішень на етапі діагностики з використанням інформаційних і комунікаційних технологій.

У будь-якій функціонуючій соціально-економічній системі існує мінімальний рівень ефективності прийнятих управлінських рішень  $\mathcal{E}_0$ , що визначається сформованими правилами збору й обробки інформації на даному підприємстві. Як правило, це елемент корпоративної культури, формально описаний у нормативній базі підприємства (інструкції, посадові положення, внутрішній стандарт підприємства) або історично сформовані відносини й обов'язки.

У процесі проведення діагностики для визначення базових параметрів відбувається формалізація правил збору й обробки сформованих потоків інформації (інвентаризація складу, зв'язків, переліку реквізитів). Це дозволяє менеджерам одержувати доступ до раніше наявній на підприємстві інформації для прийняття керівних рішень.

При витратах на збір і структурування інформації до проведення діагностики, в умовах відсутності вироблених базових параметрів, установлених правил збору й обробки інформації ефективність керівних рішень буде  $\mathcal{E}_1$ . При вироблених і визначених базових параметрах формалізації правил обробки первинної інформації, у результаті проведення діагностики, при тих же самих витратах ефективність керівного рішення буде  $\mathcal{E}_2$ . Підвищується ефективність управління, що відображається зміщенням кривої  $a_0$  на графіку в положення  $a_1$ .

Отже, по мірі нагромадження обсягу інформації, ускладнення її структури пошук і своєчасний доступ до потрібної інформації стає дорогою і непростою справою. Динаміка витрат може унеможливити для потенційних користувачів раціональне використання інформаційного потенціалу без застосування нових інформаційних технологій.

Для ефективного управління підприємством в умовах кризи недостатньо вихідної інформації, що обробляється в традиційному порядку. Однак у результаті використання можливостей інформаційних і комунікаційних технологій може стрімко підвищитися рівень взаємозв'язків у системі управління.

Таким чином, ключовим питанням при діагностиці систем управління є питання, чи володіє підприємство необхідними інформаційними технологіями, що забезпечують постійне пристосування до динамічного навколишнього середовища, гнучкість системи управління, підтримку конкурентоспроможності і здатності до адаптації.

### **Ключові терміни і поняття**

- прийняття управлінських рішень;
- антикризове управління;
- діагностика антикризового управління.

### **Питання для повторення**

1. Що розуміють під поняттям антикризове управління?

2. Визначте складові антикризового управління.
3. Вкажіть основні чинники, що обумовлюють успішний розвиток концепції антикризового управління на вітчизняних підприємствах.
4. За якими показниками можна оцінити ступінь ефективності впроваджуваних управлінських рішень на підприємстві?
5. Що є запорукою успішного здійснення антикризового управління на підприємстві?

### **Теми для підготовки доповідей та рефератів**

1. Історизм становлення і розвитку антикризового управління на вітчизняних підприємствах.
  2. Напрямки перспективного розвитку та оцінки потенціалу підприємства щодо впровадження антикризових методів управління підприємствами.
- Допускається підготовка доповідей та рефератів з тем, які виникають з власної ініціативи студентів. Обов'язковою умовою є те, що ці теми повинні співпадати з тематикою заняття та бути узгоджені з викладачем.

### **Тема 8. Діагностика виробничого потенціалу підприємства**

**Кількість годин:** 2

**Мета заняття:** ознайомитись та засвоїти методологічні основи діагностики виробничого потенціалу на вітчизняних підприємствах

#### **План**

1. Сутність, зміст та основні складові елементи виробничого потенціалу підприємства.
2. Особливості оцінки виробничого потенціалу підприємства.
3. Ресурсне обґрунтування виробничо-господарської діяльності підприємства.
4. Роль економічної діагностики в підвищенні збалансованості виробничої програми підприємства та формуванні «портфелю замовлень».
5. Напрямки удосконалення виробничого потенціалу підприємства.

#### **Питання для обговорення**

1. Поняття виробничого потенціалу на підприємстві.
2. Діагностика виробничого потенціалу підприємства.
3. Основні показники оцінки ефективності відтворення виробничого потенціалу підприємства.
4. Формування ефективної системи виявлення платоспроможного попиту та стимулювання збуту продукції на основі складення «портфелю замовлень».

## Методичні рекомендації

При вивченні цієї теми студент повинен скористатися знаннями, здобутими при вивченні дисциплін загальнообов'язкового циклу, таких як «Економіка підприємства», «Внутрішній економічний механізм підприємства», «Потенціал підприємства», «Управління потенціалом підприємства».

Для діагностики виробничого потенціалу підприємства використовують широкий спектр економічних показників ресурсоемності, таких як:

- матеріалоемність виробництва продукції;
- зарплатоемність випуску продукції;
- енергоемність виробництва продукції;
- фондомісткість виробництва;
- собівартість виробництва продукції;
- амортизацієюмність випуску продукції;
- сформованість асортименту;
- відповідність випуску продукції «портфелю замовлень»;
- багато інших...

Студентам самостійно слід пригадати формули їх розрахунку та визначити, яку роль відіграють дані показники при формуванні ефективної програми випуску продукції на підприємстві.

## Ключові терміни і поняття

- виробничий потенціал;
- діагностика виробничого потенціалу;
- ресурсоемність виробничої програми;
- формування «портфелю замовлень».

## Питання для повторення

1. Дайте визначення поняттю виробничий потенціал підприємства.
2. Визначте основні складові виробничого потенціалу підприємства.
3. Які показники слугують основою для оцінки ефективності виробничого потенціалу?
4. З яких етапів складається діагностика виробничого потенціалу підприємства?
5. Вкажіть основні чинники, що обумовлюють успішний розвиток ресурсного забезпечення виробничої програми.
6. Як правильно сформулювати виробничу програму, ґрунтуючись на наявній виробничій потужності та платоспроможний попит споживачів на певний вид продукції?
7. Що є запорукою успішного управління розвитком потенціалу на основі його економічної діагностики?
8. В чому полягає призначення маркетингового обґрунтування виробничої програми підприємства?

## **Теми для підготовки доповідей та рефератів**

1. Складові виробничого потенціалу на прикладі підприємства будь-якої форми власності та галузі приналежності.
2. Ресурсне обґрунтування виробничої програми підприємства.
3. Система показників діагностики виробничого потенціалу підприємства.
4. Напрямки перспективного розвитку та оцінки виробничого потенціалу підприємства.

Допускається підготовка доповідей та рефератів з тем, які виникають з власної ініціативи студентів. Обов'язковою умовою є те, що ці теми повинні співпадати з тематикою заняття та бути узгоджені з викладачем.

### **Тема 9. Фінансова діагностика**

**Кількість годин:** 2

**Мета заняття:** ознайомитись та засвоїти методологічні основи фінансової діагностики на вітчизняних підприємствах

#### **План**

1. Нормативно-правові засади здійснення фінансової діагностики підприємства.
2. Сутність вертикального, горизонтального аналізу та аналізу за допомогою фінансових коефіцієнтів.
3. Особливості визначення фінансової стійкості, ліквідності, платоспроможності підприємства в структурованому ринковому середовищі.
4. Опрацювання достовірних прогнозів та створення стратегічних планів щодо підвищення фінансової стійкості підприємства на основі фінансової діагностики.

#### **Питання для обговорення**

1. Поняття фінансової діагностики підприємства, її мета і основні завдання в межах конкретного підприємства.
2. Горизонтальний, вертикальний та аналіз за допомогою фінансових коефіцієнтів.
3. Операційний аналіз.
4. Аналіз оперативних витрат.
5. Аналіз прибутковості виробництва.
6. Аналіз ліквідності підприємства.
7. Аналіз довгострокової платоспроможності підприємства.
8. Аналіз управління активами підприємства.
9. Формування ефективної фінансової стратегії підприємства.



## Методичні рекомендації

**Фінансова діагностика діяльності підприємства** передбачає здійснення повномасштабного фінансового аналізу за результатами його господарської діяльності. Слід нагадати, що господарська діяльність вважається ефективною, якщо підприємство:

- раціонально використовує наявні активи;
- своєчасно погашає зобов'язання;
- функціонує рентабельно.

Фінансову діагностику підприємства слід здійснити, використавши статті фінансової звітності (деякі з них наведені в *Додатках В, Д*):

- 1) Баланс підприємства (форма 1 – додаток до П(С)БО 2);
- 2) Звіт про фінансові результати (форма 2 – додаток до П(С)БО 3);
- 3) Звіт про рух грошових коштів (форма 3 – додаток до П(С)БО 4);
- 4) Звіт про власний капітал (форма 4 – додаток до П(С)БО 5);
- 5) Примітки до річної фінансової звітності (форма 5).

**Метою фінансової діагностики** є наглядна оцінка динаміки розвитку підприємства, його фінансового стану. Студент повинен розглянути і здійснити загальновизнані методи аналізу, які використовує будь-який фінансовий аналітик:

- горизонтальний аналіз;
- вертикальний аналіз;
- аналіз із використанням фінансових коефіцієнтів.

Сутність **горизонтального аналізу** полягає в порівнянні показників звітності попереднього і звітного років. При цьому здійснюється постатейне співставлення звітів, визначається абсолютне та відносне відхилення статей. Аналізуючи динаміку валюти балансу, порівнюють її значення на початок і кінець року (строки 280 та 640 балансу підприємства). Зменшення валюти балансу на кінець року свідчить про скорочення підприємством обсягів його господарської діяльності.

На відміну від горизонтального аналізу, який відтворює динаміку фінансової звітності за ряд років, **вертикальний аналіз** є аналізом внутрішньої структури звітності. При здійсненні такого аналізу узагальнюючий показник приймається рівним 100%, а кожна його складова обчислюється як питома вага (частка від 100%). Узагальнюючими показниками приймаються підсумки Балансу (Актив, Пасив), обсяг реалізованої продукції Звіту про фінансові результати. За допомогою цього методу аналізу з'ясовують, яку частку в групі чи підгрупі узагальнюючих показників займає та чи інша стаття. Це дає змогу визначити вплив складової узагальнюючого показника на діяльність підприємства.

**Аналіз із використанням фінансових коефіцієнтів** складається із 6 частин:

1. Операційного аналізу.
2. Аналізу операційних витрат.
3. Аналізу управління активами.
4. Аналізу ліквідності.
5. Аналізу довгострокової платоспроможності.
6. Аналізу прибутковості.

**Операційний аналіз** передбачає розрахунок коефіцієнта росту валових продажів ( $k_{РВП}$ ), коефіцієнта валового доходу ( $k_{ВД}$ ), коефіцієнта операційного прибутку ( $k_{ОП}$ ), коефіцієнта чистого прибутку ( $k_{ЧП}$ ) за формулами (30-33):

$$k_{РВП} = \frac{\text{Виручка за звітний рік} - \text{Виручка за попередній рік}}{\text{Виручка за попередній рік}} \quad (30)$$

тобто за даними форми 2 слід підставляти наступні показники:

$$k_{РВП} = \frac{\text{ст.3 (010) ф.2} - \text{ст.4 (010) ф.2}}{\text{ст.4 (010) ф.2}}$$

$$k_{ВД} = \frac{\text{Валовий прибуток}}{\text{Виручка від реалізації}} \quad (31)$$

тобто за даними форми 2 слід підставляти наступні показники окремо для звітнього, окремо для попереднього років:

$$k_{ВД} = \frac{\text{ст.3 (050) ф.2}}{\text{ст.3 (010) ф.2}} \text{ та } k_{ВД} = \frac{\text{ст.4 (050) ф.2}}{\text{ст.4 (010) ф.2}}$$

$$k_{ОП} = \frac{\text{Прибуток до сплати процентних платежів та оподаткування}}{\text{Виручка від реалізації}} \quad (32)$$

тобто за даними форми 2 слід підставляти наступні показники окремо для звітнього, окремо для попереднього років:

$$k_{ОП} = \frac{\text{ст.3 (170) ф.2}}{\text{ст.3 (010) ф.2}} \text{ та } k_{ОП} = \frac{\text{ст.4 (170) ф.2}}{\text{ст.4 (010) ф.2}}$$

$$k_{ЧП} = \frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Виручка від реалізації}} \quad (33)$$

тобто за даними форми 2 слід підставляти наступні показники окремо для звітнього, окремо для попереднього років:

$$k_{ЧП} = \frac{\text{ст.3 (220) ф.2}}{\text{ст.3 (010) ф.2}} \text{ та } k_{ЧП} = \frac{\text{ст.4 (220) ф.2}}{\text{ст.4 (010) ф.2}}$$

**Аналіз операційних витрат** передбачає розрахунок коефіцієнта собівартості реалізованої продукції ( $k_{ВС}$ ), коефіцієнта витрат на реалізацію та управління ( $k_{ВРУ}$ ), коефіцієнта фінансових витрат та витрат від участі в капіталі ( $k_{ФВ}$ ) за формулами (34-36):

$$k_{BC} = \frac{\text{Собівартість реалізованої продукції}}{\text{Виручка від реалізації}} \quad (34)$$

тобто за даними форми 2 слід підставляти наступні показники окремо для звітнього, окремо для попереднього років:

$$k_{BC} = \frac{\text{ст.3 (040) ф.2}}{\text{ст.3 (010) ф.2}} \text{ та } k_{BC} = \frac{\text{ст.4 (040) ф.2}}{\text{ст.4 (010) ф.2}}$$

$$k_{BPY} = \frac{\text{Витрати на реалізацію та управління}}{\text{Виручка від реалізації}} \quad (35)$$

тобто за даними форми 2 слід підставляти наступні показники окремо для звітнього, окремо для попереднього років:

$$k_{BPY} = \frac{\text{ст.3 (070) ф.2} + \text{ст.3 (080) ф.2} + \text{ст.3 (090) ф.2}}{\text{ст.3 (010) ф.2}} \text{ та}$$

$$k_{BPY} = \frac{\text{ст.4 (070) ф.2} + \text{ст.4 (080) ф.2} + \text{ст.4 (090) ф.2}}{\text{ст.3 (010) ф.2}}$$

$$k_{\Phi B} = \frac{\text{Фінансові витрати та витрати на участь в капіталі}}{\text{Виручка від реалізації}} \quad (36)$$

тобто за даними форми 2 слід підставляти наступні показники окремо для звітнього, окремо для попереднього років:

$$k_{\Phi B} = \frac{\text{ст.3 (140) ф.2} + \text{ст.3 (150) ф.2}}{\text{ст.3 (010) ф.2}} \text{ та } k_{\Phi B} = \frac{\text{ст.4 (140) ф.2} + \text{ст.4 (150) ф.2}}{\text{ст.4 (010) ф.2}}$$

**Аналіз управління активами** передбачає розрахунок коефіцієнтів оборотності активів ( $k_{OA}$ ), оборотності необоротних активів ( $k_{HA}$ ), оборотності чистих активів ( $k_{ЧА}$ ), оборотності дебіторської заборгованості ( $k_{ДЗ}$ ), середнього періоду погашення (періоду інкасації) дебіторської заборгованості ( $T_{ДЗ}$ ), оборотності запасів по реалізації ( $k_{ЗР}$ ), оборотності запасів по собівартості ( $k_{ЗС}$ ), оборотності кредиторської заборгованості ( $k_{КЗ}$ ), середнього періоду погашення кредиторської заборгованості ( $T_{КЗ}$ ) за формулами (37-45).

$$k_{OA} = \frac{2 * \text{Виручка від реалізації}}{\left( \frac{\text{Активи, разом}}{\text{на початок року}} + \frac{\text{Активи, разом}}{\text{на кінець року}} \right)} \quad (37)$$

тобто за даними форми 1 та форми 2 слід підставляти наступні показники:

$$k_{OA} = \frac{2 * \text{ст.3 (010) ф.2}}{\text{ст.3 (280) ф.1} + \text{ст.4 (280) ф.1}}$$

$$k_{HA} = \frac{2 * \text{Виручка від реалізації}}{\text{Необоротні активи на початок року} + \text{Необоротні активи на кінець року}} \quad (38)$$

тобто за даними форми 1 та форми 2 слід підставляти наступні показники:

$$k_{HA} = \frac{2 * \text{ст.3 (010) ф.2}}{\text{ст.3 (080) ф.1} + \text{ст.4 (080) ф.1}}$$

$$k_{ЧА} = \frac{2 * \text{Виручка від реалізації}}{\left( \begin{array}{c} \text{Активи разом} \\ \text{на початок року} \end{array} + \begin{array}{c} \text{Активи разом} \\ \text{на кінець року} \end{array} - \left( \begin{array}{cc} \text{Поточні} & \text{Поточні} \\ \text{зобов'язання} & \text{зобов'язання} \\ \text{на початок року} & \text{на кінець року} \end{array} \right) \right)} \quad (39)$$

тобто за даними форми 1 та форми 2 слід підставляти наступні показники:

$$k_{ЧА} = \frac{2 * \text{ст.3 (010) ф.2}}{(\text{ст.3 (280) ф.1} + \text{ст.4 (280) ф.1} - (\text{ст.3 (620) ф.1} + \text{ст.3 (630) ф.1} + \text{ст.4 (620) ф.1} + \text{ст.4 (630) ф.1}))}$$

$$k_{ДЗ} = \frac{2 * \text{Виручка від реалізації}}{\left( \begin{array}{c} \text{Дебіторська заборгованість} \\ \text{на початок року} \end{array} + \begin{array}{c} \text{Дебіторська заборгованість} \\ \text{на кінець року} \end{array} \right)} \quad (40)$$

тобто за даними форми 1 та форми 2 слід підставляти наступні показники:

$$k_{ДЗ} = \frac{2 * \text{ст.3 (010) ф.2}}{(\text{ст.3 (160) ф.1} - \text{ст.3 (210) ф.1}) + (\text{ст.4 (160) ф.1} - \text{ст.4 (210) ф.1})}$$

$$T_{ДЗ} = \frac{365}{\text{Оборотність дебіторської заборгованості}} = \frac{365}{k_{ДЗ}} \quad (41)$$

$$k_{ЗР} = \frac{2 * \text{Виручка від реалізації}}{\left( \begin{array}{c} \text{Запаси} \\ \text{на початок року} \end{array} + \begin{array}{c} \text{Запаси} \\ \text{на кінець року} \end{array} \right)} \quad (42)$$

тобто за даними форми 1 та форми 2 слід підставляти наступні показники:

$$k_{ЗР} = \frac{2 * \text{ст.3 (010) ф.2}}{(\text{ст.3 (100) ф.1} + \text{ст.3 (140) ф.1}) + (\text{ст.4 (100) ф.1} + \text{ст.4 (140) ф.1})}$$

$$k_{3c} = \frac{2 * \text{Собівартість реалізованої продукції (тварів, робіт, послуг)}}{\left( \frac{\text{Запаси на початок року}}{\text{на кінець року}} + \frac{\text{Запаси на кінець року}}{\text{на початок року}} \right)} \quad (43)$$

тобто за даними форми 1 та форми 2 слід підставляти наступні показники:

$$k_{3c} = \frac{2 * \text{ст.3 (040) ф.2}}{(\text{ст.3 (100) ф.1} + \text{ст.3 (140) ф.1}) + (\text{ст.4 (100) ф.1} + \text{ст.4 (140) ф.1})}$$

$$k_{кз} = \frac{2 * \text{Виручка від реалізації}}{\left( \frac{\text{Кредиторська заборгованість на початок року}}{\text{на кінець року}} + \frac{\text{Кредиторська заборгованість на кінець року}}{\text{на початок року}} \right)} \quad (44)$$

тобто за даними форми 1 та форми 2 слід підставляти наступні показники:

$$k_{кз} = \frac{2 * \text{ст.3 (010) ф.2}}{\text{ст.3 (530) ф.1} + \text{ст.4 (530) ф.1}}$$

$$T_{кз} = \frac{365}{\text{Оборотність кредиторської заборгованості}} = \frac{365}{k_{кз}} \quad (45)$$

**Аналіз ліквідності підприємства** вказує на його спроможність перетворити актив на грошові кошти швидко і без втрат ринкової вартості. Оцінюючи ліквідність підприємства, аналізують достатність поточних (оборотних) активів для погашення поточних зобов'язань – короткострокової кредиторської заборгованості. При оцінці ліквідності розраховують 3 коефіцієнти:

1. Коефіцієнт покриття.
2. Коефіцієнт швидкої ліквідності.
3. Коефіцієнт абсолютної ліквідності.

**Коефіцієнт покриття** (коефіцієнт поточної ліквідності) ( $k_{п}$ ) дає загальну оцінку ліквідності активів, вказуючи на те, скільки гривень поточних активів підприємства припадає на одну гривню поточних зобов'язань. Він розраховується за формулою (46):

$$k_{п} = \frac{\text{Оборотні активи} + \text{Витрати майбутніх періодів}}{\text{Поточні зобов'язання} + \text{Доходи майбутніх періодів}} \quad (46)$$

тобто за даними форми 1 для його обчислення слід підставляти наступні показники:

$$k_{п} = \frac{\text{ст.3 (260) ф.1} + \text{ст.4(270) ф.1}}{\text{ст.3 (620) ф.1} + \text{ст.4 (630) ф.1}}$$

**Коефіцієнт швидкої ліквідності** (так званий коефіцієнт «лакмусу») ( $k_{шл}$ )

на відміну від попереднього вказує на якість використання оборотних активів. Він розраховується за формулою (47):

$$k_{\text{шл}} = \frac{\text{Оборотні активи} - \text{Запаси} + \text{Витрати майбутніх періодів}}{\text{Поточні зобов'язання} + \text{Доходи майбутніх періодів}} \quad (47)$$

тобто за даними форми 1 для його обчислення слід підставляти наступні показники:

$$k_{\text{шл}} = \frac{\text{ст.3 (260) ф.1} - (\text{ст.3 (100) ф.1} - \text{ст.3 (140) ф.1}) + \text{ст.4(270) ф.1}}{\text{ст.3 (620) ф.1} + \text{ст.4 (630) ф.1}}$$

Коефіцієнт абсолютної ліквідності ( $k_{\text{АЛ}}$ ) показує, яка частина поточних зобов'язань може бути погашеною негайно. Він розраховується за формулою (48):

$$k_{\text{АЛ}} = \frac{\text{Грошові кошти та їх еквіваленти}}{\text{Поточні зобов'язання} + \text{Доходи майбутніх періодів}} \quad (48)$$

тобто за даними форми 1 для його обчислення слід підставляти наступні показники:

$$k_{\text{АЛ}} = \frac{\text{ст.3 (230) ф.1} + \text{ст.3 (240) ф.1}}{\text{ст.3 (620) ф.1} + \text{ст.4 (630) ф.1}}$$

Для оцінки платоспроможності та фінансової стійкості підприємства слід також розрахувати *чистий робочий капітал підприємства* ( $P_K$ ). Його наявність свідчить про те, що підприємство спроможне не тільки сплатити поточні борги, але й має фінансові ресурси для розширення діяльності та інвестування найбільш прибуткових видів діяльності. Він розраховується за формулою (49):

$$P_K = [\text{Оборотні активи} + \text{Витрати майбутніх періодів}] - [\text{Поточні зобов'язання} + \text{Доходи майбутніх періодів}] \quad (49)$$

тобто за даними форми 1 для його обчислення слід підставляти наступні показники:

$$P_K = [\text{ст.3 (260) ф.1} + \text{ст.4(270) ф.1}] - [\text{ст.3 (620) ф.1} + \text{ст.4 (630) ф.1}]$$

**Аналіз довгострокової платоспроможності** характеризує фінансову стійкість підприємства на перспективу з позицій структури коштів, залежністю підприємства від зовнішніх інвесторів і кредиторів. При цьому аналізі використовують наступні коефіцієнти:

1. Коефіцієнт концентрації власного капіталу.
2. Коефіцієнт концентрації залученого капіталу.

3. Коефіцієнт співвідношення залученого і власного капіталу.

4. Коефіцієнт забезпечення по кредитах.

*Коефіцієнт концентрації власного капіталу* (коефіцієнт автономії) ( $k_{BK}$ ) визначає питому вагу коштів власників підприємства в загальній сумі засобів, вкладених в майно підприємства. Він характеризує можливість підприємства виконати свої зовнішні зобов'язання за рахунок використання власних коштів і розраховується за формулою (50):

$$k_{BK} = \frac{\text{Власний капітал}}{\text{Активи підприємства}} \quad (50)$$

тобто за даними форми 1 слід підставляти наступні показники окремо для початку звітного періоду, окремо для його закінчення:

$$k_{BK} = \frac{\text{ст.3 (380) ф.1}}{\text{ст.3 (280) ф.1}} \text{ та } k_{BK} = \frac{\text{ст.4 (380) ф.1}}{\text{ст.4 (280) ф.1}}$$

*Коефіцієнт концентрації залученого капіталу* ( $k_{ЗК}$ ) доповнює попередній коефіцієнт, оскільки їх сума повинна дорівнювати одиниці. Він характеризує питому вагу залучених коштів в загальній сумі засобів, вкладених в майно підприємства, і розраховується за формулою (51):

$$k_{ЗК} = \frac{\text{Залучений капітал}}{\text{Активи підприємства}} \quad (51)$$

тобто за даними форми 1 слід підставляти наступні показники окремо для початку звітного періоду, окремо для його закінчення:

$$k_{ЗК} = \frac{\text{ст.3 (430) ф.1} + \text{ст.3 (480) ф.1} + \text{ст.3 (620) ф.1} + \text{ст.3 (630) ф.1}}{\text{ст.3 (280) ф.1}} \text{ та}$$

$$k_{ЗК} = \frac{\text{ст.4 (430) ф.1} + \text{ст.4 (480) ф.1} + \text{ст.4 (620) ф.1} + \text{ст.4 (630) ф.1}}{\text{ст.4 (280) ф.1}}$$

Коефіцієнт співвідношення залученого і власного капіталу ( $k_{ЗВ}$ ) дає узагальнену оцінку фінансової стійкості підприємства. Він розраховується за формулою (52):

$$k_{ЗВ} = \frac{\text{Залучений капітал}}{\text{Власний капітал}} \quad (52)$$

тобто за даними форми 1 слід підставляти наступні показники окремо для початку звітного періоду, окремо для його закінчення:

$$k_{зв} = \frac{ст.3 (430) ф.1 + ст.3 (480) ф.1 + ст.3 (620) ф.1 + ст.3 (630) ф.1}{ст.3 (380) ф.1} \text{ та}$$

$$k_{зв} = \frac{ст.4 (430) ф.1 + ст.4 (480) ф.1 + ст.4 (620) ф.1 + ст.4 (630) ф.1}{ст.4 (380) ф.1}$$

*Коефіцієнт забезпечення по кредитах* (коефіцієнт покриття процентів) ( $k_{КРЕД}$ ) дає можливість оцінити потенційну можливість підприємства погасити зовнішні запозичення. Він вказує на ступінь захищеності кредиторів від несплати процентних платежів і обчислюється за формулою (53):

$$k_{КРЕД} = \frac{\text{Прибуток до оподаткування} + \text{Виплата процентів}}{\text{Фінансові витрати}} \quad (53)$$

тобто за даними форми 2 слід підставляти наступні показники окремо для звітнього, окремо для попереднього років:

$$k_{КРЕД} = \frac{ст.3 (170) ф.2 + ст.3 (140) ф.2}{ст.3 (140) ф.2} \text{ та } k_{КРЕД} = \frac{ст.4 (170) ф.2 + ст.4 (140) ф.2}{ст.4 (140) ф.2}$$

Загальновідомо, що на короткострокову та довгострокову платоспроможність підприємства впливає його можливість отримувати прибуток. В цьому зв'язку необхідно здійснити **аналіз прибутковості** діяльності підприємства за показником рентабельності, який є якісним аспектом ефективності його роботи.

При здійсненні цього аналізу необхідно визначити показники:

1. Рентабельності продажів.
2. Рентабельності активів.
3. Рентабельності капіталу.

Показник *рентабельності продажів* ( $R_{П}$ ) характеризує, який прибуток з однієї гривні продажів отримує підприємство. Він розраховується за формулою (54):

$$R_{ПР} = \frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, послуг)}} \quad (54)$$

тобто за даними форми 2 слід підставляти наступні показники окремо для звітнього, окремо для попереднього років:

$$R_{ПР} = \frac{ст.3 (220) ф.2}{ст.3 (035) ф.2} \text{ та } R_{ПР} = \frac{ст.4 (220) ф.2}{ст.4 (035) ф.2}$$

Показник *рентабельності активів* ( $R_A$ ) характеризує, наскільки ефективно підприємство використовує наявні активи для отримання прибутку, тобто показує, який прибуток приносить кожна гривня, вкладена в активи підприємства.



Він обчислюється за формулою (55):

$$R_A = \frac{2 * \text{Чистий прибуток}}{\text{Активи, разом на початок року} + \text{Активи, разом на кінець року}} \quad (55)$$

тобто за даними форми 1 та форми 2 слід підставляти наступні показники:

$$R_A = \frac{2 * \text{ст.3 (220) ф.2}}{\text{ст.3 (280) ф.1} + \text{ст.4 (280) ф.1}}$$

Показник *рентабельності капіталу* ( $R_K$ ) характеризує ефективність використання підприємством власного капіталу. Він визначається як співвідношення чистого прибутку та середньорічної вартості власного капіталу і розраховується за формулою (56):

$$R_K = \frac{2 * \text{Чистий прибуток}}{\text{Власний капітал на початок року} + \text{Власний капітал на кінець року}} \quad (56)$$

тобто за даними форми 1 та форми 2 слід підставляти наступні показники:

$$R_K = \frac{2 * \text{ст.3 (220) ф.2}}{\text{ст.3 (380) ф.1} + \text{ст.4 (380) ф.1}}$$

За результатами розрахунків цього розділу студенти повинні здійснити ґрунтовні пояснення тенденцій фінансового стану підприємства та зробити пропозиції щодо поліпшення поточного стану речей. А також студенти повинні вказати, чи правильно здійснений аналіз **руху грошових коштів** (Додаток Ж). Якщо аналіз зроблено з помилками, студенту необхідно виправити їх, додаючи ґрунтовні пояснення.

### Індивідуальне завдання

Студенту необхідно самостійно здійснити діагностику фінансового стану підприємства на основі показників, наведених в Додатках В, Д за допомогою операційного аналізу, аналізу операційних витрат, аналізу управління активами, аналізу довгострокової платоспроможності та аналізу прибутковості. Також за наведеним балансом слід здійснити горизонтальний і вертикальний аналіз, визначивши основні напрямки формування активів підприємства. За даними балансу та звіту про фінансові результати необхідно перевірити правильність заповнення звіту про рух капіталу та на основі отриманих даних зробити висновки щодо перспектив функціонування підприємства на визначеному ринку (ринковому сегменті).

Слід підкреслити, що всі описані вище показники фінансового стану підприємства тісно взаємозв'язані. Тому оцінити реальний фінансовий стан підприємства можна лише на підставі використання певного комплексу показників з урахуванням впливу різних факторів на відповідні показники.

Наведемо коротку характеристику основних показників, які використовуються в процесі оцінювання фінансово-господарської діяльності підприємства.

#### ***Показники оцінки майнового стану***

1. Сума господарських коштів, що їх підприємство має у розпорядженні. Цей показник дає загальну вартісну оцінку активів, які перебувають на балансі підприємства. Зростання цього показника свідчить про збільшення майнового потенціалу підприємства.

2. Питома вага активної частини основних засобів. Згідно з нормативними документами під активною частиною основних засобів розуміють машини, обладнання і транспортні засоби. Зростання цього показника в динаміці відтворює позитивну тенденцію.

3. Коефіцієнт зносу основних засобів. Показник характеризує частку зношених основних засобів у загальній їх вартості. Використовується в аналізі для характеристики стану основних засобів. Доповненням цього показника є так званий коефіцієнт придатності.

4. Коефіцієнт оновлення основних засобів. Показує, яку частину наявних на кінець звітного періоду основних засобів становлять нові основні засоби.

5. Коефіцієнт вибуття основних засобів. Показує, яка частина основних засобів, з котрими підприємство почало діяльність у звітному періоді, вибула з причини зносу та з інших причин.

#### ***Оцінка ліквідності та платоспроможності***

1. Величина власного капіталу (функціонуючий капітал) характеризує частину власного капіталу підприємства, яка є джерелом покриття поточних активів підприємства (тобто активів, які мають період обороту менше ніж один рік). Цей розрахунковий показник залежить як від структури активів, так і від структури джерел коштів. Показник має особливо важливе значення для підприємств. Зростання цього показника в динаміці відображує позитивну тенденцію. Основним і постійним джерелом збільшення власних оборотних коштів є прибуток. Не можна ототожнювати поняття "оборотні кошти" та "власні оборотні кошти". Перший показник характеризує активи підприємства (II та III розділи активу балансу). Другий - джерела коштів, тобто частину власного капіталу підприємства, яка розглядається як джерело покриття поточних активів.

2. Маневреність грошових коштів. Зростання цього показника в динаміці – позитивна тенденція.

3. Коефіцієнт покриття характеризує співвідношення оборотних активів і поточних зобов'язань. Для нормального функціонування підприємства цей показник має бути більшим за 1 (одиницю). Зростання його – позитивна тенденція. Орієнтовне значення показника підприємство встановлює самостійно. Воно залежатиме від щоденної потреби підприємства у вільних грошових ресурсах.

4. Коефіцієнт швидкої ліквідності. Аналогічний коефіцієнту покриття, але обчислюється за вужчим колом поточних активів (з розрахунку виключають

найменш ліквідну їх частину – виробничі запаси). Кошти, які можна отримати у разі вимушеної реалізації виробничих запасів, можуть бути суттєво меншими за витрати на їх придбання. За ринкової економіки типовою є ситуація, коли під час ліквідації підприємства отримують 40% і менше від облікової вартості запасів. В іноземній літературі трапляється орієнтовне (найнижче) значення цього показника – 1. Однак ця оцінка також досить умовна.

5. Коефіцієнт абсолютної ліквідності (платоспроможності). Він є найбільш жорстким критерієм ліквідності підприємства і показує, яку частину короткострокових зобов'язань можна за необхідності погасити негайно. Рекомендована нижня межа цього показника – 0,2.

6. Частина власних оборотних коштів у покритті запасів. Це вартість запасів, яка покривається власними оборотними коштами. Має велике значення для підприємств торгівлі. Рекомендована нижня межа цього показника – 0,5.

7. Коефіцієнт покриття запасів. Розраховується як співвідношення величини стабільних джерел покриття запасів і суми запасів. Якщо значення цього показника є меншим за 1 (одиницю), то поточний фінансовий стан підприємства вважають недостатньо стійким.

### ***Показники оцінки фінансової стійкості***

Одна з найважливіших характеристик фінансового стану підприємства -- забезпечення стабільності його діяльності в майбутньому. Вона пов'язана із загальною фінансовою структурою підприємства, його залежністю від кредиторів та інвесторів.

1. Коефіцієнт концентрації власного капіталу характеризує частку власності самого підприємства у загальній сумі коштів, інвестованих у його діяльність. Чим вищий цей коефіцієнт, то більш фінансово стійким і незалежним від кредиторів є підприємство. Доповненням до цього показника є коефіцієнт концентрації залученого (позикового капіталу). Сума обох коефіцієнтів дорівнює 1 (чи 100%).

2. Коефіцієнт фінансової залежності є оберненим до попереднього показника. Коли його значення наближається до 1 (чи 100%), це означає, що власники повністю фінансують своє підприємство.

3. Коефіцієнт маневреності власного капіталу показує, яка частина власного капіталу використовується для фінансування поточної діяльності, тобто яку вкладено в оборотні кошти, а яку капіталізовано.

4. Коефіцієнт довгострокових вкладень показує, яку частину основних коштів та інших позаоборотних активів профінансовано зовнішніми інвесторами, тобто яка частина належить їм, а не власникам підприємства.

5. Коефіцієнт довгострокового залучення позикових коштів характеризує структуру капіталу. Зростання цього показника - негативна тенденція, яка означає, що підприємство починає все сильніше залежати від зовнішніх інвесторів.

6. Коефіцієнт співвідношення позикових та власних коштів. Зростання цього показника в динаміці також свідчить про посилення залежності підприємства від кредиторів, тобто про зниження його фінансової стійкості.

**Додаток  
до Положення (Стандарту)  
бухгалтерського обліку 2**

		Дата (рік, місяць, число)	Коди		
			01		
Підприємство	ДВАТ «Прогрес»	за ЄДРПОУ	00	178	442
Територія	Україна	за КОАТУУ	1312426		
Форма власності	державна	за КФВ	31		
Орган державного управління	Мінпаливенерго	за СПОДУ	01094		
Галузь	вугільна	за ЗКГНГ	11312		
Вид економічної діяльності	видобуток вугілля	за КВЕД	10.10.1		
Кількість підприємств	–				
Одиниця виміру	тис. грн.	Контрольна сума			
Адреса	м. Донецьк, вул. Шахтарів, 4				

**БАЛАНС**

на 01 січня 2005 року

Форма № 1

Код за ДКУД

**1801001**

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
<b>I. НЕОБОРОТНІ АКТИВИ</b>			
Нематеріальні активи:			
залишкова вартість	010	123	216
первісна вартість	011	123	216
знос	012	( – )	( – )
Незавершене будівництво	020	18 517	14 491
Основні засоби:			
залишкова вартість	030	203 682	222 127
первісна вартість	031	284 323	304 012
знос	032	(80 641)	(81 885)
Довгострокові фінансові інвестиції:			
обліковані методом участі в капіталі інших підприємств	040		
інші фінансові інвестиції	045		
Довгострокова дебіторська заборгованість	050		
Відстрочені податкові активи	060		
Інші необоротні активи	070		
<b>Усього за розділом I</b>	<b>080</b>	<b>222 322</b>	<b>236 834</b>
<b>II. ОБОРОТНІ АКТИВИ</b>			
Запаси:			
виробничі запаси	100	9 340	4 594
тварини на вирощуванні та відгодівлі	110		
незавершене виробництво	120	3	46
готова продукція	130		
товари	140	524	371
Векселі одержані	150	21 715	15 755
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги:			
чиста реалізаційна вартість	160	10 407	23 233
первісна вартість	161	10 407	23 233
резерв сумнівних боргів	162	( – )	( – )

1	2	3	4
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
з бюджетом	170	27	27
за виданими авансами	180	50	–
з нарахованих доходів	190		
із внутрішніх розрахунків	200		
Інша поточна дебіторська заборгованість	210	543	772
Поточні фінансові інвестиції	220		
Грошові кошти та їх еквіваленти:			
у національній валюті	230	1	3
в іноземній валюті	240		
Інші оборотні активи	250	3 193	2 532
<b>Усього за розділом II</b>	<b>260</b>	<b>45 803</b>	<b>47 333</b>
<b>III. Витрати майбутніх періодів</b>	<b>270</b>	<b>9 018</b>	<b>7 854</b>
<b>Баланс</b>	<b>280</b>	<b>277 143</b>	<b>292 021</b>

Пасив	Код рядка	На початок звітної періоду	На кінець звітної періоду
1	2	3	4
<b>I. ВЛАСНИЙ КАПІТАЛ</b>			
Статутний капітал	300	39 744	39 744
Пайовий капітал	310		
Додатковий вкладений капітал	320		
Інший додатковий капітал	330	152 864	152 864
Резервний капітал	340		
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	350	34 050	33 009
Неоплачений капітал	360	( )	( )
Вилучений капітал	370	( )	( )
<b>Усього за розділом I</b>	<b>380</b>	<b>226 658</b>	<b>225 617</b>
<b>II. ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАСТУПНИХ ВИТРАТ І ПЛАТЕЖІВ</b>			
Забезпечення виплат персоналу	400		
Інші забезпечення	410		
	415		
	416	( )	( )
Цільове фінансування	420	4 603	2 196
<b>Усього за розділом II</b>	<b>430</b>	<b>4 603</b>	<b>2 196</b>
<b>III. ДОВГОСТРОКОВІ ЗОБОВ'ЯЗАННЯ</b>			
Довгострокові кредити банків	440		
Інші довгострокові фінансові зобов'язання	450	39	39
Відстрочені податкові зобов'язання	460		
Інші довгострокові зобов'язання	470	171	4 925
<b>Усього за розділом III</b>	<b>480</b>	<b>210</b>	<b>4 964</b>
<b>IV. ПОТОЧНІ ЗОБОВ'ЯЗАННЯ</b>			
Короткострокові кредити банків	500	–	1 000
Поточна заборгованість за довгостроковими зобов'язаннями	510		
Векселі видані	520	2 106	39
Кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги	530	12 486	15 175
Поточні зобов'язання за розрахунками:			
з одержаних авансів	540		
з бюджетом	550	7 039	10 675
з позабюджетних платежів	560	4 814	4 814
зі страхування	570	1 509	913
з оплати праці	580	1 764	1 839
з учасниками	590		
із внутрішніх розрахунків	600	174	241
Інші поточні зобов'язання	610	13 406	11 878
<b>Усього за розділом IV</b>	<b>620</b>	<b>43 298</b>	<b>46 574</b>
<b>V. Доходи майбутніх періодів</b>	<b>630</b>	<b>2 374</b>	<b>12 670</b>
<b>Баланс</b>	<b>640</b>	<b>277 143</b>	<b>292 021</b>

**Додаток  
до Положення (Стандарту)  
бухгалтерського обліку 3**

			<b>Коди</b>		
			<b>01</b>		
<b>Підприємство</b>	<u>ДВАТ «Прогрес»</u>	<b>Дата (рік, місяць, число)</b>	<b>00</b>	<b>178</b>	<b>442</b>
<b>Територія</b>	<u>Україна</u>	<b>за ЄДРПОУ</b>	<b>1312426</b>		
<b>Форма власності</b>	<u>державна</u>	<b>за КОАТУУ</b>	<b>31</b>		
<b>Орган державного управління</b>	<u>Мінпаливенерго</u>	<b>за КФВ</b>	<b>01094</b>		
<b>Галузь</b>	<u>вугільна</u>	<b>за СПОДУ</b>	<b>11312</b>		
<b>Вид економічної діяльності</b>	<u>видобуток вугілля</u>	<b>за ЗКГНГ</b>	<b>10.10.1</b>		
<b>Кількість підприємств</b>	<u>—</u>	<b>за КВЕД</b>			
<b>Одиниця виміру</b>	<u>тис. грн.</u>	<b>Контрольна сума</b>			

**ЗВІТ  
про фінансові результати  
за 2004 рік**

**Форма № 2**

**Код за ДКУД** **1801003**

**I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ**

<b>Стаття</b>	<b>Код рядка</b>	<b>За звітний період</b>	<b>За попередній період</b>
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
Дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	010	110 782	105 306
Податок на додану вартість	015	16 670	13 814
Акцизний збір	020		
	025		
Інші вирахування з доходу	030		
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	035	94 112	91 492
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	040	87 304	73 391
Валовий:			
прибуток	050	6 808	18 101
збиток	055		
Інші операційні доходи	060	8 907	9 912
Адміністративні витрати	070	4 858	9 575
Витрати на збут	080	499	402
Інші операційні витрати	090	8 704	18 706
Фінансові результати від операційної діяльності:			
прибуток	100	1 654	
збиток	105		670
Дохід від участі в капіталі	110		
Інші фінансові доходи	120	1	1
Інші доходи	130	570	815
Фінансові витрати	140	558	345
Втрати від участі в капіталі	150		
Інші витрати	160	1 684	1 271
Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування:			
прибуток	170		
збиток	175	17	1 470
Податок на прибуток від звичайної діяльності	180	1 024	4 131
Фінансові результати від звичайної діяльності:			
прибуток	190		
збиток	195	1 041	5 601

1	2	3	4
Надзвичайні: доходи витрати	200		
	205		
Податки з надзвичайного прибутку	210		
Чистий: прибуток збиток	220		
	225	1 041	5 601

## II. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Найменування показника	Код рядка	За звітний період	За попе- редній період
1	2	3	4
Матеріальні затрати	230	41 669	40 220
Витрати на оплату праці	240	30 668	20 327
Відрахування на соціальні заходи	250	13 304	7 366
Амортизація	260	6 516	5 317
Інші операційні витрати	270	9 251	28 665
<b>Разом</b>	<b>280</b>	<b>101 408</b>	<b>101 895</b>

## III. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За попере- дній пері- од
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	300		
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	310		
Чистий прибуток, що припадає на одну просту акцію	320		
Скоригований чистий прибуток, що припадає на одну просту акцію	330		
Дивіденди на одну просту акцію	340		

М. П. Керівник \_\_\_\_\_ (підпис)  
Головний бухгалтер \_\_\_\_\_ (підпис)

Здійснимо послідовно фінансову діагностику діяльності підприємства, чие функціонування протягом 2003-2004 рр. проілюстровано в наведених бухгалтерських вище документах (балансі та звіті про фінансові результати).

Нагадаємо, що аналіз із використанням фінансових коефіцієнтів складається із 6 частин:

1. Операційного аналізу.
2. Аналізу операційних витрат.
3. Аналізу управління активами.
4. Аналізу ліквідності.
5. Аналізу довгострокової платоспроможності.
6. Аналізу прибутковості.

Операційний аналіз передбачає розрахунок фінансових коефіцієнтів за формулами (9.1-9.4):

– коефіцієнт росту валових продажів ( $k_{РВП}$ ):

$$k_{РВП} = \frac{110782 - 105306}{105306} = \frac{5476}{105306} = 0,052 .$$

– коефіцієнт валового доходу ( $k_{ВД}$ ):

$$k_{ВД1} = \frac{6808}{110782} = 0,06 \quad k_{ВД2} = \frac{18101}{105306} = 0,17 .$$

– коефіцієнт операційного прибутку ( $k_{ОП}$ ):

$$k_{ОП} = \frac{-17}{110782} = -0,0002 \quad k_{ОП} = \frac{-1470}{105306} = -0,014$$

– коефіцієнт чистого прибутку ( $k_{ЧП}$ ):

$$k_{ЧП} = \frac{-1041}{110782} = -0,009 \quad k_{ЧП} = \frac{-5601}{105306} = -0,053 .$$

Аналіз операційних витрат передбачає розрахунок наступних коефіцієнтів за формулами (9.5-9.7):

– коефіцієнт собівартості реалізованої продукції ( $k_{ВС}$ ):

$$k_{ВС} = \frac{87304}{110782} = 0,8 \quad k_{ВС} = \frac{73391}{105306} = 0,7 .$$



– коефіцієнта витрат на реалізацію та управління ( $k_{BPY}$ ):

$$k_{BPY} = \frac{4858 + 499 + 8704}{110782} = \frac{14061}{110782} = 0,13 .$$
$$k_{BPY} = \frac{9575 + 402 + 18706}{105306} = \frac{28683}{105306} = 0,27 .$$

– коефіцієнта фінансових витрат та витрат від участі в капіталі ( $k_{ФВ}$ ):

$$k_{ФВ} = \frac{558 + 0}{110782} = 0,005 \quad k_{ФВ} = \frac{345 + 0}{105306} = 0,003 .$$

Аналіз управління активами передбачає розрахунок наступних коефіцієнтів за формулами (9.8-9.15):

– коефіцієнт оборотності активів ( $k_{OA}$ ):

$$k_{OA} = \frac{2 * 110782}{277143 + 292021} = \frac{221564}{569164} = 0,39 .$$

– коефіцієнт оборотності необоротних активів ( $k_{HA}$ ):

$$k_{HA} = \frac{2 * 110782}{222322 + 236834} = \frac{221564}{459156} = 0,48 .$$

– коефіцієнт оборотності чистих активів ( $k_{ЧА}$ ):

$$k_{ЧА} = \frac{2 * 110782}{(277143 + 292021 - (43298 + 2374 + 46574 + 12670))} = \frac{221564}{464248} = 0,48 .$$

– коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості ( $k_{ДЗ}$ ):

$$k_{ДЗ} = \frac{2 * 110782}{(10407 - 543) + (23233 - 772)} = \frac{221564}{9864 + 22461} = \frac{221564}{32325} = 6,85 .$$

– середній період погашення дебіторської заборгованості ( $T_{ДЗ}$ ):

$$T_{ДЗ} = \frac{365}{\text{Оборотність дебіторської заборгованості}} = \frac{365}{k_{ДЗ}} = \frac{365}{6,85} = 53,28 \text{ дн.}$$

– коефіцієнт оборотності запасів по реалізації ( $k_{ЗР}$ ):

$$k_{ЗР} = \frac{2 * 110782}{(9340 - 524) + (4594 - 371)} = \frac{221564}{8816 + 4223} = \frac{221564}{13039} = 16,99 .$$

– коефіцієнт оборотності запасів по собівартості ( $k_{3c}$ ):

$$k_{3c} = \frac{2 * 87304}{(9340 - 524) + (4594 - 371)} = \frac{174608}{8816 + 4223} = \frac{174608}{13039} = 13,39.$$

– коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості ( $k_{K3}$ ):

$$k_{K3} = \frac{2 * 110782}{12486 + 15175} = \frac{221564}{27661} = 8,0.$$

– коефіцієнт середнього періоду погашення кредиторської заборгованості ( $T_{K3}$ ):

$$T_{K3} = \frac{365}{\text{Оборотність кредиторської заборгованості}} = \frac{365}{k_{K3}} = \frac{365}{8} = 45,63.$$

Аналіз ліквідності підприємства вказує на його спроможність перетворити актив на грошові кошти швидко і без втрат ринкової вартості. Оцінюючи ліквідність підприємства, аналізують достатність поточних (оборотних) активів для погашення поточних зобов'язань – короткострокової кредиторської заборгованості. При оцінці ліквідності розраховуємо коефіцієнти за формулами (9.16-9.18):

– коефіцієнт покриття ( $k_{\Pi}$ ):

$$k_{\Pi} = \frac{45803 + 7854}{43298 + 12670} = \frac{53657}{55968} = 0,96.$$

– коефіцієнт швидкої ліквідності ( $k_{\text{ШЛ}}$ ):

$$k_{\text{ШЛ}} = \frac{45803 - (9340 - 524) + 7854}{43298 + 12670} = \frac{45803 - 8816 + 7854}{55968} = \frac{44841}{55968} = 0,801.$$

– коефіцієнт абсолютної ліквідності ( $k_{\text{АЛ}}$ ):

$$k_{\text{АЛ}} = \frac{1 + 0}{43298 + 12670} = \frac{1}{55968} = 0,00002.$$

Для оцінки платоспроможності та фінансової стійкості підприємства слід також розрахувати чистий робочий капітал підприємства ( $P_K$ ):

$$P_K = [45803 + 7854] - [43298 + 12670] = 53657 - 55968 = -2311 \text{ тис. грн.}$$

Аналіз довгострокової платоспроможності характеризує фінансову стійкість підприємства на перспективу з позицій структури коштів, залежністю пі-

дприємства від зовнішніх інвесторів і кредиторів. При цьому аналізі обчислюємо коефіцієнти за формулами (9.19-9.21):

– коефіцієнт концентрації власного капіталу ( $k_{BK}$ ):

$$k_{BK} = \frac{226658}{277143} = 0,82 \quad k_{BK} = \frac{225617}{292021} = 0,77.$$

– коефіцієнт концентрації залученого капіталу ( $k_{ЗК}$ ):

$$k_{BK} = \frac{4603 + 210 + 43298 + 2374}{277143} = \frac{50485}{277143} = 0,18.$$

$$k_{BK} = \frac{2196 + 4964 + 46574 + 12670}{292021} = \frac{66404}{292021} = 0,23.$$

– коефіцієнт співвідношення залученого і власного капіталу ( $k_{ЗВ}$ ):

$$k_{BK} = \frac{4603 + 210 + 43298 + 2374}{226658} = \frac{50485}{226658} = 0,22.$$

$$k_{BK} = \frac{2196 + 4964 + 46574 + 12670}{225617} = \frac{66404}{225617} = 0,29.$$

– коефіцієнт забезпечення по кредитах ( $k_{КРЕД}$ ):

$$k_{КРЕД} = \frac{-17 + 558}{558} = \frac{541}{558} = 0,97 \quad k_{КРЕД} = \frac{-1470 + 345}{345} = \frac{-1125}{345} = -3,26.$$

Здійснимо аналіз прибутковості діяльності підприємства за показниками рентабельності, який є якісним аспектом ефективності його роботи, скориставшись формулами (9.22-9.25):

При здійсненні цього аналізу необхідно визначити показники:

– рентабельність продажів ( $R_{П}$ ):

$$R_{ПР} = \frac{-1041}{110782} = -0,0094 \quad R_{ПР} = \frac{-5601}{105306} = -0,0532.$$

– рентабельність активів ( $R_A$ ):

$$R_A = \frac{2 * (-1041)}{277143 + 292021} = \frac{-2082}{569164} = -0,004.$$

– рентабельність капіталу ( $R_K$ ):

$$R_K = \frac{2 * (-1041)}{226658 + 225617} = \frac{-2082}{452275} = -0,005.$$

В цілому можливо зробити висновок, що підприємство функціонує неефективно, що видно з від'ємних показників рентабельності та незадовільної ліквідності підприємства.

### **Ключові терміни і поняття**

- фінансова діагностика;
- ліквідність підприємства;
- платоспроможність підприємства;
- чистий робочий капітал підприємства;
- фінансові коефіцієнти.

### **Питання для повторення**

1. В чому полягає сутність фінансової діагностики підприємства?
2. Визначте основні складові фінансів підприємства.
3. Які види фінансової діагностики Вам знайомі?
4. З яких етапів складається фінансова діагностика підприємства?
5. Чим відрізняється фінансовий аналіз від фінансової діагностики підприємства?
6. Які блоки містить фінансова діагностика підприємства.
7. Визначте показники оцінки ліквідності та довгострокової платоспроможності підприємства.
8. Запорукою чого є формування чистого робочого капіталу підприємства?

### **Теми для підготовки доповідей та рефератів**

1. Приклади здійсненні фінансової діагностики підприємства.
2. Система показників фінансової діагностики підприємства.
3. Створення ефективної фінансової стратегії розвитку підприємства на засадах аналізу за допомогою фінансових коефіцієнтів.

Допускається підготовка доповідей та рефератів з тем, які виникають з власної ініціативи студентів. Обов'язковою умовою є те, що ці теми повинні співпадати з тематикою заняття та бути узгоджені з викладачем.

## **Тема 10. Діагностика економічної безпеки підприємства**

**Кількість годин: 1**

**Мета заняття:** ознайомитись та засвоїти методологічні основи діагностики економічної безпеки на вітчизняних підприємствах

### **План**

1. Змістовно-типологічна характеристика економічної безпеки підприємства.
2. Структурні елементи і особливості організації економічної безпеки підприємства.
3. Методика здійснення економічної діагностики безпеки підприємства.
4. Аналіз та оцінка досягнутого рівня економічної безпеки.
5. Напрямки підвищення та моделювання ефективної організації економічної безпеки за окремими функціональними складовими.

### **Питання для обговорення**

1. Поняття економічної безпеки на підприємстві.
2. Аналітична оцінка економічної безпеки підприємства.
3. Алгоритм проведення функціонального аналізу заходів щодо досягнення необхідного рівня економічної безпеки підприємства.
4. Основні напрямки організації економічної безпеки за окремими функціональними складовими.
5. Поняття комерційної таємниці та оцінка наслідків її порушення.
6. Концептуальні засади управління безпекою підприємства.

### **Методичні рекомендації**

При вивченні цієї теми студент повинен скористатися знаннями, здобутими при вивченні дисциплін загальнообов'язкового циклу, таких як «Економіка підприємства», «Внутрішній економічний механізм підприємства», «Господарське право».

Для діагностики економічної безпеки підприємства використовують широкий спектр економічних показників, які аналізують такі її складові, як:

- *фінансову* (досягнення найбільш ефективного використання корпоративних ресурсів);
- *інтелектуальну* (збереження і розвиток інтелектуального потенціалу підприємства);
- *кадрову* (ефективне управління персоналом);
- *техніко-технологічну* (відповідність застосовуваних технологій сучасним вимогам виробництва);
- *політико-правову* (усебічне правове забезпечення діяльності підприємства відповідно до чинного законодавства);
- *інформаційну* (ефективне інформативно-аналітичне забезпечення господарської діяльності підприємства);
- *екологічну* (дотримання чинних екологічних норм і стандартів);
- *силову* (забезпечення фізичної безпеки персоналу підприємства та майна

підприємства).

Студентам самостійно слід пригадати формули розрахунку сукупного критерію інтегральної оцінки економічної безпеки підприємства за усіма вказаними складовими та визначити, яку роль відіграють дані показники при формування ефективної стратегії функціонування підприємства в ієрархічному конкурентному середовищі.

### **Ключові терміни і поняття**

- економічна безпека підприємства;
- діагностика економічної безпеки;
- інтегральний показник оцінки економічної безпеки.

### **Питання для повторення**

1. Дайте визначення поняттю економічної безпеки підприємства.
2. Визначте основні складові економічної безпеки підприємства.
3. Назвіть передумови, необхідні для забезпечення відповідної безпеки економічного стану підприємства.
4. Вкажіть основні чинники, що обумовлюють результативне забезпечення економічної безпеки в межах конкретного підприємства.
5. Як правильно сформулювати систему управління економічною безпекою підприємства на основі її діагностики?
6. За допомогою яких методів можна спрогнозувати перспективний розвиток економічної безпеки на підприємстві?

### **Теми для підготовки доповідей та рефератів**

1. Структурний відділ забезпечення економічної безпеки на підприємстві.
  2. Створення механізму управління економічною безпекою підприємства на основі її діагностики.
  3. Характеристика особливостей забезпечення належної безпеки діяльності підприємства в конкурентному середовищі.
  4. Особливості збереження комерційної таємниці.
  5. Оцінка рівня секретності та конфіденційності інформації на підприємстві.
- Допускається підготовка доповідей та рефератів з тем, які виникають з власної ініціативи студентів. Обов'язковою умовою є те, що ці теми повинні співпадати з тематикою заняття та бути узгоджені з викладачем.

## **Тема 11. Діагностика економічної культури підприємства**

**Кількість годин:** 1

**Мета заняття:** ознайомитись та засвоїти методологічні основи діагностики

### **План**

1. Сутність та характеристика складових економічної культури підприємства.
2. Система показників для оцінки економічної культури підприємства.
3. Основні етапи здійснення діагностики економічної культури підприємства.
4. Напрямки поліпшення економічної культури підприємства.

### **Питання для обговорення**

1. Поняття економічної культури на підприємстві.
2. Складові економічної культури на підприємстві.
3. Оцінка економічної культури підприємства.
4. Формування ефективної системи економічної культури діяльності підприємства в конкурентному структурованому середовищі.

### **Методичні рекомендації**

При вивченні цієї теми студент повинен скористатися знаннями, здобутими при вивченні дисциплін загальнообов'язкового циклу, таких як «Економіка підприємства», «Етика», «Господарське право», «Культурологія».

Для діагностики економічної культури підприємства використовують широкий спектр економічних показників, які аналізують такі її складові, як:

- діловий імідж (репутацію) підприємства;
- здійснення документообігу;
- обслуговування споживачів (клієнтів);
- етику бізнесу;
- толерантність керівництва...

Студентам самостійно слід пригадати моделі етичного здійснення бізнес-процесів, психологію поведінки споживачів, співробітників, постачальників, керівників вищої ланки, інших категорій працівників підприємства та ринкових суб'єктів, а також методи вербальних оцінок цих процесів.

Також студенту слід самостійно ознайомитися з сучасними теоріями мотивації, в яких відтворено взаємозв'язок між матеріальними, моральними і духовними цінностями в діяльності кожного з них та загальносупільної поведінки.

Необхідним також є ознайомлення з методами етики бізнесу та економічними методами оцінки доцільності її впровадження на підприємстві.

### **Ключові терміни і поняття**

- економічна культура підприємства;
- етика бізнесу;
- імідж (ділова репутація) підприємства.

### **Питання для повторення**

1. Дайте визначення поняттю економічної культури підприємства.
2. Визначте основні складові економічної культури підприємства.
3. Які показники слугують основою для оцінки економічної культури підприємства?
4. Що утворює зміст економічної культури підприємства?
5. Вкажіть основні чинники, що обумовлюють успішний розвиток економічної культури підприємства.
6. Визначте основні складові етики бізнесу.
7. Як правильно сформувати позитивний імідж підприємства на ринку за допомогою економічної культури?
8. Що є запорукою успішного функціонування підприємства в зовнішньому ринковому середовищі?
9. За допомогою яких економічних показників можна оцінити економічну культуру підприємства?

### **Теми для підготовки доповідей та рефератів**

1. Складові економічної культури на підприємстві.
2. Обґрунтування доцільності запровадження керованої системи управління економічною культурою підприємства виробничої програми підприємства.
3. Система показників діагностики економічної культури підприємства.
4. Напрямки перспективного розвитку та подальшого становлення мотивованої системи управління економічною культурою підприємства.

Допускається підготовка доповідей та рефератів з тем, які виникають з власної ініціативи студентів. Обов'язковою умовою є те, що ці теми повинні співпадати з тематикою заняття та бути узгоджені з викладачем.



## РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Азоев Г.Л., Челенков А.П. Конкурентные преимущества фирмы. – М.: ОАО Новости, 2000. – 255 с.
2. Береза Т.Н., Хрусталеv Е.Ю. Методы оценки маркетинговых решений в условиях неопределенности и риска // Маркетинг в России и за рубежом. – 2000. – № 6. – С. 3-16.
3. Бланк И.А. Управление активами. – К.: «Ника-Центр», 2000. – 720 с.
4. Бланк И.А. Управление формированием капитала. – К.: «Ника-Центр», 2000. – 512 с.
5. Гончарова Н.П., Перерва П.Г. и др. Маркетинг инновационного процесса: Учебное пособие. – К.: Наука, 1998. – 207 с.
6. Демченков В.С., Милета В.И. Системный анализ деятельности предприятий: М.: Финансы и статистика, 1990. – 182 с.
7. Економіка підприємства: Підручник / За заг. ред. С.Ф. Покропивного. – Вид. 2-ге, перероб. та доп. – К.: КНЕУ, 2000. – 528 с.
8. Іваненко В.М. Курс економічного аналізу: Навч. посіб. – К.: Знання-Прес, 2000. – 207 с.
9. Іваненко В.М. Курс економічного аналізу: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. – К.: КНЕУ, 2000. – 263 с.
10. Калина А.В. и др. Современный экономический анализ и прогнозирование (микро- и макроуровень): Учеб. пособ. – К.: МАУП, 1998. – 266 с.
11. Комлев Е.Б. Анализ конкурентоспособности товаров / Маркетинг в России и за рубежом. – 2000. – №3. – с. 45-59.
12. Коробов М.Я. Фінансово-економічний аналіз діяльності підприємств: Навч. посіб. – 3-тє вид., перероб. і доп. – К.: Т-во «Знання», КОО, 2002. – 294 с.
13. Лахтіонова Л.А. Фінансовий аналіз суб'єктів господарювання: Монографія. – К.: КНЕУ, 2001. – 387 с.
14. Мец В.О. Економічний аналіз фінансових результатів та фінансового стану підприємства: Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 1999. – 132 с.
15. Мних Є.В., Буряк П.Ю. Економічний аналіз на промисловому підприємстві: Навч. посібник. – Львів: Світ, 1998. – 208 с.
16. Оценка бизнеса: Учебник / Под ред. А.Г. Грязновой, М.А. Федотовой. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 512 с.
17. Попов Е.В. Пять уровней потенциала маркетинга // Маркетинг. – 2000. – № 6 (55). – С. 50-58.
18. Савицкая Г.А. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. – Минск: Нов. знание, 2000. – 688 с.
19. Соколова Л.В. Конкурентоспособность предприятия и критерии ее оценки / Маркетинг и реклама. – 1999. – №5-6. – с. 31-33.
20. Энджел Дж. Ф. и др. Поведение потребителей / Д.Ф. Энджел, Р.Д. Блэкуэлл, П.У. Миниард. – Спб.: Питер, 1999. – 768 с.

*Значення вагомості кількісних та якісних показників  
конкурентоспроможності товару*

№ варіанта	<i>Вагомість товарних атрибутів для оцінки товару споживачем</i>											
	<i>Ціна споживання</i>	<i>Якість товару</i>	<i>Якість товару</i>				<i>Експлуатаційні характеристики</i>		<i>Технічні характеристики</i>			
			<i>Імідж виробу</i>	<i>Дизайн</i>	<i>Експлуатаційні характеристики</i>	<i>Технічні характеристики</i>	<i>Режим роботи</i>	<i>Гарантійний строк</i>	<i>Робочий простір</i>	<i>Навантаження</i>	<i>Потужність</i>	<i>Викид шкідливих речовин</i>
1	0,35	0,65	0,35	0,30	0,20	0,15	0,30	0,70	0,30	0,30	0,20	0,20
2	0,30	0,70	0,10	0,10	0,70	0,10	0,25	0,75	0,10	0,20	0,30	0,40
3	0,25	0,75	0,20	0,10	0,55	0,15	0,15	0,85	0,70	0,10	0,10	0,10
4	0,28	0,72	0,10	0,05	0,75	0,10	0,12	0,88	0,50	0,25	0,15	0,10
5	0,32	0,68	0,05	0,05	0,50	0,40	0,30	0,70	0,10	0,20	0,30	0,40
6	0,30	0,70	0,04	0,06	0,52	0,38	0,45	0,55	0,40	0,30	0,20	0,10
7	0,35	0,65	0,12	0,13	0,65	0,10	0,55	0,45	0,25	0,25	0,25	0,25
8	0,34	0,66	0,60	0,10	0,25	0,05	0,46	0,54	0,15	0,35	0,15	0,35
9	0,36	0,64	0,20	0,15	0,42	0,23	0,47	0,53	0,14	0,26	0,37	0,23
10	0,37	0,63	0,11	0,09	0,40	0,40	0,32	0,68	0,15	0,25	0,30	0,30
11	0,30	0,70	0,15	0,15	0,35	0,35	0,28	0,72	0,60	0,20	0,10	0,10
12	0,25	0,75	0,03	0,17	0,62	0,18	0,10	0,90	0,15	0,15	0,35	0,35
13	0,26	0,74	0,20	0,20	0,30	0,30	0,20	0,80	0,30	0,30	0,30	0,10
14	0,27	0,73	0,25	0,25	0,25	0,25	0,35	0,65	0,20	0,20	0,20	0,40
15	0,30	0,70	0,25	0,25	0,25	0,25	0,40	0,60	0,16	0,24	0,36	0,24
16	0,29	0,71	0,30	0,30	0,20	0,20	0,22	0,78	0,50	0,10	0,30	0,10
17	0,30	0,70	0,04	0,06	0,45	0,45	0,14	0,86	0,40	0,30	0,15	0,15
18	0,30	0,70	0,08	0,02	0,60	0,30	0,50	0,50	0,25	0,25	0,25	0,25
19	0,35	0,65	0,12	0,13	0,55	0,20	0,30	0,70	0,60	0,30	0,05	0,05
20	0,35	0,65	0,10	0,10	0,40	0,40	0,50	0,50	0,25	0,25	0,25	0,25
21	0,30	0,70	0,25	0,25	0,25	0,25	0,45	0,55	0,40	0,40	0,05	0,15
22	0,32	0,68	0,07	0,13	0,70	0,10	0,33	0,67	0,90	0,05	0,02	0,03
23	0,33	0,67	0,05	0,05	0,60	0,30	0,56	0,44	0,70	0,25	0,04	0,01
24	0,32	0,68	0,06	0,14	0,25	0,55	0,70	0,30	0,60	0,30	0,05	0,05
25	0,30	0,70	0,14	0,06	0,30	0,50	0,15	0,85	0,30	0,30	0,20	0,20
26	0,28	0,72	0,30	0,20	0,30	0,20	0,60	0,40	0,20	0,20	0,30	0,30
27	0,25	0,75	0,10	0,20	0,30	0,40	0,74	0,26	0,40	0,25	0,25	0,10
28	0,25	0,75	0,01	0,02	0,47	0,50	0,80	0,20	0,48	0,48	0,02	0,02
29	0,36	0,64	0,40	0,30	0,20	0,10	0,45	0,55	0,25	0,25	0,25	0,25
30	0,38	0,62	0,15	0,25	0,30	0,30	0,50	0,50	0,50	0,20	0,20	0,10

*Ранг показників, що характеризують конкурентоспроможність  
підприємства на ринку*

<i>Номер варіанта</i>	<i>Положення на ринку</i>	<i>Товар</i>	<i>Виробничий потенціал</i>	<i>Методи товароруху</i>	<i>Можливос- ті збуту</i>
1	0,14	0,36	0,25	0,15	0,10
2	0,25	0,25	0,15	0,15	0,20
3	0,20	0,20	0,20	0,20	0,20
4	0,12	0,18	0,31	0,29	0,10
5	0,05	0,15	0,25	0,15	0,40
6	0,16	0,16	0,14	0,14	0,40
7	0,23	0,24	0,25	0,17	0,11
8	0,27	0,33	0,25	0,07	0,08
9	0,06	0,19	0,25	0,25	0,25
10	0,13	0,36	0,11	0,20	0,20
11	0,08	0,27	0,30	0,30	0,05
12	0,05	0,10	0,15	0,20	0,50
13	0,10	0,15	0,20	0,25	0,30
14	0,18	0,18	0,18	0,18	0,28
15	0,12	0,24	0,36	0,14	0,14
16	0,21	0,22	0,23	0,24	0,10
17	0,09	0,45	0,16	0,15	0,15
18	0,11	0,56	0,25	0,05	0,03
19	0,24	0,25	0,26	0,10	0,15
20	0,09	0,41	0,17	0,17	0,16
21	0,10	0,40	0,15	0,15	0,20
22	0,23	0,25	0,30	0,17	0,05
23	0,14	0,15	0,16	0,17	0,38
24	0,10	0,10	0,15	0,15	0,50
25	0,20	0,30	0,20	0,25	0,05
26	0,02	0,50	0,40	0,05	0,03
27	0,16	0,44	0,20	0,10	0,10
28	0,16	0,16	0,16	0,16	0,36
29	0,10	0,62	0,08	0,08	0,12
30	0,20	0,20	0,20	0,20	0,20

**Додаток В**  
**до Положення (Стандарту)**  
**бухгалтерського обліку 2**

		Дата (рік, місяць, число)	<b>Коди</b>		
			<b>01</b>		
<b>Підприємство</b>	ДВАТ «Прогрес»	за ЄДРПОУ	00	178	442
<b>Територія</b>	Україна	за КОАТУУ	1312426		
<b>Форма власності</b>	державна	за КФВ	31		
<b>Орган державного управління</b>	Мінпаливенерго	за СПОДУ	01094		
<b>Галузь</b>	вугільна	за ЗКГНГ	11312		
<b>Вид економічної діяльності</b>	видобуток вугілля	за КВЕД	10.10.1		
<b>Кількість підприємств</b>	—				
<b>Одиниця виміру</b>	тис. грн.	<b>Контрольна сума</b>			
<b>Адреса</b>	м. Донецьк, вул. Шахтарів, 4				

**БАЛАНС**  
**на 1 січня 2004 року**

Форма № 1

Код за ДКУД

**1801001**

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
<b>I. НЕОБОРОТНІ АКТИВИ</b>			
Нематеріальні активи:			
залишкова вартість	010	123	216
первісна вартість	011	123	216
знос	012	( — )	( — )
Незавершене будівництво	020	18 517	14 491
Основні засоби:			
залишкова вартість	030	203 682	222 127
первісна вартість	031	284 323	304 012
знос	032	(80 641)	(81 885)
Довгострокові фінансові інвестиції:			
обліковані методом участі в капіталі інших підприємств	040		
інші фінансові інвестиції	045		
Довгострокова дебіторська заборгованість	050		
Відстрочені податкові активи	060		
Інші необоротні активи	070		
<b>Усього за розділом I</b>	<b>080</b>	<b>222 322</b>	<b>236 834</b>
<b>II. ОБОРОТНІ АКТИВИ</b>			
Запаси:			
виробничі запаси	100	9 340	4 594
тварини на вирощуванні та відгодівлі	110		
незавершене виробництво	120	3	46
готова продукція	130		
товари	140	524	371
Векселі одержані	150	21 715	15 755
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги:			
чиста реалізаційна вартість	160	10 407	23 233
первісна вартість	161	10 407	23 233
резерв сумнівних боргів	162	( — )	( — )

Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
з бюджетом	170	27	27
за виданими авансами	180	50	–
з нарахованих доходів	190		
із внутрішніх розрахунків	200		
Інша поточна дебіторська заборгованість	210	543	772
Поточні фінансові інвестиції	220		
Грошові кошти та їх еквіваленти:			
у національній валюті	230	1	3
в іноземній валюті	240		
Інші оборотні активи	250	3 193	2 532
<b>Усього за розділом II</b>	<b>260</b>	<b>45 803</b>	<b>47 333</b>
<b>III. Витрати майбутніх періодів</b>	<b>270</b>	<b>9 018</b>	<b>7 854</b>
<b>Баланс</b>	<b>280</b>	<b>277 143</b>	<b>292 021</b>
<b>Пасив</b>	<b>Код рядка</b>	<b>На початок звітного періоду</b>	<b>На кінець звітного періоду</b>
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
<b>I. ВЛАСНИЙ КАПІТАЛ</b>			
Статутний капітал	300	39 744	39 744
Пайовий капітал	310		
Додатковий вкладений капітал	320		
Інший додатковий капітал	330	152 864	152 864
Резервний капітал	340		
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	350	34 050	33 009
Неоплачений капітал	360	( )	( )
Вилучений капітал	370	( )	( )
<b>Усього за розділом I</b>	<b>380</b>	<b>226 658</b>	<b>225 617</b>
<b>II. ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАСТУПНИХ ВИТРАТ І ПЛАТЕЖІВ</b>			
Забезпечення виплат персоналу	400		
Інші забезпечення	410		
	415		
	416	( )	( )
Цільове фінансування	420	4 603	2 196
<b>Усього за розділом II</b>	<b>430</b>	<b>4 603</b>	<b>2 196</b>
<b>III. ДОВГОСТРОКОВІ ЗОБОВ'ЯЗАННЯ</b>			
Довгострокові кредити банків	440		
Інші довгострокові фінансові зобов'язання	450	39	39
Відстрочені податкові зобов'язання	460		
Інші довгострокові зобов'язання	470	171	4 925
<b>Усього за розділом III</b>	<b>480</b>	<b>210</b>	<b>4 964</b>
<b>IV. ПОТОЧНІ ЗОБОВ'ЯЗАННЯ</b>			
Короткострокові кредити банків	500	–	1 000
Поточна заборгованість за довгостроковими зобов'язаннями	510		
Векселі видані	520	2 106	39
Кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги	530	12 486	15 175
Поточні зобов'язання за розрахунками:			
з одержаних авансів	540		
з бюджетом	550	7 039	10 675
з позабюджетних платежів	560	4 814	4 814
зі страхування	570	1 509	913
з оплати праці	580	1 764	1 839
з учасниками	590		
із внутрішніх розрахунків	600	174	241
Інші поточні зобов'язання	610	13 406	11 878
<b>Усього за розділом IV</b>	<b>620</b>	<b>43 298</b>	<b>46 574</b>
<b>V. Доходи майбутніх періодів</b>	<b>630</b>	<b>2 374</b>	<b>12 670</b>
<b>Баланс</b>	<b>640</b>	<b>277 143</b>	<b>292 021</b>

**Додаток Д**  
**до Положення (Стандарту)**  
**бухгалтерського обліку 3**

		<b>Дата (рік, місяць, число)</b>	<b>Коди</b>		
<b>Підприємство</b>	<u>ДВАТ «Прогрес»</u>	за ЄДРПОУ	<b>01</b>		
<b>Територія</b>	<u>Україна</u>	за КОАТУУ	00	178	442
<b>Форма власності</b>	<u>державна</u>	за КФВ	1312426		
<b>Орган державного управління</b>	<u>Мінпаливенерго</u>	за СПОДУ	31		
<b>Галузь</b>	<u>вугільна</u>	за ЗКГНГ	01094		
<b>Вид економічної діяльності</b>	<u>видобуток вугілля</u>	за КВЕД	11312		
<b>Кількість підприємств</b>	<u>—</u>		10.10.1		
<b>Одиниця виміру</b>	<u>тис. грн.</u>	<b>Контрольна сума</b>			

**ЗВІТ**  
**про фінансові результати**  
**за 2003 рік**

**Форма № 2**

**Код за ДКУД** **1801003**

**I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ**

<b>Стаття</b>	<b>Код рядка</b>	<b>За звітний період</b>	<b>За попередній період</b>
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
Дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	010	110 782	105 306
Податок на додану вартість	015	16 670	13 814
Акцизний збір	020		
	025		
Інші вирахування з доходу	030		
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	035	94 112	91 492
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	040	87 304	73 391
Валовий: прибуток збиток	050	6 808	18 101
	055		
Інші операційні доходи	060	8 907	9 912
Адміністративні витрати	070	4 858	9 575
Витрати на збут	080	499	402
Інші операційні витрати	090	8 704	18 706
Фінансові результати від операційної діяльності: прибуток збиток	100	1 654	
	105		670
Дохід від участі в капіталі	110		
Інші фінансові доходи	120	1	1
Інші доходи	130	570	815
Фінансові витрати	140	558	345
Втрати від участі в капіталі	150		
Інші витрати	160	1 684	1 271

1	2	3	4
Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування:			
прибуток	170		
збиток	175	17	1 470
Податок на прибуток від звичайної діяльності	180	1 024	4 131
Фінансові результати від звичайної діяльності:			
прибуток	190		
збиток	195	1 041	5 601
Надзвичайні:			
доходи	200		
витрати	205		
Податки з надзвичайного прибутку	210		
Чистий:			
прибуток	220		
збиток	225	1 041	5 601

## II. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Найменування показника	Код рядка	За звітний період	За попередній період
1	2	3	4
Матеріальні затрати	230	41 669	40 220
Витрати на оплату праці	240	30 668	20 327
Відрахування на соціальні заходи	250	13 304	7 366
Амортизація	260	6 516	5 317
Інші операційні витрати	270	9 251	28 665
<b>Разом</b>	<b>280</b>	<b>101 408</b>	<b>101 895</b>

## III. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За попередній період
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	300		
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	310		
Чистий прибуток, що припадає на одну просту акцію	320		
Скоригований чистий прибуток, що припадає на одну просту акцію	330		
Дивіденди на одну просту акцію	340		

М. П. Керівник \_\_\_\_\_ (підпис)

Головний бухгалтер \_\_\_\_\_ (підпис)

**Додаток Ж**  
**до Положення (Стандарту)**  
**бухгалтерського обліку 4**  
**(Наказ Міністерства фінансів**  
**України від 31.03.1999 № 87)**

			<b>Коди</b>		
			<b>01</b>		
<b>Підприємство</b>	<u>ДВАТ «Прогрес»</u>	<b>Дата (рік, місяць, число)</b>	00	178	442
<b>Територія</b>	<u>Україна</u>	<b>за ЄДРПОУ</b>	1312426		
<b>Форма власності</b>	<u>державна</u>	<b>за КОАТУУ</b>	31		
<b>Орган державного управління</b>	<u>Мінпаливенерго</u>	<b>за СПОДУ</b>	01094		
<b>Галузь</b>	<u>вугільна</u>	<b>за ЗКГНГ</b>	11312		
<b>Вид економічної діяльності</b>	<u>добуток вугілля</u>	<b>за КВЕД</b>	10.10.1		
<b>Кількість підприємств</b>	<u>—</u>				
<b>Одиниця виміру</b>	<u>тис. грн.</u>	<b>Контрольна сума</b>			

**ЗВІТ**  
**про рух грошових коштів**  
**за 2003 рік**

**Форма № 3**

**Код за ДКУД**

**1801004**

Стаття	Код рядка	За звітний період		За попередній період	
		Надходження	Видаток	Надходження	Видаток
1	2	3	4	5	6
<b>I. Рух коштів у результаті операційної діяльності</b>					
Прибуток (збиток) від звичайної діяльності до оподаткування	010		17		1470
Коригування на:					
амортизацію необоротних активів	020	6 516	x	5 317	x
збільшення (зменшення) забезпечень збиток (прибуток) від нереалізованих курсових різниць	030		2 407	2 915	
збиток (прибуток) від неопераційної діяльності	040				
збиток (прибуток) від неопераційної діяльності	050	1 113		800	
Витрати на сплату відсотків	060	558	x	345	x
Прибуток (збиток) від операційної діяльності до зміни в чистих оборотних активах	070	5 763		7 577	
Зменшення (збільшення):					
оборотних активів	080		524		6 928
витрат майбутніх періодів	090	1 164			2 421
Збільшення (зменшення):					
поточних зобов'язань	100	2 276		16 915	
доходів майбутніх періодів	110	10 296		2 374	
Грошові кошти від операційної діяльності	120	18 975		17 502	
Сплачені:					
відсотки	130	x	558	x	345
податки на прибуток	140	x	20	x	23



1	2	3	4	5	6
Чистий рух коштів до надзвичайних подій	150	18 397		17 134	
Рух коштів від надзвичайних подій	160				
Чистий рух коштів від операційної діяльності	170	18 397		17 134	
<b>II. Рух коштів у результаті інвестиційної діяльності</b>					
Реалізація:					
фінансових інвестицій	180		x		x
необоротних активів	190	15	x		x
майнових комплексів	200				
Отримані:					
відсотки	210		x		x
дивіденди	220		x		x
Інші надходження	230	7 856	x		x
Придбання:					
фінансових інвестицій	240	x		x	16 098
необоротних активів	250	x	27 010	x	
майнових комплексів	260	x		x	
Інші платежі	270	x		x	
Чистий рух коштів до надзвичайних подій	280		19 139		16 098
Рух коштів від надзвичайних подій	290				
Чистий рух коштів від інвестиційної діяльності	300		19 139		16 098
<b>III. Рух коштів у результаті фінансової діяльності</b>					
Надходження власного капіталу	310		x		x
Отримання позики	320	8 049	x		x
Інші надходження	330		x		x
Погашення позик	340	x	7 049	x	1 035
Сплачені дивіденди	350	x		x	
Інші платежі	360	x		x	
Чистий рух коштів до надзвичайних подій	370	744			1 035
Рух коштів від надзвичайних подій	380				
Чистий рух коштів від фінансової діяльності	390	744			1 035
Чистий рух коштів за звітний період	400	2		1	
Залишок коштів на початок року	410	1	x	1	x
Вплив зміни валютних курсів на залишок коштів	420				
Залишок коштів на кінець року	430	3	x	2	x

М. П.	Керівник	_____
		(підпис)
	Головний бухгалтер	_____
		(підпис)