

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені В. Н. КАРАЗІНА

УПРАВЛІННЯ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Методичні вказівки
до виконання контрольної роботи з дисципліни
для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня
заочної форми здобуття освіти за спеціальностями
015 «Професійна освіта (Економіка)» та 073 «Менеджмент»

Електронний ресурс

Харків – 2025

Рецензенти:

Олена Черняєва – доцент, к.еко.н., доцент, доцент кафедри економіки підприємств та менеджменту Бахмутського навчально-наукового професійно-педагогічного інституту Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна;

Тетяна Обиденнова – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки та менеджменту Навчально-наукового інституту «Українська інженерно-педагогічна академія» Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна.

Затверджено до розміщення в мережі Інтернет рішенням Науково-методичної ради Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна (протокол № 5 від 30 січня 2025 року)

Управління потенціалом підприємства : методичні вказівки до виконання контрольної роботи з дисципліни для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня заочної форми здобуття освіти за спеціальностями 015 «Професійна освіта (Економіка)» та 073 «Менеджмент» [Електронний ресурс] / укладач О. А. Атаєва. – Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2025. – (PDF 48 с.)

Методичні вказівки містять рекомендації щодо виконання контрольної роботи з дисципліни «Управління потенціалом підприємства», яка включає теоретичний аналіз, тестові завдання та практичне завдання з оцінки інвестиційних проєктів.

Розроблені методичні матеріали спрямовані на формування у студентів здатності самостійно аналізувати потенціал підприємств, приймати управлінські рішення та впроваджувати інноваційні підходи у реальних бізнес-ситуаціях. Використання методичних рекомендацій забезпечує ефективну організацію навчального процесу та розвиток практичних навичок управління.

УДК 338:005.93(075.5)

ЗМІСТ

Вступ.....	4
Вимоги до оформлення.....	5
1. Теоритична частина.....	7
2. Практична частина.....	24
2.1. Тестові завдання за варіантом.....	24
2.2. Оцінка потенціалу інвестиційних проєктів.....	42
Додаток А.....	45
Додаток В.....	46
Список літератури.....	47

ВСТУП

Дисципліна «Управління потенціалом підприємства» є важливим етапом у вивченні сучасних аспектів ефективного функціонування бізнесу. У рамках цієї дисципліни розглядаються ключові елементи, які формують потенціал підприємства, зокрема людські, фінансові, технологічні та інформаційні ресурси.

Сучасне бізнес-середовище характеризується високою конкуренцією та швидкими змінами, тому управління потенціалом стає критично важливим для досягнення стійкого розвитку і підвищення конкурентоспроможності. Студенти ознайомляться з методами оцінювання і розвитку потенціалу підприємства, а також з інструментами для ефективного управління ресурсами.

Важливо зазначити, що управління потенціалом не обмежується лише оптимізацією існуючих ресурсів, а також передбачає активне пошуку нових можливостей для росту та розвитку. Одним із ключових аспектів буде аналіз ролі інновацій і технологій у забезпеченні конкурентних переваг.

Контрольна робота – це самостійне науково-практичне дослідження, яке дає змогу оцінити якість знань студента, вміння застосувати їх на практиці.

Основною метою виконання контрольної роботи є глибоке і творче вивчення одного з конкретних питань теорії та практики дисципліни «Управління потенціалом підприємства», оволодіння методами наукового дослідження.

У процесі дослідження студенти вдосконалюють та розвивають такі *навички і вміння*:

- самостійно формулювати проблему дослідження;
- визначати мету, основні завдання, предмет, об'єкт дослідження;
- здійснювати пошук і добір потрібної наукової інформації;
- аналізувати практичну діяльність різних підприємств;
- логічно і аргументовано висловлювати свої думки, пропозиції, робити висновки;
- правильно оформляти науково-довідковий матеріал.

В контрольній роботі будуть розглянуті як теоретичні основи, так і практичні аспекти управлінських рішень, що дозволяють оптимізувати діяльність підприємства та забезпечити його успішність у довгостроковій перспективі. Це також включає в себе розвиток підприємницької культури, формування ефективної комунікації в командах, а також стратегічне планування для визначення ключових напрямків розвитку.

Таким чином, «Управління потенціалом підприємства» стає не лише теоретичним курсом, але й важливим практичним інструментом для підготовки майбутніх спеціалістів, які здатні успішно реагувати на виклики сучасного ринку.

ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ

Здобувач повинен виконати одну контрольну роботу, яка нараховує 10 варіантів. Варіант контрольної роботи здобувачі обирають самостійно, відповідно останній цифрі шифру. Наприклад, якщо шифр 117 - то здобувач обирає 7 варіант або шифр 130 – 10 варіант.

Контрольна робота повинна включати відповіді на теоретичне питання, десять тестових завдань та практичного завдання. Відповідь на теоретичне питання повинна містити план, розкриття питань плану, список використаної літератури.

Оформлення контрольної роботи.

1. Титульна сторінка (додаток А).
2. Друга сторінка – ЗМІСТ, де прописуються план теоритичного і назва практичного завдання контрольної роботи та сторінки.
3. Повна відповідь на теоретичне питання.
4. Тестові завдання за варіантом.
5. Виконання практичного завдання: «Проект оцінки потенціалу підприємств і вибір найпривабливішого з них», використовую значення в таблиці стосовно свого варіанту (додаток В).

5. СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ.

Оцінюється самостійна робота за вірним розрахунком трьох задач і правильними відповідями на тестові запитання *у межах 25 балів*.

Всі сторінки роботи повинні бути пронумеровані. Нумеруються всі сторінки роботи до останньої, без пропусків, повторів і літерних додатків. Першою сторінкою вважається титульна, на якій цифра “1” не ставиться. Отже, загальна нумерація роботи починається на наступній сторінці (ЗМІСТ) з цифри “2”. Порядковий номер сторінки проставляється з права її верхнього поля.

Робота має бути представлена на одній стороні аркушу паперу форматом А4 (210×297 мм). Гарнітура Times New Roman – 14 кегль, інтервал – 1,5, поля: верхнє та нижнє - 20 мм, лівє - 30 мм, правє - 15 мм. Розмір абзацу у основному тексті роботи – 1,25 см.

При викладі цитат, основних авторських ідей, відображенні творчого доробку певного автора, слід *обов'язково* посилатися на літературне джерело за зразком: [12, с. 44], де 12 – номер джерела за списком використаної до контрольної роботи літератури, с. 44 – номер сторінки у цьому джерелі.

До списку використаних джерел включають публікації, звертаючи особливу увагу на публікації останніх 5 років, Інтернет-ресурси і роботи останнього року. У випадку, якщо робота не відповідає переліченим вище вимогам формою або її зміст не розкриває теоретичного питання або невірно виконані практичні завдання, вона не зараховується, а здобувач освіти не допускається до її захисту.

Здобувач зобов'язаний усунути всі зауваження рецензента і знов представити контрольну роботу на перевірку.

ОЦІНЮВАННЯ ТА ЗАХИСТ ВІДБУВАЄТЬСЯ ЗА НАСТУПНОЮ ШКАЛОЮ

Бали	Оцінка	Характеристика
23-25	відмінно	Оформлення контрольної роботи повністю відповідає встановленим вимогам. Завдання розкриті повно, глибоко і всебічно. Студент демонструє не лише знання теоретичного матеріалу, але й здатність до критичного аналізу, синтезу інформації та застосування знань у нових умовах. Відповіді логічні, послідовні, граматично правильні. Практична частина виконана на високому рівні, із залученням прикладів, порівнянь, графічного чи табличного матеріалу. Використовуються посилання на наукову літературу та додаткові джерела. Демонструється здатність до самостійного мислення, творчого підходу та глибокого аналізу. Відповіді підтверджені конкретними прикладами та доказами. У роботі немає помилок чи недоліків.
15-22	добре	Оформлення контрольної роботи відповідає встановленим вимогам, але з окремими незначними зауваженнями (наприклад, порушення стилістики чи оформлення). Завдання розкриті достатньо повно, демонструється розуміння теоретичного матеріалу. Студент виявляє здатність до аналізу та узагальнення, але вони не завжди є глибокими. Практична частина виконана з певними недоліками, наприклад, недостатня деталізація, поверхневий аналіз або обмежена кількість прикладів. Додаткові джерела використовуються, але не повною мірою. Робота демонструє стійке знання матеріалу, проте не завжди повну інтеграцію теорії та практики. Можуть бути окремі дрібні помилки чи неточності, які не впливають на загальну якість роботи.
6-14	задовільно	Оформлення контрольної роботи частково відповідає вимогам: є помилки у структурі, оформленні або логіці викладення матеріалу. Завдання виконані поверхнево, деякі з них не розкриті або залишилися незрозумілими. У теоретичній частині роботи трапляються неточності, пропуски важливих деталей чи недоліки у викладі. Практична частина виконана неповно, поверхнево, з помилками або без достатньої кількості обґрунтувань. Студент демонструє лише базові знання, які не підкріплені аналізом чи власними висновками. Використання додаткових джерел є обмеженим або відсутнє. Можлива відсутність прикладів, ілюстрацій чи інших засобів обґрунтування. Робота має численні недоліки, але дозволяє оцінити мінімально допустимий рівень засвоєння матеріалу.
5 і менше	незадовільно	Оформлення контрольної роботи не відповідає встановленим вимогам: структура роботи відсутня або неорганізована, спостерігаються грубі помилки в оформленні. Завдання залишаються нерозкритими або виконані неправильно. Теоретичний матеріал викладений поверхнево, без логіки та системності, з численними фактичними помилками. Практична частина відсутня або виконана з грубими помилками, що свідчать про нерозуміння теми. Студент демонструє низький рівень знань і неспроможність аналізувати чи інтерпретувати матеріал. Відповіді не підкріплені прикладами, відсутні посилання на наукову літературу. Робота в цілому вказує на відсутність підготовки до завдання та нездатність опанувати матеріал навіть на базовому рівні. Можуть бути ознаки формального підходу до виконання роботи.

ТЕОРИТИЧНА ЧАСТИНА

Варіант 1. Формування стратегічного потенціалу підприємства в умовах нестабільності та ризику.

Вступ

1. Актуальність теми:

сучасні виклики для підприємств в умовах нестабільного середовища; значення стратегічного потенціалу для конкурентоспроможності.

2. Мета і завдання дослідження:

визначити основні чинники формування стратегічного потенціалу; обґрунтувати механізми управління ризиками.

Основна частина

1. Поняття стратегічного потенціалу підприємства

1.1. Визначення стратегічного потенціалу.

1.2. Структурні елементи стратегічного потенціалу: ресурсний потенціал (фінансові, матеріальні, людські ресурси); організаційний потенціал; інноваційний потенціал.

1.3. Відмінності стратегічного потенціалу від оперативного.

2. Вплив нестабільності та ризику на діяльність підприємства

2.1. Нестабільність зовнішнього середовища:

економічні, політичні, соціальні фактори.

2.2. Поняття ризику та його види в управлінні підприємством.

2.3. Ризик-орієнтоване управління як елемент формування стратегічного потенціалу.

3. Методи оцінки стратегічного потенціалу в умовах ризику

3.1. Методи кількісного аналізу (SWOT-аналіз, PEST-аналіз).

3.2. Використання матриць (наприклад, матриця БКГ або SPACE).

3.3. Методи оцінки ризиків (сценарний аналіз, аналіз чутливості).

4. Формування стратегічного потенціалу в умовах нестабільності

4.1. Стратегії розвитку підприємства в умовах ризику:

адаптивні стратегії;

інноваційні стратегії.

4.2. Роль лідерства та корпоративної культури.

4.3. Інструменти підтримки стратегічного потенціалу (ERP-системи, стратегічне планування).

5. Механізми управління ризиками при формуванні стратегічного потенціалу

5.1. Ідентифікація ризиків.

5.2. Оцінка ймовірності та впливу ризиків.

5.3. Управління ризиками:

диверсифікація;

страхування;

хеджування.

Висновки

1. Основні результати аналізу формування стратегічного потенціалу в умовах нестабільності.
2. Практичні рекомендації для підприємств:
використання гнучких стратегій;
забезпечення стійкості ресурсного потенціалу;
застосування ефективних інструментів управління ризиками.

Література

1. Гуцалюк В. І. Стратегічний потенціал підприємства: сутність, структура, механізми формування. Вісник Національного університету "Львівська політехніка". 2013. № 757. С. 22–29.
2. Кіріченко А. Г. Управління ризиками в системі формування стратегії підприємства. Економіка і держава. 2015. № 1. С. 68–72.
3. Дем'яненко Л. М. Аналіз стратегічного потенціалу підприємства в умовах конкурентного середовища. Стратегічне управління: теорія та практика. 2020. Вип. 1. С. 12–19.
4. Коваленко О. В. Формування стратегічних пріоритетів підприємства в умовах невизначеності. Вісник НТУ "ХПІ". 2019. № 2. С. 45–50.
5. Слюсар О.Ю. Управління стратегічним потенціалом підприємства в умовах нестабільності. Регіональна економіка. 2017. № 1. С. 34–40.

Варіант 2. Управління науково-технічним потенціалом підприємств.

Вступ

1. Актуальність теми:
зростаюча роль науково-технічного потенціалу в умовах інноваційної економіки;
необхідність ефективного управління для забезпечення конкурентоспроможності підприємств.

2. Мета і завдання дослідження:

визначення сутності та структури науково-технічного потенціалу;
розробка рекомендацій щодо управління ним на підприємствах.

Основна частина

1. Поняття науково-технічного потенціалу підприємства.
 - 1.1. Визначення науково-технічного потенціалу.
 - 1.2. Структурні компоненти:
людський капітал (науковий персонал, кваліфікація, компетенції);
технічний потенціал (обладнання, інфраструктура, технології);
інформаційний потенціал (патенти, ліцензії, база знань).
 - 1.3. Взаємозв'язок науково-технічного потенціалу із загальним потенціалом підприємства.
2. Роль науково-технічного потенціалу в сучасному підприємстві.
 - 2.1. Вплив на інноваційну активність підприємства.
 - 2.2. Внесок у забезпечення конкурентоспроможності.

- 2.3. Значення для сталого розвитку підприємства.
- 3. Методи оцінки науково-технічного потенціалу.
 - 3.1. Якісні та кількісні методи оцінки.
 - 3.2. Показники оцінки науково-технічного потенціалу:
 - індекс інноваційності;
 - частка витрат на науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи (НДДКР);
 - рівень впровадження нових технологій.
 - 3.3. Інструменти аналізу (SWOT-аналіз, бенчмаркінг, експертні оцінки).
- 4. Управління науково-технічним потенціалом підприємства.
 - 4.1. Основні принципи управління:
 - інноваційність;
 - адаптивність;
 - інтегрованість.
 - 4.2. Етапи управління:
 - формування стратегічних цілей;
 - розробка програм НДДКР;
 - моніторинг і контроль результатів.
 - 4.3. Роль управлінських рішень у розвитку науково-технічного потенціалу.
- 5. Формування стратегії розвитку науково-технічного потенціалу.
 - 5.1. Види стратегій (активне оновлення, інтеграція з науковими центрами, експорт інновацій).
 - 5.2. Механізми підтримки розвитку:
 - державно-приватне партнерство;
 - інвестиційні програми;
 - грантові проекти.
 - 5.3. Управління ризиками, пов'язаними з інноваційною діяльністю.

Висновки

- 1. Ключові аспекти управління науково-технічним потенціалом підприємств.
- 2. Рекомендації щодо його ефективного використання:
 - підвищення кваліфікації персоналу;
 - інвестування в нові технології;
 - забезпечення інтеграції з науковими установами.

Література

- 1. Бабіч Н. Л. Управління науково-технічним потенціалом підприємств: теоретичні аспекти та практичні рекомендації. К.: Вид-во НУХТ, 2018. 240 с.
- 2. Жогло В. І. Інноваційна діяльність та управління науково-технічним потенціалом в Україні. К.: АЛЬТЕРНАТИВА, 2017. 300 с.
- 3. Котельников О. В. Стратегії управління науково-технічним потенціалом підприємств. Львів: Львівський національний університет ім. І. Франка, 2019. 200 с.

4. Дорофєєва Т. А. Менеджмент інноваційної діяльності: основи теорії і практики. Х.: ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2016. 280 с.

5. Ткач В. П., Стаднік О. В. Формування науково-технічного потенціалу підприємств в умовах сучасних викликів. Дніпро: Дніпровська політехніка, 2020. 150 с.

Варіант 3. Управління фінансовим потенціалом підприємства.

Вступ

1. Актуальність теми:
фінансовий потенціал як основа ефективного функціонування підприємства;

необхідність раціонального управління фінансовими ресурсами в умовах економічної нестабільності.

2. Мета і завдання дослідження:

дослідити сутність фінансового потенціалу підприємства.

обґрунтувати підходи до його оцінки та управління.

Основна частина

1. Поняття фінансового потенціалу підприємства.

1.1. Визначення фінансового потенціалу.

1.2. Складові елементи фінансового потенціалу:

власні фінансові ресурси (капітал, прибуток);

залучені ресурси (кредити, інвестиції);

фінансові резерви.

1.3. Значення фінансового потенціалу для стратегічного розвитку підприємства.

2. Фактори, що впливають на формування фінансового потенціалу

2.1. Зовнішні фактори:

економічні умови;

фінансовий ринок;

державне регулювання.

2.2. Внутрішні фактори:

ефективність фінансового менеджменту;

структура капіталу;

інноваційна активність підприємства.

3. Методи оцінки фінансового потенціалу підприємства

3.1. Фінансовий аналіз як основа оцінки:

показники ліквідності;

рентабельність;

фінансова стійкість.

3.2. Використання фінансових коефіцієнтів:

коефіцієнт автономії;

показники оборотності.

3.3. Інструменти оцінки фінансових ризиків:

аналіз сценаріїв;

моделі прогнозування.

4. Управління фінансовим потенціалом підприємства

4.1. Основні принципи управління фінансовим потенціалом:

збалансованість;

ефективність;

мінімізація ризиків.

4.2. Стратегії управління:

інвестиційна стратегія;

оптимізація структури капіталу;

управління кредитним портфелем.

4.3. Інструменти фінансового менеджменту:

бюджетування;

управління оборотними коштами;

планування і прогнозування фінансових потоків.

5. Шляхи підвищення ефективності управління фінансовим потенціалом

5.1. Розробка механізмів фінансового планування.

5.2. Використання сучасних інформаційних технологій у фінансовому менеджменті.

5.3. Створення системи внутрішнього контролю і аудиту.

Висновки

1. Основні результати аналізу фінансового потенціалу підприємства.

2. Рекомендації щодо підвищення ефективності його використання:

оптимізація структури капіталу;

розвиток фінансового планування;

удосконалення системи управління фінансовими ризиками.

Література

1. Пономаренко, В. В. Фінансовий потенціал підприємства: сутність та управління. Київ: КНЕУ, 2020. 250 с.

2. Коваленко, О. І. Фінансовий менеджмент. Харків: ХНУ, 2019. 320 с.

3. Баранов, С. М. Аналіз та управління фінансовими питаннями підприємництва. Львів: ЛНУ, 2021. 280 с.

4. Тарасюк, О. В. Управління фінансовими ризиками. Одеса: ОНУ, 2022. 210 с.

5. Гуменюк, О. М. Стратегічне управління фінансовим потенціалом. Чернігів: ЧНТУ, 2023. 230 с.

Варіант 4. Корпоративна культура підприємства як важливий аспект управління потенціалом підприємства.

Вступ

1. Актуальність теми:

роль корпоративної культури у формуванні конкурентоспроможності підприємства;

корпоративна культура як невід'ємна складова ефективного управління потенціалом підприємства.

2. Мета і завдання дослідження:
розкрити сутність корпоративної культури;
обґрунтувати її вплив на управління потенціалом підприємства.

Основна частина

1. Поняття та структура корпоративної культури

1.1. Визначення корпоративної культури.

1.2. Основні елементи корпоративної культури:

місія, цінності та візія підприємства;

правила поведінки;

організаційні традиції.

1.3. Типи корпоративної культури (за Ч. Хенді, Г. Хофстеде тощо).

2. Роль корпоративної культури у формуванні потенціалу підприємства

2.1. Вплив на кадровий потенціал:

мотивація працівників;

підвищення продуктивності праці.

2.2. Вплив на інноваційний потенціал:

стимулювання творчого мислення;

підтримка ініціативності.

2.3. Взаємозв'язок із організаційною ефективністю.

3. Методи оцінки корпоративної культури

3.1. Оцінка відповідності культури місії та стратегії підприємства.

3.2. Інструменти аналізу корпоративної культури:

анкетування та опитування працівників;

SWOT-аналіз корпоративної культури;

модель «культурного веба».

3.3. Вимірювання ефективності корпоративної культури через ключові показники діяльності (KPI).

4. Управління корпоративною культурою як складовою управління потенціалом підприємства

4.1. Основні принципи управління корпоративною культурою:

гармонізація інтересів працівників і підприємства;

забезпечення відкритого внутрішнього комунікаційного середовища.

4.2. Інструменти управління:

тренінги та освітні програми;

корпоративні заходи (тимбілдинг, святкування).

4.3. Лідерство та роль керівників у формуванні культури.

5. Формування позитивної корпоративної культури в умовах змін

5.1. Виклики сучасного бізнес-середовища:

цифровізація;

багатонаціональність персоналу.

5.2. Стратегії адаптації культури до змін:

створення гнучких робочих умов;

підтримка інноваційної культури.

5.3. Приклади успішних практик управління корпоративною культурою.

Висновки

1. Вплив корпоративної культури на потенціал підприємства: посилення кадрового, інноваційного, організаційного потенціалів.
2. Рекомендації щодо вдосконалення корпоративної культури: забезпечення відповідності культури місії підприємства; формування середовища, яке сприяє залученню працівників.

Література

1. Шевченка, І. В. Корпоративна культура: теорія та практика. Київ: НТУУ «КПІ», 2021. 300 с.
2. Лебедєв, І. О. Включіть корпоративну культуру до ефективності підприємництва. Харків: ХНУ, 2020. 220 с.
3. Кравченко, Т. О. Формування корпоративної культури в Україні. Львів: ЛНУ, 2022. 240 с.
4. Сидоренко, М. В. Управління суспільними проблемами у контексті корпоративної культури. Одеса: ОНУ, 2019. 250 с.
5. Іванова, Л. П. Корпоративна культура: стратегічні аспекти управління. Чернігів: ЧНТУ, 2023. 260 с.

Варіант 5. Проблеми розробки та впровадження автоматизованих інформаційних систем управління потенціалом підприємства.

Вступ

1. Актуальність теми:
зростання ролі інформаційних технологій у сучасному управлінні підприємствами;
необхідність автоматизації процесів для ефективного використання потенціалу підприємства.
2. Мета і завдання дослідження:
виявити проблеми, що виникають при розробці та впровадженні автоматизованих систем;
розробити рекомендації для підвищення ефективності їх використання.

Основна частина

1. Сутність автоматизованих інформаційних систем (АІС) управління

1.1. Поняття та види АІС:

ERP-системи (Enterprise Resource Planning);

CRM-системи (Customer Relationship Management);

SCM-системи (Supply Chain Management).

1.2. Функції та завдання АІС в управлінні потенціалом підприємства.

1.3. Переваги використання АІС для управління підприємством.

2. Проблеми розробки автоматизованих інформаційних систем

2.1. Технічні проблеми:

інтеграція з існуючими системами;

вибір апаратного забезпечення.

2.2. Організаційні проблеми:

недостатність кваліфікації персоналу;

складність адаптації бізнес-процесів до нової системи.

2.3. Фінансові проблеми:

висока вартість розробки та впровадження;

недостатність інвестицій.

2.4. Проблеми безпеки:

ризик втрати даних;

кіберзагрози.

3. Проблеми впровадження автоматизованих інформаційних систем

3.1. Опір змінам з боку персоналу:

недостатня мотивація;

побоювання втрати роботи через автоматизацію.

3.2. Недостатність часу на навчання та адаптацію працівників.

3.3. Проблеми сумісності з існуючими бізнес-процесами.

3.4. Недооцінка часу та ресурсів, необхідних для впровадження.

4. Переваги та перспективи використання АІС для управління потенціалом підприємства

4.1. Оптимізація управлінських процесів:

зменшення часу на обробку даних;

автоматизація повторюваних операцій

4.2. Покращення прийняття управлінських рішень:

аналіз у реальному часі;

доступ до аналітичних інструментів.

4.3. Підвищення ефективності використання потенціалу підприємства.

4.4. Сучасні тренди: хмарні технології, штучний інтелект, Big Data.

5. Шляхи подолання проблем розробки та впровадження АІС

5.1. Проведення попереднього аналізу та вибір оптимальної системи.

5.2. Залучення професійних розробників і консультантів.

5.3. Інвестиції в навчання персоналу та зміну корпоративної культури.

5.4. Розробка плану впровадження з урахуванням ризиків і часових рамок.

5.5. Забезпечення кібербезпеки та резервного копіювання даних.

Висновки

1. Ключові проблеми розробки та впровадження АІС управління потенціалом підприємства.

2. Рекомендації щодо їх подолання:

посилення підготовки персоналу;

вибір гнучких і масштабованих рішень;

комплексний підхід до управління впровадженням систем.

Література

1. Соловйов, А. В. Автоматизація керуючих процесів. Київ: КНЕУ, 2020. 280 с.

2. Бондар, Ю. М. Інформаційні системи в управлінні підприємством. Харків: ХНУ, 2021. 320 с.
3. Григоренко, О. О. Проблеми впровадження ІТ-систем в Україні. Львів: ЛНУ, 2022. 250 с.
4. Тихонов, О. В. Аналіз ризиків застосування автоматизованих систем. Одеса: ОНУ, 2019. 230 с.
5. Даниленко, Р. В. Інформаційні технології в управлінні. Чернігів: ЧНТУ, 2023. 240 с.

Варіант 6. Управління маркетинговим потенціалом підприємства.

Вступ

1. Актуальність теми:
значення маркетингового потенціалу в умовах конкурентного ринку;
маркетинговий потенціал як ключовий елемент загального потенціалу підприємства.
2. Мета і завдання дослідження:
розкрити сутність маркетингового потенціалу;
обґрунтувати підходи до управління ним для досягнення стратегічних цілей підприємства.

Основна частина

1. Поняття та структура маркетингового потенціалу підприємства
 - 1.1. Визначення маркетингового потенціалу.
 - 1.2. Складові елементи маркетингового потенціалу:
інформаційний потенціал (дослідження ринку, аналітика);
людський потенціал (маркетингові команди, кваліфікація персоналу);
матеріальні ресурси (бюджет на маркетинг, інструменти просування).
 - 1.3. Взаємозв'язок маркетингового потенціалу із загальним стратегічним потенціалом підприємства.
2. Роль маркетингового потенціалу у забезпеченні конкурентоспроможності підприємства
 - 2.1. Формування цінності для споживачів через використання маркетингових ресурсів.
 - 2.2. Вплив маркетингового потенціалу на розвиток бренду та репутації.
 - 2.3. Інноваційні маркетингові стратегії як елемент конкурентної переваги.
3. Методи оцінки маркетингового потенціалу підприємства
 - 3.1. Ключові показники для оцінки частка ринку;
ефективність рекламних кампаній;
рівень впізнаваності бренду.
 - 3.2. Інструменти аналізу:
SWOT-аналіз маркетингових можливостей і загроз;
моделі конкурентного позиціонування (наприклад, модель п'яти сил Портера).
 - 3.3. Аналіз внутрішніх і зовнішніх факторів, що впливають на маркетинговий потенціал.

4. Управління маркетинговим потенціалом підприємства

4.1. Основні принципи управління:

орієнтація на клієнта;

інтеграція маркетингових функцій з іншими підрозділами підприємства.

4.2. Стратегії управління:

сегментація ринку та позиціонування продукту;

стратегічне планування маркетингових кампаній.

4.3. Інструменти управління маркетинговим потенціалом:

CRM-системи для управління клієнтською базою;

аналіз даних (Big Data) для розробки персоналізованих маркетингових стратегій.

5. Проблеми та виклики управління маркетинговим потенціалом підприємства

5.1. Недостатнє фінансування маркетингових програм.

5.2. Низький рівень кваліфікації маркетингового персоналу.

5.3. Вплив цифровізації та швидких змін ринку.

5.4. Недостатня інтеграція маркетингових інструментів у загальну стратегію підприємства.

6. Шляхи підвищення ефективності управління маркетинговим потенціалом

6.1. Розробка довгострокової маркетингової стратегії.

6.2. Інвестування в навчання та розвиток маркетингових кадрів.

6.3. Використання сучасних технологій:

автоматизація маркетингових процесів;

цифрові платформи для просування продуктів.

6.4. Моніторинг результатів маркетингової діяльності та адаптація стратегій до змін.

Висновки

1. Визначення значення маркетингового потенціалу у стратегії підприємства.

2. Рекомендації щодо вдосконалення управління маркетинговим потенціалом:

адаптація до змін ринкових умов;

оптимізація використання ресурсів;

посилення клієнтоорієнтованості.

Література

1. Костенко, О. І. Маркетингові можливості підприємства: концепції та інструменти. Київ: НТУУ «КПІ», 2021. 300 с.

2. Лисенко, В. П. Стратегічний маркетинг. Харків: ХНУ, 2020. 220 с.

3. Гончаренко, Т. С. Аналіз ринку та маркетингових стратегій. Львів: ЛНУ, 2022. 250 с.

4. Федоренко, О. В. Управління маркетинговими заходами. Одеса: ОНУ, 2023. 260 с.

5. Кравчук, М. В. Інноваційний маркетинг: теорія та практика. Чернігів: ЧНТУ, 2019. 240 с.

Варіант 7. Аналіз ефективного використання економічного потенціалу підприємства.

Вступ

1. Актуальність теми:

значення економічного потенціалу для забезпечення стійкого розвитку підприємства;

необхідність аналізу ефективного використання економічного потенціалу в умовах конкуренції та обмежених ресурсів.

2. Мета і завдання дослідження:

визначити сутність економічного потенціалу підприємства;

обґрунтувати методи аналізу його ефективного використання.

Основна частина

1. Поняття та структура економічного потенціалу підприємства

1.1. Визначення економічного потенціалу.

1.2. Основні елементи економічного потенціалу:

ресурсний потенціал (фінансові, матеріальні, трудові ресурси);

організаційний потенціал;

інноваційний потенціал.

1.3. Взаємозв'язок економічного потенціалу з іншими видами потенціалу підприємства.

2. Фактори, що впливають на використання економічного потенціалу

2.1. Зовнішні фактори:

економічна кон'юнктура;

конкуренція на ринку;

державна політика.

2.2. Внутрішні фактори:

якість управління підприємством;

рівень продуктивності праці;

інноваційність виробничих процесів.

3. Методи аналізу економічного потенціалу підприємства

3.1. Показники ефективності використання потенціалу:

рентабельність активів (ROA);

рентабельність капіталу (ROE);

продуктивність праці.

3.2. Методи аналізу:

фінансовий аналіз (коефіцієнти, трендовий аналіз);

SWOT-аналіз економічного потенціалу;

аналіз витрат і прибутковості.

3.3. Інструменти прогнозування:

економетричні моделі;

сценарний аналіз.

4. Проблеми ефективного використання економічного потенціалу підприємства

4.1. Низька ефективність управління ресурсами.

4.2. Нестача інвестицій для оновлення основних засобів.

4.3. Недостатнє впровадження інновацій.

4.4. Вплив нестабільності зовнішнього середовища.

5. Шляхи підвищення ефективності використання економічного потенціалу

5.1. Оптимізація структури витрат підприємства.

5.2. Використання сучасних методів управління ресурсами (наприклад, ERP-системи).

5.3. Залучення інвестицій та диверсифікація джерел фінансування.

5.4. Розвиток інноваційного потенціалу:

впровадження нових технологій;

підвищення кваліфікації персоналу.

5.5. Побудова ефективної системи контролю та моніторингу показників діяльності.

Висновки

1. Результати аналізу економічного потенціалу підприємства.

2. Рекомендації щодо ефективного використання економічного потенціалу:

вдосконалення системи управління ресурсами;

впровадження інноваційних методів і технологій;

підвищення адаптивності до змін у зовнішньому середовищі.

Література

1. Ковальчук О. В. Аналіз ефективності використання економічного потенціалу підприємств. К.: Вид-во КНТЕУ, 2019. 250 с.

2. Лисенко Т. М. Економічний потенціал підприємств: управління та аналіз. Черкаси: ЧНТУ, 2018. 220 с.

3. Руденко А. П. Економічний аналіз та оцінка потенціалу підприємств. Дніпро: Дніпровська політехніка, 2020. 300 с.

4. Паламарчук І. І. Управління потенціалом підприємства: теорія і практика. Вінниця: ВНТУ, 2017. 280 с.

5. Стадник О. В. Методи та інструменти аналізу економічного потенціалу підприємств. Львів: Львівський національний університет ім. І. Франка, 2020. 195 с.

Варіант 8. Інформаційне забезпечення управління потенціалом підприємства.

Вступ

1. Актуальність теми:

зростаюча роль інформації в управлінні підприємствами;

інформаційне забезпечення як ключовий елемент ефективного використання потенціалу підприємства.

2. Мета і завдання дослідження:
визначити сутність і складові інформаційного забезпечення;
дослідити підходи до організації інформаційного забезпечення управління потенціалом підприємства.

Основна частина

1. Сутність і значення інформаційного забезпечення в управлінні підприємством

1.1. Поняття інформаційного забезпечення.

1.2. Роль інформації в управлінні потенціалом підприємства.

1.3. Основні вимоги до інформаційного забезпечення:

достовірність;

оперативність;

доступність.

2. Структура інформаційного забезпечення управління потенціалом підприємства

2.1. Джерела інформації:

внутрішні джерела (звітність, операційні дані);

зовнішні джерела (ринкові дослідження, нормативно-правові акти).

2.2. Види інформації:

стратегічна інформація;

тактична інформація;

оперативна інформація.

2.3. Інформаційні потоки та їх оптимізація.

3. Сучасні інформаційні системи для управління потенціалом підприємства

3.1. ERP-системи (Enterprise Resource Planning):

структура та функції ERP-систем;

переваги їх використання в управлінні ресурсами підприємства.

3.2. Системи бізнес-аналітики (BI):

аналіз даних для прийняття управлінських рішень;

інструменти прогнозування.

3.3. CRM-системи (Customer Relationship Management):

управління клієнтськими даними як елемент потенціалу.

3.4. Використання технологій Big Data та штучного інтелекту.

4. Проблеми інформаційного забезпечення в управлінні потенціалом підприємства

4.1. Технічні проблеми:

недостатня інтеграція інформаційних систем;

застарілі технології.

4.2. Організаційні проблеми:

низький рівень цифрової грамотності персоналу;

відсутність стандартизованих процедур збору та обробки даних.

4.3. Фінансові проблеми:

висока вартість впровадження сучасних інформаційних систем.

4.4. Проблеми безпеки інформації:

ризиків витоку даних;
кіберзагрози.

5. Шляхи вдосконалення інформаційного забезпечення управління потенціалом підприємства

5.1. Розробка єдиної інформаційної стратегії підприємства.

5.2. Використання сучасних цифрових платформ для збору й аналізу даних.

5.3. Інвестиції в навчання персоналу для ефективного використання інформаційних систем.

5.4. Забезпечення інформаційної безпеки:

впровадження політик кіберзахисту;
резервне копіювання даних.

5.5. Моніторинг і регулярне оновлення інформаційних систем.

Висновки

1. Роль інформаційного забезпечення в ефективному управлінні потенціалом підприємства.

2. Рекомендації щодо вдосконалення інформаційного забезпечення:
інтеграція сучасних інформаційних систем;
підвищення цифрової грамотності персоналу;
забезпечення високого рівня інформаційної безпеки.

Література

1. Савчук І. М. Інформаційне забезпечення управління потенціалом підприємства. К.: Видавництво Ліра-К, 2019. 240 с.

2. Бондар В. І. Система інформаційного забезпечення в управлінні потенціалом підприємства. Харків: ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2018. 220 с.

3. Левчук Т. М. Інформаційні технології в управлінні економічним потенціалом підприємств. Львів: Львівський національний університет ім. І. Франка, 2020. 300 с.

4. Кравченко А. А. Актуальні питання інформаційного забезпечення управління потенціалом підприємства. Одеса: ОНПУ, 2017. 180 с.

5. Поліщук Н. М. Інформаційні аспекти управління потенціалом підприємства. Черкаси: ЧНТУ, 2020. 260 с.

Варіант 9. Трудовий потенціал як чинник активізації інноваційних процесів.

Вступ

1. Актуальність теми:

роль трудового потенціалу у забезпеченні інноваційного розвитку підприємства;

необхідність активізації інноваційних процесів в умовах глобальної конкуренції.

2. Мета і завдання дослідження:

розкрити сутність трудового потенціалу.
дослідити його вплив на активізацію інноваційної діяльності.

Основна частина

1. Поняття та структура трудового потенціалу підприємства

1.1. Визначення трудового потенціалу.

1.2. Складові елементи трудового потенціалу:

професійні компетенції;

інноваційні здібності працівників;

мотивація та залученість персоналу.

1.3. Критерії оцінки трудового потенціалу:

кваліфікація;

продуктивність праці;

рівень інноваційної активності.

2. Роль трудового потенціалу у забезпеченні інноваційного розвитку

2.1. Вплив професійної компетенції працівників на створення та впровадження інновацій.

2.2. Мотиваційний аспект трудового потенціалу:

стимулювання творчості;

винагороди за інноваційні ідеї.

2.3. Роль корпоративної культури у підтримці інноваційної активності персоналу.

3. Методи оцінки трудового потенціалу для інноваційної діяльності

3.1. Оцінка рівня кваліфікації персоналу:

аналіз професійної підготовки;

сертифікація знань і навичок.

3.2. Визначення рівня мотивації та залученості працівників.

3.3. Аналіз результативності участі працівників в інноваційних проектах.

4. Проблеми ефективного використання трудового потенціалу в інноваційних процесах

4.1. Недостатній рівень підготовки працівників до роботи з інноваціями.

4.2. Відсутність стимулів до участі в інноваційних проектах.

4.3. Низький рівень внутрішніх комунікацій у компанії.

4.4. Вплив зовнішніх факторів (економічна нестабільність, конкуренція).

5. Шляхи активізації трудового потенціалу для інноваційної діяльності

6. 5.1. Інвестиції в освіту та підвищення кваліфікації персоналу.

5.2. Впровадження мотиваційних програм:

преміювання за інновації;

кар'єрний розвиток.

5.3. Розвиток корпоративної культури, орієнтованої на інновації.

5.4. Використання сучасних технологій для підтримки творчої діяльності (цифрові платформи, штучний інтелект).

5.5. Створення сприятливого середовища для обміну ідеями:

регулярні зустрічі та брейнстормінги;

інтеграція між підрозділами.

Висновки

1. Визначення значення трудового потенціалу у формуванні інноваційної стратегії підприємства.
2. Рекомендації щодо вдосконалення управління трудовим потенціалом для активізації інновацій:
 - розвиток компетенцій працівників;
 - підвищення рівня мотивації;
 - створення умов для постійного навчання та самореалізації персоналу.

Література

1. Гречана Н. В. Трудовий потенціал як основа інноваційного розвитку підприємства. К.: Вид-во НУХТ, 2019. 230 с.
2. Боднар Л. І. Розвиток трудового потенціалу в умовах інноваційних змін. Львів: Львівський національний університет ім. І. Франка, 2018. 210 с.
3. Супрун О. В. Трудовий потенціал та його роль в активізації інноваційних процесів. Одеса: ОНПУ, 2020. 270 с.
4. Мельник В. В. Інноваційні стратегії управління трудовим потенціалом підприємства. Дніпро: Дніпровська політехніка, 2017. 240 с.
5. Федоренко Т. А. Трудовий потенціал і інноваційний розвиток: теоретичні та практичні аспекти. Харків: ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2020. 200 с.

Варіант 10. Ринковий потенціал регіону: сутність і його складові.

Вступ

1. Актуальність теми:
 - значення ринкового потенціалу регіону для розвитку економіки країни;
 - роль аналізу ринкового потенціалу у плануванні регіональної економічної політики.
2. Мета і завдання дослідження:
 - розкрити сутність ринкового потенціалу регіону;
 - дослідити основні складові ринкового потенціалу та їх взаємозв'язок.

Основна частина

1. Сутність ринкового потенціалу регіону
 - 1.1. Визначення ринкового потенціалу регіону.
 - 1.2. Роль ринкового потенціалу у розвитку регіону:
 - забезпечення економічного зростання;
 - формування конкурентних переваг.
 - 1.3. Взаємозв'язок ринкового потенціалу з іншими видами потенціалу регіону (ресурсним, трудовим, інноваційним).
2. Основні складові ринкового потенціалу регіону.
 - 2.1. Демографічна складова:
 - чисельність населення;
 - структура за віком, статтю та рівнем освіти;
 - рівень зайнятості.
 - 2.2. Економічна складова:

- рівень доходів населення;
- інвестиційна привабливість;
- структура економіки регіону.
- 2.3. Інфраструктурна складова:
 - транспортна доступність;
 - комунікаційні мережі;
 - логістична інфраструктура.
- 2.4. Інноваційна складова:
 - наявність науково-дослідних установ;
 - рівень технологічного розвитку підприємств;
 - обсяги впровадження інновацій.
- 2.5. Споживча складова:
 - купівельна спроможність населення;
 - обсяги споживчого ринку;
 - споживчі уподобання.
- 3. Методи оцінки ринкового потенціалу регіону
 - 3.1. Кількісні методи оцінки:
 - статистичний аналіз;
 - обчислення ключових показників (ВРП, обсягів роздрібного товарообігу, середнього доходу на душу населення).
 - 3.2. Якісні методи оцінки:
 - анкетування та опитування споживачів;
 - SWOT-аналіз ринкового потенціалу.
 - 3.3. Використання комплексних моделей (методи рейтингування регіонів, економетричні моделі).
- 4. Фактори, що впливають на ринковий потенціал регіон
 - 4.1. Зовнішні фактори:
 - макроекономічна стабільність;
 - політична ситуація;
 - міжнародна торгівля.
 - 4.2. Внутрішні фактори:
 - регіональна політика;
 - рівень розвитку бізнесу;
 - ефективність використання природних ресурсів
- 5. Шляхи підвищення ринкового потенціалу регіону
 - 5.1. Стимулювання інвестиційної активності.
 - 5.2. Розвиток інфраструктури та підвищення її доступності.
 - 5.3. Створення сприятливого бізнес-середовища:
 - зменшення адміністративних бар'єрів;
 - розвиток малого та середнього підприємництва.
 - 5.4. Підтримка інноваційної діяльності.
 - 5.5. Підвищення рівня зайнятості та доходів населення.

Висновки

1. Визначення значення ринкового потенціалу регіону як ключового чинника його соціально-економічного розвитку.
2. Рекомендації щодо вдосконалення аналізу та використання ринкового потенціалу:
впровадження сучасних методів оцінки;
розробка стратегії підвищення ринкової привабливості регіону.

Література

1. Стороженко І. А. Ринковий потенціал регіону: сутність, складові та оцінка. К.: Наукова думка, 2019. 250 с.
2. Тимошенко О. В. Формування ринкового потенціалу регіону: теорія та практика. Черкаси: ЧНТУ, 2018. 220 с.
3. Шевченко Ю. П. Ринковий потенціал територіальних одиниць: оцінка та напрямки розвитку. Львів: Львівський національний університет ім. І. Франка, 2020. 280 с.
4. Коваленко О. Р. Аналіз ринкового потенціалу регіону в умовах глобалізації. Дніпро: Дніпровська політехніка, 2017. 240 с.
5. Петрова Т. С. Ринковий потенціал і економічний розвиток регіонів України. Харків: ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2020. 260 с.

ПРАКТИЧНА ЧАСТИНА

1. Тестові завдання за варіантом.

Тести до варіанту 1.

1. Інформаційні ресурси потенціалу підприємства це...?
 - а) стан активів, ліквідність, наявність кредитних ліній;
 - б) кваліфікаційний, демографічний склад робітників, їхня здатність адаптуватися до зміни цілей потенціалу підприємства;
 - в) характер розташовуваної інформації про сам потенціал підприємства і зовнішнє середовище, можливість її розширення і підвищення вірогідності;
 - г) виробниче устаткування, матеріали.
2. За функціональною ознакою всі елементи потенціалу підприємства класифікують:
 - а) елементи, що приймають безпосередню участь у виготовленні продукції і формують основне виробництво, утворюють активну частину потенціалу;

б) елементи, що утворюють сферу технічного обслуговування виробництва, тобто побічно беруть участь у випуску продукції або сприяють йому - складають пасивну частину виробничого потенціалу.

в) наявність кількісних і якісних характеристик;

г) складність структури і необхідність спеціальної методології для його визначення.

3. Фінансове становище потенціалу підприємства визначає:

а) деякі активні і пасивні статті балансу, а також співвідношенням між ними;

б) удосконалення структури потенціалу підприємства;

в) досягнення за звітний період фінансових результатів;

г) досягнення оптимальної пропорційності між енергією й іншими елементами потенціалу.

4. Основним принципом виділення елементів стратегічного потенціалу фірми для стратегічного керування потенціалом є:

а) елементи стратегічного потенціалу;

б) об'єкти стратегічного керування;

в) оцінка можливостей досягнення стратегічних цілей виробничої системи;

г) вірні відповіді а і б.

5. Система формування потенціалу підприємства – це...?

а) сукупність взаємозалежних елементів, призначена для досягнення визначеної мети;

б) це можливості досягнення цілей, що досягаються потенціалом;

в) об'єкт стратегічного керування, яка являє собою сукупність інформаційних об'єктів;

г) оцінка можливостей досягнення стратегічних цілей виробничої системи.

6. Характеристики виробничого потенціалу як економічної системи – це?

а) здатність до самовідтворення;

б) цілісність;

в) альтернативність;

г) всі відповіді вірні.

7. Властивість гнучкості потенціалу підприємства формується на основі:

а) нестабільності ринкової обстановки;

б) стабільному функціонуванні економіки;

в) зростанні коливань обсягу і структури попиту;

г) комунікативності.

8. Господарський потенціал підприємства визначається за формулою:
а) ПП + МП; б) ПП + МП + УДА; в) ПП + УДА; г) МП + УДА.

9. В плані забезпечення конкурентноздатності потенціалу підприємства виробничий аспект має такі характеристики:

- а) рентабельність, стійкість, фінансові інструменти, ресурси;
- б) глибина аналізу економічних законів, застосування наукових підходів;
- в) технічний рівень виробництва;
- г) організація виробництва, праці, менеджменту, логістика.

10. Методи конкуренції потенціалу підприємства основані на:

- а) підвищення якості товару (нецінова);
- б) підвищення якості сервісу товару;
- в) на основі зниження експлуатаційних витрат у споживача товару;
- г) всі відповіді вірні.

Тести до варіанту 2.

1. Конкуренція потенціалу підприємства це...?

- а) ексклюзивна цінність, якою володіє система, що дає їй перевагу перед конкурентами;
- б) властивість об'єкта, що характеризує ступінь реального або потенційного задовільнення їм конкретної потреби в порівнянні з кращими аналогічними об'єктами;
- в) показник можливості (поточні передумови) зберігати або збільшувати свою конкурентноздатність у довгостроковому періоді;
- г) процес керування суб'єктом своїми конкурентними перевагами в боротьбі з конкурентами за задовільнення об'єктивних або суб'єктивних потреб у рамках законодавства.

2. Оцінку потенціалу підприємства проводять з метою:

- а) підвищення ефективності поточного керування підприємством, фірмою;
- б) реструктуризації підприємства: ліквідація підприємства, злиття, поглинання або виділення самостійних підприємств зі складу холдингу;
- в) визначення кредитоспроможності підприємства і вартості застави при кредитуванні;
- г) всі відповіді вірні.

3. Оцінка вартості розвитку майна потенціалу підприємства проводиться у випадках:

- а) продажу якоїсь частини нерухомості за тієї або іншої причини: щоб позбутися від земельних ділянок, будинків, споруджень які не використовуються; розплатитися з кредиторами у випадку некредитоздатності;

- б) одержання кредиту під заставу частини нерухомості;
- в) страхування нерухомого майна і визначення в зв'язку з цим вартості майна, яке підлягає страхуванню;
- г) всі відповіді вірні.

4. Оцінка вартості устаткування потенціалу підприємства необхідна в наступних випадках:

- а) оцінки при розробці бізнес-плану з реалізації якого-небудь інвестиційного проекту;
- б) визначення податкової бази для вирахування податку на майно;
- в) продажу деяких одиниць устаткування, приладів і оснащення з ряду причин: щоб позбутися від непотрібного, фізично або морально застарілого устаткування;
- г) при встановленні збитку, нанесеного діловій репутації підприємства неза-конними діями з боку інших підприємств.

5. Зовнішня конкурентна перевага потенціалу підприємства це...

- а) це перевага у витратах виробництва, що формує «цінність для виробника» внаслідок більш високої продуктивності;
- б) унікальний товар складний за структурою;
- в) виробничі і маркетингові функції стають найбільш керованими, коли досліджуються і впроваджуються на своєму підприємстві кращі методи і технології інших, не власних підприємств або галузей;
- г) це перевага у властивостях продукції, що формує «цінність для покупця» внаслідок повного задовільнення його потреби.

6. Складний відсоток потенціалу підприємства – це:

- а) базова функція, що дозволяє визначити майбутню вартість при заданих періодах, процентній ставці і поточному внеску;
- б) базова функція, що дозволяє визначити майбутню вартість при заданих періодах;
- в) базова функція, що дозволяє визначити майбутню вартість при заданих періодах і поточному внеску;
- г) базова функція, що дозволяє визначити майбутню вартість при заданих періодах і процентній ставці.

7. Дохідний підхід потенціалу підприємства - це:

- а) визначення поточної вартості майбутніх доходів, що виникнуть у результаті використання власності і можливого подальшого її продажу;
- б) визначення поточної вартості майбутніх доходів, що виникнуть у результаті використання запасів і можливого подальшого їх продажу;
- в) визначення поточної вартості майбутніх доходів, що виникнуть у результаті використання інтелектуальної власності і можливого її продажу;

г) визначення поточної вартості майбутніх доходів, що виникнуть у результаті виготовлення продукції і можливого подальшого її продажу.

8. Відповідно до методу капіталізації ринкова вартість бізнесу потенціалу підприємства визначається за формулою:

а) $D \times R$; б) D/R ; в) $PV \times (1+i)^n$; г) $D + P \times (1+i)^n$.

9. Які задачі вирішуються при визначенні вартості потенціалу підприємства, відповідно до методу дисконтованих грошових потоків:

а) аналіз і прогноз майбутніх потоків грошових доходів з погляду їхньої структури, величини, часу і частоти їхніх надходжень;

б) визначення ставки, за якою їх необхідно дисконтувати;

в) реструктуризація підприємства;

г) всі відповіді вірні.

10. Суть порівняльного підходу при визначенні вартості потенціалу підприємства полягає в наступному:

а) вибирається підприємство, аналогічне тому, яке підлягає оцінці, котре було недавно продане;

б) розраховується співвідношення між ціною продажу і яким-небудь фінансовим показником по підприємстві-аналогу;

в) помноживши величину мультиплікатора на той же базовий фінансовий показник компанії яку оцінюють, отримуємо її вартість;

г) всі відповіді вірні.

Тести до варіанту 3.

1. За якою формулою оцінюється потенційний валовий доход підприємства:

а) $S \times C_a$; б) ПВД – Втрати; в) Витрати – ПВД; г) Витрати - C_a ;

2. Які існують способи відшкодування інвестованого капіталу потенціалу підприємства?

а) прямолінійне повернення капіталу (метод Рингу);

б) повернення капіталу по фонду відшкодування і ставці доходу на інвестиції (метод Інвуда);

в) повернення капіталу по фонду відшкодування і безризиковій ставці відсотка (метод Хоскольда).

г) всі варіанти вірні.

3. Визначення обґрунтованої ринкової вартості з застосуванням методу дисконтованих грошових потоків потенціалу підприємства можна розділити на кілька етапів:

а) складається прогноз потоку майбутніх доходів у період володіння об'єктом нерухомості;

б) розраховується вартість об'єкта нерухомості, який оцінюється, на кінець періоду володіння, тобто вартість передбачуваного продажу (реверсії), навіть якщо в дійсності продаж не планується;

в) виводиться ставка дисконту для нерухомості що оцінюється на існуючому ринку;

г) всі варіанти вірні.

4. Який метод заснований на зіставленні й аналізі інформації про продаж аналогічних об'єктів нерухомості, як правило, за останні 3-6 місяців?

а) метод прямої капіталізації;

б) метод валового рентного мультиплікатора;

в) метод порівняння продажів;

г) метод дисконтова них грошових потоків.

5. Обов'язковими елементами порівняння потенціалу підприємства для об'єктів нерухомості є:

а) передані майнові права;

б) умови фінансування угоди;

в) умови продажу, час продажу, місце розташування і фізичні характеристики об'єкта нерухомості;

г) всі варіанти вірні.

6. Валовий рентний мультиплікатор потенціалу підприємства – це...?

а) відношення продажної ціни або до потенційного, або до дійсного валового доходу;

б) відношення продажної ціни до дійсного валового доходу;

в) відношення продажної ціни до потенційного валового доходу;

г) вірної відповіді немає.

7. Сума, що залишилася після задоволення відомих вимог до доходу від даного елемента, що потім може бути капіталізована для оцінки вартості іншого елемента:

а) залишковий дохід;

б) валовий дохід;

в) дохід підприємства;

г) залишковий капітал.

8. Відповідно до класичної теорії економіки землі, весь дохід, що приписується землі, повинний розглядатися як:

а) обов'язковий;

б) тимчасовий;

в) залишковий;

г) вартісний.

9. На ваш погляд, що має залишкову вартість у відмінність від інших факторів виробництва:

- а) капітал;
- б) земля;
- в) майно;
- г) власність.

10. Техніка залишку потенціалу підприємства застосовується до власності, що приносить:

- а) збитки;
- б) дивіденти;
- в) відсотки;
- г) дохід.

Тести до варіанту 4.

1. При застосуванні техніки залишку для землі повинна бути відома вартість:

- а) будинків, споруджень;
- б) землі;
- в) капіталу;
- г) майна.

2. Які вартості земельної ділянки розрізняють:

- а) залишкову;
- б) нормативну;
- в) поточну;
- г) ринкову.

3. При застосуванні даного методу повинні бути відомі: вартість будинків і споруджень; чистий операційний дохід, принесений землею, будинками і спорудженнями; коефіцієнти капіталізації для землі, будинків і споруджень, це:

- а) метод техніки залишку для землі;
- б) метод порівняння продажів;
- в) метод капіталізації;
- г) метод валового рентного мультиплікатора.

4. У даному випадку використовується «частковий» підхід до оцінки потенціалу підприємства:

- а) метод порівняння продажів;
- б) метод валового рентного мультиплікатора;
- в) метод середньозваженого коефіцієнта капіталізації;
- г) метод техніки залишку для землі.

5. У випадку застосування даного методу оцінювач спочатку на відповідному ринку нерухомості виявляє ряд фактичних продажів земельних ділянок, аналогічних тому що оцінюється по сукупності безлічі показників:

- а) метод капіталізації;
- б) метод порівняння продажів;
- в) метод валового рентного мультиплікатора;
- г) метод техніки залишку для землі.

6. Цей метод зручний при оцінці земельної ділянки у випадку оренди останнього окремо від будинків і споруджень:

- а) метод порівняння продажів;
- б) метод техніки залишку для землі;
- в) метод капіталізації;
- г) метод валового рентного мультиплікатора.

7. Оцінка відбудовної вартості або вартості заміщення здійснюється:

- а) методом порівняльної одиниці;
- б) методом поелементного розрахунку (розбивки на компоненти);
- в) індексним способом оцінки;
- г) усі відповіді вірні.

8. Техніка залишку для будинків використовується тоді, коли відома вартість:

- а) будинків, споруджень;
- б) землі;
- в) капіталу;
- г) майна.

9. Цей спосіб оцінки здійснюється за допомогою множення балансової вартості об'єкта на відповідний індекс для переоцінки основних фондів, який затверджений Урядом:

- а) базисний;
- б) індексний;
- в) валовий;
- г) ціновий.

10. У практиці оцінки застосовується кілька методів визначення зносу будинків і споруджень:

- а) метод терміну життя;
- б) метод розбивки на види зносу;
- в) метод детермінації;
- г) метод амортизації.

Тести до варіанту 5.

1. Сукупність засобів і можливостей потенціалу підприємства в реалізації маркетингової діяльності – це...?

- а) потенціал маркетингу;
- б) потенціал підприємства;
- в) інвестиційний портфель;
- г) сукупність акцій.

2. Сутність потенціалу маркетингу – це...?

а) максимальна можливість підприємства у використанні напрацювань в області сільського господарства;

б) мінімальна можливість підприємства у використанні всіх передових напрацювань в області маркетингу;

в) можливість підприємства у використанні напрацювань в області економіки;

г) максимальна можливість підприємства у використанні всіх передових напрацювань в області маркетингу;

3. На аспектному рівні потенціал маркетингового інструментарію може бути представлений у вигляді функції:

- а) F21(Па, Пп, Пк);
- б) F22(Пкв, Піп, Пуc);
- в) F23(Пвр, Пфр);
- г) F24(Псо, Ппп, Пбд, Пвс).

4. В укрупненому плані потенціал маркетингу є сумою:

- а) комунікативних та виробничих ресурсів;
- б) методичних, людських, матеріальних і інформаційних ресурсів, що забезпечують маркетингову діяльність;
- в) аналітичних та методичних ресурсів;
- г) виробничих і методичних ресурсів.

5. Назвіть різні сторони потенціалу маркетингового інструментарію:

- а) аналітичний, виробничий і комунікативний;
- б) аналітичний, виробничий і ресурсний;
- в) методичний, виробничий і комунікативний;
- г) конкретний, виробничий і методичний;

6. Скільки рівнів має потенціал маркетингу на підприємстві?

- а) 6;
- б) 5;
- в) 4;
- г) 10.

7. Як умовно можна назвати перший рівень представлення потенціалу маркетингу:

- а) дивізіональний рівень;
- б) ресурсний рівень;
- в) комплексний рівень;
- г) остаточний рівень.

8. Класичними розділами комплексу маркетингового інструментарію є:

- а) маркетингові дослідження та маркетингові інформаційні системи;
- б) сегментація ринку та розробка товарів;
- в) ціноутворення, збут та просування;
- г) всі відповіді вірні.

9. Четвертим рівнем потенціалу маркетингу є:

- а) ресурсний рівень;
- б) аспектний рівень;
- в) дивізіональний рівень;
- г) методичний рівень.

10. Аналіз мікросередовища і макросередовища підприємств відноситься до:

- а) польових маркетингових досліджень;
- б) кабінетних досліджень;
- в) кон'юнктурних досліджень;
- г) всі варіанти вірні.

Тести до варіанту 6.

1. Опитування, спостереження, експерименти, панельні дослідження й експертні оцінки відносяться до:

- а) польових маркетингових досліджень;
- б) кабінетних досліджень;
- в) кон'юнктурних досліджень;
- г) всі варіанти вірні.

2. До основних характеристик потенціалу входять такі як...?

- а) наявність кількісних і якісних характеристик;
- б) складність структури і необхідність спеціальної методології для його визначення;
- в) динамічність, обумовлена залежність від фактора часу;
- г) всі відповіді вірні.

3. Сукупність засобів і можливостей підприємства в реалізації методичної маркетингової діяльності – це...?

- а) потенціал маркетингового інструментарію;
- б) персональні продажі;
- в) розробка товару;
- г) збутова політика.

4. Потенціал маркетингового інструментарію є функцією потенціалу аналітичного, виробничого та комунікативного, з урахуванням окремих розділів маркетингу дане співвідношення може бути представлене у вигляді:

- а) F31 (Пм, Пі, Пв; Пт, Пц, Пс; Пл, Пр, Пк, По);
- б) F24 (Псо, Ппп, Пбд, Пвс);
- в) F22 (Пкв, Піп, Пус);
- г) F22 (Пкв, Піп, Пус).

5. Основними складовими в потенціалі маркетингових досліджень є:

- а) планування;
- б) розробка концепції, дослідження;
- в) створення маркетингової інформаційної системи;
- г) всі відповіді вірні.

6. Вибір цільового ринку потенціалу підприємства заснований на:

- а) плануванні сегментації ринку;
- б) застосуванні принципів сегментації;
- в) коректному позиціонуванні товару;
- г) всі відповіді вірні.

7. Потенціал – це...?

а) сукупність ресурсів (трудових, матеріальних, технічних, фінансових, інноваційних), навичок і можливостей керівників, фахівців і інших категорій виробничого персоналу для виконання робіт (послуг), одержання максимального доходу або прибутку і забезпечення функціонування і розвитку підприємства;

б) сукупність ресурсів, здатних виробляти визначену кількість матеріальних благ;

в) визначення основних довгострокових цілей і завдань підприємства й утвердження курсу дій і розподілу ресурсів, необхідних для досягнення цих цілей;

г) визначення показників рентабельності роботи зворотності засобів і джерела їх утворення, фондівіддачі, фондомісткості, а також порівняння результатів розрахунків в динаміці і статистиці, на основі яких роблять висновки;

8. Потенціал товарної політики підприємства заснований на:

а) важливості планування; б) розробки товару;

в) пошуку ідей нових товарів; г) всі відповіді вірні.

9. Потенціал збутової політики підприємства визначається:

а) обґрунтованим вибором типу каналу збуту;

б) стратегії збуту;

в) застосуванням моделей оптимізації каналів збуту;

г) всі відповіді вірні.

10. Потенціал персональних продажів визначається:

а) рівнозначними складовими;

б) залежністю потенціалу комунікативного рівня;

в) виділенням застосування обґрунтованих алгоритмів;

г) стимулюванням збуту.

Тести до варіанту 7.

1. Потенціал підприємства це...?

а) це організаційно відокремлена та економічно самостійна основна (первинна) ланка виробничої сфери народного господарства;

б) можливість виробничих сил забезпечувати визначений ефект - тобто результативний підхід;

в) максимально можливий річний, добовий або вартовий обсяг випуску продукції;

г) процес виготовлення продукції (виконання певної роботи або надання платних послуг).

2. Оцінку ризиків, місткості ринку, товарних пропозицій і еластичності попиту, а також прогнозування попиту відносять до:

- а) польових маркетингових досліджень;
- б) кабінетних досліджень;
- в) кон'юнктурних досліджень;
- г) всі варіанти вірні.

3. З якою потужністю асоціюють виробничий потенціал?

- а) виробничою потужністю;
- б) розрахунковою потужністю;
- в) обліковою потужністю;
- г) матеріальною потужністю.

4. Однією з найважливіших задач удосконалення технологій є...?

- а) аналіз фінансових вкладень підприємства;
- б) оцінювання здатності підприємства здійснювати рентні платежі державі;
- в) дослідження рівня прибутку по відношенню до різних показників;
- г) підвищення темпів відновлення підприємства.

5. Науково-технічний потенціал підприємства – це...?

а) сукупність трудових, технічних, матеріальних, інформаційних ресурсів, а також ресурсів організації і керування, що відповідають вимогам кожного етапу;

б) передумова, умова створення матеріальних благ;

в) раціональна структура майна, його якісний склад можуть привести до поліпшення фінансового становища;

г) сукупність ресурсів, навичок і можливостей керівників, фахівців і інших категорій виробничого персоналу для виконання робіт (послуг), одержання максимального доходу або прибутку і забезпечення функціонування і розвитку підприємства.

6. Скільки потенціалів включає ієрархія підприємства?

- а) 2;
- б) 9;
- в) 4;
- г) 8.

7. Від чого залежить характеристика елементів виробничого потенціалу?

а) параметрів науково-технічного потенціалу;

б) сукупності ресурсів;

в) інформаційних ресурсів;

г) удосконалення організаційно-виробничої структури.

8. Ресурси потенціалу підприємства – це...?

а) виробничий потенціал сфери матеріального виробництва;

б) діючий виробничий потенціал;

в) можливості досягнення цілей, що досягаються потенціалом;

г) виробниче устаткування.

9. Основне призначення потенціалу підприємства – це...?

- а) оцінка можливостей досягнення стратегічних цілей виробничої системи;
- б) визначає, якою діяльністю вона зможе займатися успішно, і від якої діяльності вона повинна відмовитися;
- в) створення нових вартостей;
- г) підвищує одноразові вкладення і поточні витрати на кожну грошову одиницю приросту національного доходу.

10. Основне призначення потенціалу може виконуватись за умови, коли:

- а) прийнята потенціалом матеріально-натуральна форма і кількісне співвідношення його складових роблять його здатним функціонувати як вартість, що створює вартість і добавлену вартість;
- б) коли склад і характеристики елементів потенціалу відповідають і визна-чаються параметрами продукції, що виготовляється;
- в) коли промисловість є великомасштабними господарськими системами з високим ступенем замкнутості;
- г) правильні відповіді а) та б).

Тести до варіанту 8.

1. Складність виробничого потенціалу виявляється у:

- а) безперервному і постійно відновлюваному процесі виробництва продукції;
- б) наявності декількох складових елементів, кожний з яких являє собою сукупність окремих частин, що включають у свою чергу ще більш дрібні частки виробничого потенціалу;
- в) взаємозамінності елементів виробничого потенціалу;
- г) встановленні зв'язків між елементами системи, що забезпечують їх спільне функціонування.

2. Що означає особливість розвитку потенціалу підприємства як системи, яка полягає в його пристосованості до удосконалення шляхом безпосереднього і систематичного використання наукових ідей і досягнень:

- а) здатність до сприйняття досягнень НТП;
- б) здатність до самовідтворення;
- в) цілісність;
- г) альтернативність.

3. Ефект синергії потенціалу підприємства полягає в тому, що...?

- а) необхідно задовольняти потреби ринку у визначеному обсязі матеріальних благ і послуг;
- б) потенціал будь-якого рівня виникає як результат взаємодії ресурсів, які його забезпечують;

в) охоплює всі наявні в розпорядженні підприємства ресурси: основні фонди, матеріальні запаси і витрати, трудові і фінансові ресурси;

г) створюються умови, при яких ефект від суми більше, ніж сума ефектів складових елементів.

4. Сукупна здатність виробничого потенціалу підприємства і рівня його ділової активності в умовах існуючого маркетингового середовища задовольняти потреби ринку у визначеному обсязі матеріальних благ і послуг – це:

- а) фінансовий потенціал;
- б) енергетичний потенціал;
- в) господарський потенціал;
- г) інформаційний потенціал.

5. Економічний потенціал підприємства складається із таких потенціалів:

- а) інноваційного;
- б) господарського;
- в) фінансового;
- в) всі відповіді вірні.

6. Потенційний прибуток підприємства розраховують з використанням таких показників:

а) величина виробничих фондів, фактичний прибуток, норма накопичування, вартісна структура виробництва;

б) норма чистого доходу, фактичний прибуток, норма накопичування, вартісна структура виробництва;

в) норма чистого доходу, величина виробничих фондів, фактичний прибуток, норма накопичування, вартісна структура виробництва;

г) норма чистого доходу, величина виробничих фондів, накопичування, вартісна структура виробництва.

7. Порядок проведення оцінки використання потенціалу включає етапи:

а) розрахунок обсягових показників діяльності, розрахунок показників потенціалу, оцінка використання потенціалу, визначення резервів;

б) розрахунок обсягових показників діяльності, перехід від обсягових показників до структурних, аналіз їхньої динаміки, розрахунок показників потенціалу, оцінка використання потенціалу, визначення резервів;

в) розрахунок обсягових показників діяльності, перехід від обсягових показників до структурних, оцінка використання потенціалу, визначення резервів;

г) розрахунок обсягових показників діяльності, перехід від обсягових показників до структурних, аналіз їхньої динаміки, розрахунок показників потенціалу.

8. Конкурентоздатність потенціалу підприємства це:

а) властивість об'єкта, що характеризує ступінь реального або потенційного задовільнення їм конкретної потреби в порівнянні з кращими аналогічними об'єктами, представленими на даному ринку;

б) яка-небудь ексклюзивна цінність, якою володіє система, що дає їй перевагу перед конкурентами;

в) властива товарному виробництву, заснованому на приватній власності на засоби виробництва, антагоністична боротьба між приватними виробниками за більш вигідні умови виробництва і збуту товарів;

г) прагнення зайняти панівне становище на ринку та користуватися тими ж ресурсами, виробляти і продавати ту ж продукцію, що і лідер.

9. Факторами конкурентної переваги потенціалу підприємства можуть бути:

а) матеріальними або віртуальними, зовнішніми або внутрішніми; базисними або другорядними;

б) фактори, спрямовані на підвищення якості об'єкта по стадіях його життєвого циклу, на ресурсозбереження по цих же стадіях, або на рішення тих та інших задач одночасно, стратегічними або тактичними;

в) технічними, економічними, організаційними та психологічними; спадкоємними або придбаними;

г) всі відповіді вірні.

10. Приваблива конкуренція потенціалу підприємства це:

а) коли дії суб'єкта конкуренції підтримують конкурентне середовище в даному сегменті ринку;

б) коли об'єкт (конкурент) поглинає, знищує або виганяє суб'єкт із даного сегменту.

в) коли в даному сегменті суб'єкт (виробник або продавець) якісніше задовольняє свої потреби або одержує прибутку більше, ніж у по-передньому сегменті;

г) коли суб'єкт поглинає, знищує або витісняє об'єкт із даного сегменту;

Тести до варіанту 9.

1. Компонентом цільової підсистеми потенціалу підприємства є:

а) правове забезпечення створення, функціонування і розвитку підприємства;

б) підвищення якості зовнішнього середовища, товарів і послуг, ресурсозбереження, комплексний розвиток виробництва;

в) забезпечення виробничого процесу матеріально-технічними, фінансовими, інформаційними та всіма іншими видами необхідних ресурсів,

г) основні економічні закони функціонування ринкових відносин, закони організації.

2. Особливу актуальність набуває метод визначення конкурентноздатності підприємства на основі теорії конкурентних переваг:

а) М. Портера; б) Д. Картера; в) П. Форда; г) К. Сандрі.

3. Який з цих варіантів не сприяє на визначення ринкової вартості потенціалу підприємства:

- а) підготовка боротьби за виживання на конкурентному ринку;
- б) дає реалістичне представлення про потенційні можливості підприємства;
- в) служить підставою для формування його стратегії;
- г) виявляє малу ринкову ціну.

4. Система формування потенціалу підприємства – це...?

- а) сукупність взаємозалежних елементів, призначена для досягнення визначеної мети;
- б) можливості досягнення цілей, що досягаються потенціалом;
- в) стратегічне керування, як сукупність інформаційних об'єктів;
- г) оцінка можливостей досягнення стратегічних цілей виробничої системи.

5. Принцип корисності потенціалу підприємства полягає в тому:

- а) чим більше підприємство здатне задовольняти потреби власника, тим вище його вартість;
- б) чим більше корисність, тим вище величина оцінної вартості;
- в) що, максимальна вартість підприємства визначається найменшою ціною, за якою може бути придбаний інший об'єкт з еквівалентною корисністю;
- г) що, корисність будь-якого бізнесу, підприємства визначається тим, яким значенням сьогодні оцінюються прогнозовані майбутні вигоди (доходи).

6. Загальний розмір ресурсного потенціалу підприємства визначається:

- а) $A \times Ч \times Нт$;
- б) $Пп \times (\Delta\Phi_0 / \Delta Пп)$;
- в) $ФП + ОП + НП$;
- г) $ФП + ОП + НП + ТП$.

7. Оцінку бізнесу потенціалу підприємства здійснюють з позицій підходів:

- а) дохідного;
- б) витратного;
- в) порівняльного;
- г) всі відповіді вірні.

8. Основний підхід оцінки потенціалу підприємства, це:

- а) часова оцінка грошових потоків;
- б) кількісна оцінка потоків;
- в) оцінка економічних потоків;
- г) оцінка виробничого циклу.

9. Часова оцінка грошових потоків потенціалу підприємства заснована на використанні:

- а) трьох функцій;
- б) чотирьох функцій;
- в) п'яти функцій;
- г) шести функцій.

10. До грошового потіку потенціалу підприємства відноситься:

- а) власний капітал підприємства;
- б) грошові суми, що виникають у визначеній хронологічній послідовності;
- в) інвестиційні кошти підприємства;
- г) немає правильної відповіді.

Тести до варіанту 10.

1. Ануїтет потенціалу підприємства – це:
 - а) грошовий потік, у якому платежі або надходження є рівновеликими сумами, що виникають у різні проміжки часу
 - б) грошовий потік, у якому платежі або надходження є сумами різної величини і виникають через однакові проміжки часу
 - в) сума грошового потоку, що виникає через однакові проміжки часу
 - г) грошовий потік, у якому платежі або надходження є рівновеликими сумами і виникають через однакові проміжки часу.

2. Внесок на амортизацію одиницю потенціалу підприємства - це:
 - а) не регулярний періодичний платіж у погашення кредиту, що приносить відсотки;
 - б) не регулярний періодичний платіж у погашення кредиту, що не приносить відсотки;
 - в) регулярний періодичний платіж у погашення кредиту, що приносить відсотки;
 - г) регулярний періодичний платіж у погашення кредиту, що не приносить відсотки.

3. Розмір виробничого потенціалу підприємства розраховується за формулою:
 - а) $ФП + ОП + НП + ТП + ІП$;
 - б) $ПрП + УП + М П$;
 - в) $ЕП / ІП$;
 - г) $A \times Ч \times Нт$

4. Ринкова вартість бізнесу потенціалу підприємства методом чистих активів визначається як:
 - а) сума ринкових вартостей всіх активів підприємства і його зобов'язань;
 - б) різниця між сумами ринкових вартостей оборотних активів підприємства і його зобов'язань;
 - в) різниця між сумами ринкових вартостей всіх активів підприємства і його зобов'язань;
 - г) різниця між сумами ринкових вартостей інвестицій підприємства і його зобов'язань.

5. Базовою формулою у витратному підході потенціалу підприємства (власний капітал) є:
 - а) зобов'язання - активи;
 - б) чистий прибуток - зобов'язання;
 - в) активи - зобов'язання;
 - г) активи + зобов'язання.

6. Інформаційні ресурси потенціалу підприємства це...?
 - а) стан активів, ліквідність, наявність кредитних ліній;

- б) кваліфікаційний, демографічний склад робітників, їхня здатність адаптуватися до зміни цілей потенціалу підприємства;
- в) характер розташовуваної інформації про сам потенціал підприємства і зовнішнє середовище, можливість її розширення і підвищення вірогідності;
- г) виробниче устаткування, матеріали.

7. Удосконалення енергетичної складової потенціалу підприємства це...?

- а) атестація ефективності технологічних процесів;
- б) досягнення оптимальної пропорційності між енергією й іншими елементами потенціалу;
- в) раціоналізація структури технологічних процесів;
- г) автоматизації, з повним використанням корисних властивостей вихідної сировини.

8. Що містить в собі економічний потенціал підприємства?

- а) виробничі потужності підприємства за відповідними галузевими основними положеннями;
- б) характер розташовуваної інформації про сам потенціал підприємства і зовнішнє середовище;
- в) виробничий потенціал сфери матеріального виробництва, науково-технічний потенціал, потенціал невиробничої сфери і потенціал інфраструктур;
- г) сукупність ресурсів, навичок і можливостей керівників, фахівців і інших категорій виробничого персоналу для виконання робіт (послуг), одержання максимального доходу або прибутку і забезпечення функціонування і розвитку підприємства.

9. При цьому методі визначається очікуваний термін корисного життя, прогнозується грошлвий потік, визначається ставка дисконтування, розраховується сумарна поточна вартість майбутніх доходів:

- а) метод дисконтованих грошових потоків;
 - б) метод звільнення від роялті;
 - в) метод надлишкових прибутків;
 - г) метод переваги в прибутках.
- г) автоматизації, з повним використанням корисних властивостей вихідної сировини.

10. Потенціал підприємства народного господарства це...?

- а) розташована інформація про сам потенціал підприємства і зовнішнє середовище;
- б) промисловий потенціал та потенціал інших галузей виробничої сфери;
- в) виробничі ресурси, їхній обсяг, структура, технічний рівень і якість.
- г) виробничий потенціал сфери матеріального виробництва та науково-технічний потенціал.

2. Оцінка потенціалу інвестиційних проектів.

Завдання:

1) Оцінити ефективність кожного інвестиційного проекту за загальноприйнятими показниками (чистим прибутком, рентабельністю інвестицій, індексом прибутковості інвестицій і терміном окупності інвестицій). Вихідні показники для оцінювання ефективності інвестиційних проектів надані у табл. 1-2 і додатку за варіантом. Розрахунок показників ефективності інвестиційних проектів внести у табл. 3-4.

2) Проранжирувати інвестиційні проекти за основними оцінними показниками та визначити найоптимальніший із них за ступенем ефективності у табл. 5.

Вихідні дані:

Українська асоціація продовольчого машинобудування, яка об'єднує 22 підприємства та організації, здійснює інвестиційне проектування (розробку, оцінювання й вибір найефективніших інвестиційних проектів). На її замовлення розроблено два інвестиційні проекти для виробничого об'єднання «Полтавмаш» та Смілянського машинобудівних заводів. Вихідні показники для розрахунків за кожним проектом наведено у додатку В.

Таблиця 1

Вихідні показники для оцінювання потенціалу інвестиційного проекту виробничого об'єднання «Полтавмаш»

Показник	Значення показника
1. Інвестиції, грн.	<i>За варіантом</i>
2. Обсяг виробництва, шт.:	
- маслоробний цех	4
- міні молокозавод	5
- сироробний цех	6
- фермерське молокопереробне підприємство	10
3. Витрати на виробництво, грн.:	
- маслоробний цех	<i>За варіантом</i>
- міні молокозавод	<i>За варіантом</i>
- сироробний цех	62820
- фермерське молокопереробне підприємство	94000
4. Ціна одиниці продукції, грн.:	
- маслоробний цех	<i>За варіантом</i>
- міні молокозавод	<i>За варіантом</i>
- сироробний цех	67520
- фермерське молокопереробне підприємство	96200
5. Амортизаційні відрахування, грн.	2850
6. Податок на прибуток, %	25
7. Ставка дисконту	<i>За варіантом</i>

Вихідні показники для оцінювання ефективності інвестиційного проекту Смілянського машинобудівного заводу

Показник	Значення показника
1. Інвестиції, грн.	<i>За варіантом</i>
2. Обсяг виробництва, шт.	
- устаткування для отримання високосортного борошна «Фермер»	3
- млин агрегатний вальцьовий	2
- борошномельний комплекс з вальцьовим млином	5
- агрегат борошномельний вальцьовий	4
3. Витрати на виробництво, грн.:	
- устаткування для отримання високосортного борошна «Фермер»	<i>За варіантом</i>
- млина агрегатного вальцьового	206640
- борошномельний комплекс з вальцьовим млином	250000
- агрегату борошномельного вальцьового	<i>За варіантом</i>
4. Ціна одиниці продукції, грн.:	
- устаткування для отримання високосортного борошна «Фермер»	<i>За варіантом</i>
- млин агрегатний вальцьовий	252000
- борошномельний комплекс з вальцьовим млином	96000
- агрегат борошномельний вальцьовий	<i>За варіантом</i>
5. Амортизаційні відрахування, грн.	5250
6. Податок на прибуток, %	25
7. Ставка дисконту, %	<i>За варіантом</i>

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ВИКОНАННЯ ПРАКТИЧНОГО ЗАВДАННЯ

1. Виручка (В) визначається за формулою:

$$V = C \times OV,$$

де C – ціна одиниці продукції, грн.;

OV – обсяг виробництва, грн.

2. Чистий прибуток (ЧП) визначається за формулою:

$$ЧП = V - ВВ - П;$$

$$П = ВП \times П_d,$$

де $ВВ$ – витрати на виробництво, грн.;

$П$ – прибуток, грн.;

$П_d$ – податки, %;

$ВП (V-ВВ)$ – валовий прибуток, грн.

3. Індекс прибутковості інвестицій ($I_{пр}$) розраховується за формулою:

$$I_{пр} = \frac{ЧП}{(1 + \beta) I_n},$$

де $ЧП$ – чистий прибуток, грн.;

β – ставка дисконту, %;

I_n – інвестиції, грн.

4. Термін окупності інвестицій ($T_{ок}$) розраховується за формулою:

$$T_{ок} = \frac{I_n}{ЧП + A},$$

де A – амортизаційні відрахування, грн.

Таблиця 3

Розрахунок показників ефективності інвестиційного проекту об'єднання «Полтавмаш»

Показник	Значення показників
Виручка (маслоробний цех), грн.	
Виручка (мінімолокозавод), грн.	
Виручка (сироробний цех), грн.	
Виручка (фермерський молокопереробний завод), грн.	
Виручка (загалом), грн.	
Чистий прибуток (маслоробний цех), грн.	
Чистий прибуток (мінімолокозавод), грн.	
Чистий прибуток (сироробний цех), грн.	
Чистий прибуток (фермерський молокопереробний завод), грн.	
Чистий прибуток (загалом), грн.	
Індекс прибутковості інвестицій	
Термін окупності інвестицій, років	

Таблиця 4

Розрахунок показників ефективності інвестиційного проекту Смілянського машинобудівного заводу

Показник	Значення показників
Виручка (устаткування для отримання високосортного борошна «Фермер»), грн.	
Виручка (млин агрегатний вальцьовий), грн.	
Виручка (борошномельний комплекс з вальцьовим млином), грн.	
Виручка (агрегат борошномельний вальцьовий), грн.	
Виручка (загалом), грн.	
Чистий прибуток (устаткування для отримання високосортного борошна «Фермер»), грн.	
Чистий прибуток (млин агрегатний вальцьовий), грн.	
Чистий прибуток (борошномельний комплекс з вальцьовим млином), грн.	
Чистий прибуток (агрегат борошномельний вальцьовий), грн.	
Чистий прибуток (загалом), грн.	
Індекс прибутковості інвестицій	
Термін окупності інвестицій, років	

Таблиця 5

Ранжування інвестиційних проектів

Показник	«Полтавмаш»	Смілянський завод	Пріоритет
Виручка (загалом)			
Чистий прибуток (загалом)			
Індекс прибутковості інвестицій			
Термін окупності інвестицій			

Зробити висновок

Додаток А. Зразок оформлення титульної сторінки контрольної роботи
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ В.Н. КАРАЗІНА
Бахмутський навчально-науковий професійно педагогічний інститут

Кафедра економіки підприємств та менеджменту

КОНТРОЛЬНА РОБОТА

з дисципліни Управління потенціалом підприємства

здобувача (здобувачки) освіти 4 курсу

спеціальності 073 «Менеджмент» або 015.24 ПО (Економіка)

варіант _____

ПІБ здобувача (здобувачки)

Перевірив: _____ к.е.н., доц. каф. ЕПМ Атаєва О.А.

БННППІ ХНУ ім. В.Н. Каразіна,
Харків, 202__ р.

Додаток В. Вихідні показники для розрахунків за кожним проектом

Варіант завдання	Інвестиції табл. 1	Інвестиції табл. 2	Показник				Ставка дисконту, %
			Витрати на виробництво, грн.		Продажна ціна, грн.		
			маслоробний цех / устаткування для отримання в/с борошна	міні молокозавод / агрегат борошномельний вальцьовий	маслоробний цех / устаткування для отримання в/с борошна	міні молокозавод / агрегат борошномельний вальцьовий	
1	78000	80000	45300	33100	49400	36000	3
2	90000	75000	44000	33000	50000	37000	2,5
3	1100000	1500000	47000	35000	56000	42000	2
4	70000	90000	38000	31000	43000	38000	1,5
5	80000	70000	35000	33000	40000	36000	2
6	100000	78000	43000	27000	47000	31000	1,5
7	130000	180000	50000	37000	60000	41000	3
8	70000	130000	31000	28000	36000	30000	2,5
9	75000	80000	37000	42000	43000	47000	2,5
10	120000	100000	110000	100000	145000	1150000	2

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Добикіна О.К., Рижиков В.С., Касьянюк С.В., Кокотько М.Є., Костенко Т.Д. Потенціал підприємства: формування та оцінка : навч. посіб. Київ: ЦНЛ, 2017. 208 с.
2. Должанський І.З. Управління потенціалом підприємства. Київ: ЦНЛ, 2016. 360 с.
3. Єпіфанова І. Ю., Джеджула В. В. Фінансовий аналіз та звітність : практикум. Вінниця: ВНТУ, 2017. 143 с.
4. Джеджула В. В., Єпіфанова І. Ю., Дзюбка М. Ю. Напрями підвищення ефективності діяльності підприємств молочної галузі / Інвестиції: практика та досвід. 2018. № 11. С. 12–14.
5. Єпіфанова І. Ю., Стемблевська О. Г. Особливості управління капіталом підприємств кондитерської галузі України / Інфраструктура ринку. 2017. № 7. С. 127–133.
6. Єпіфанова І. Ю., Оранська Н. О. Оцінювання ефективності антикризового управління підприємства за умов інноваційного розвитку / Інвестиції: практика та досвід. 2017. № 11. С. 10–14.
7. Зянько В. В., Коваль Н. О., Єпіфанова І. Ю. Банківський менеджмент : навч. посіб. 2-ге вид., доп. Вінниця: ВНТУ, 2018. 126 с.
8. Іванов В.Б., Кохась О.М., Хмелевський С.М. Потенціал підприємства : наук.-метод. посіб. Київ : Кондор, 2019. 300 с.
9. Краснокутська Н.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка : навч. посіб. Київ : ЦНЛ, 2015 352 с.
10. Кузнецова Т.В., Романів О.Я., Гарнага О.М., Ковальова Т.С. Управління потенціалом підприємства : навч.-метод. посіб. Рівне: НУВГП, 2017. 150 с.
11. Лук'янова В. В. Діагностика фінансового стану підприємства та шляхи його поліпшення / Приазовський економічний вісник. 2018. № 2. С. 66-69.
12. Резнік Н.П. Управління потенціалом підприємства : навч. посіб. Київ: ТОВ «Христинівська поліграфія», 2019. 234 с.
13. Управління потенціалом підприємства : конспект лекцій для здобувачів вищої освіти ОС «бакалавр» денної та заочної форм здобуття освіти спец. 015.00 Проф. освіта (Економіка) / ННППІ Укр. інж.-пед. акад. ; упоряд.: О. А. Атаєва. Бахмут : УПА, 2022. 112 с.
14. Управління потенціалом підприємства : метод. вказ. до організації та планування самостійної роботи для здобувачів вищої освіти ОС «бакалавр» денної та заочної форм здобуття освіти спец. 015 Проф. освіта (Економіка) / ННППІ Укр. інж.-пед. акад. ; упоряд.: О. А. Атаєва. Бахмут : УПА, 2023. 40 с.

Електронне навчальне видання комбінованого використання
Можна використовувати в локальному та мережному режимі

Атаєва Олена Алімівна

УПРАВЛІННЯ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Методичні вказівки
до виконання контрольної роботи з дисципліни
для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня
заочної форми здобуття освіти за спеціальностями
015 «Професійна освіта (Економіка)» та 073 «Менеджмент»

В авторській редакції

Підписано до розміщення 30.01.2025. Гарнітура Times New Roman.
Ум. друк. арк. 2,7. Обсяг 1,055 Мб. Зам. № 16/25.

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна,
61022, м. Харків, майдан Свободи, 4.
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 3367 від 13.01.2009
Видавництво ХНУ імені В. Н. Каразіна