

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КРЕМЕНЧУЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ МИХАЙЛА ОСТРОГРАДСЬКОГО



МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ
ЩОДО ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ
З НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«ЕКОНОМІЧНА АНАЛІТИКА»
ДЛЯ СТУДЕНТІВ ДЕННОЇ ТА ЗАОЧНОЇ ФОРМ НАВЧАННЯ
ЗІ СПЕЦІАЛЬНОСТІ
072 - «ФІНАНСИ, БАНКІВСЬКА СПРАВА ТА СТРАХУВАННЯ»
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ «ФІНАНСИ, БАНКІВСЬКА
СПРАВА ТА СТРАХУВАННЯ»
ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ «БАКАЛАВР»

КРЕМЕНЧУК 2022

Методичні вказівки щодо практичних занять з навчальної дисципліни «Економічна аналітика» для студентів денної та заочної форм навчання зі спеціальності 072 – «Фінанси, банківська справа та страхування» освітньо-професійної програми «Фінанси, банківська справа та страхування» освітнього ступеня «Бакалавр»

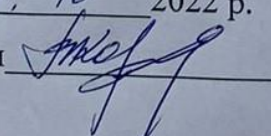
Укладачі: д. е. н., проф. О. І. Маслак, старш. викл. С. В. Іщенко

Рецензент д. е. н., проф. М. М. Хоменко

Кафедра економіки

Затверджено методичною радою Кременнучького національного університету імені Михайла Остроградського

Протокол № 2 від 27. 10 2022 р.

Голова методичної ради  проф. Віктор КОСТІН

З М І С Т

Вступ.....	4
1 Варіанти індивідуального розрахункового завдання для розв'язання на практичних заняттях.....	8
2 Перелік практичних занять.....	13
Практичне заняття № 1 Зміст аналітичної роботи та роль аналітики в діяльності сучасного підприємства.....	13
Практичне заняття № 2 Інформаційна база економічної аналітики.....	15
Практичне заняття № 3 Аналіз структури сукупності та її змін.....	18
Практичне заняття № 4 Випадкові величини, гіпотези і висновки в економічній аналітиці.....	20
Практичне заняття № 5 Моделювання взаємозв'язків між кількісним змінними.....	23
Практичне заняття № 6 Інструменти фінансової аналітики.....	26
Практичне заняття № 7 Інструменти аналітики бізнес-середовища.....	30
Практичне заняття № 8 Інструменти стратегічного аналізу.....	34
Практичне заняття № 9 Аналіз ризиків бізнес-середовища.....	37
Практичне заняття № 10 Методи аналізу бізнес-процесів.....	41
3 Питання до підсумкового контролю.....	45
4 Критерії оцінювання за 100-бальною системою.....	47
Список літератури.....	50

ВСТУП

Сучасний стан розвитку національного господарства характеризується зміною пріоритетів в економічній та фінансовій системах, активізацією структурної перебудови української економіки, що потребує відповідних змін у змісті фінансово-аналітичної роботи. Для ефективного фінансового управління фахівцю необхідно володіти великою кількістю актуальної достовірної аналітичної інформації про стан зовнішнього і внутрішнього середовища об'єкта управління.

Метою викладання навчальної дисципліни «Економічна аналітика» є опанування здобувачами навичками застосування методів аналізу, моделювання, прогнозування стану та закономірностей розвитку суб'єктів економічної діяльності різного рівня, внутрішнього і зовнішнього середовища їх функціонування.

Основними завданнями вивчення дисципліни «Економічна аналітика» є формування знань, умінь та навичок щодо формування інформаційно-аналітичної бази, проведення аналізу, моделювання, прогнозування стану суб'єктів економічної діяльності різного рівня, виявлення закономірностей та проблем їх розвитку в тактичній та стратегічній перспективі, обґрунтування та прогнозування наслідків прийняття управлінських рішень з урахуванням сучасного та перспективного стану внутрішнього і зовнішнього середовища функціонування суб'єктів господарювання.

Компетентності та програмні результати навчання

Вивчення навчальної дисципліни надає можливість здобути компетентності, потрібні для подальшої професійної діяльності:

- здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу;
- здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях;
- навички використання інформаційних та комунікаційних технологій;

- здатність до проведення досліджень на відповідному рівні;
- здатність навчатися і оволодівати сучасними знаннями;
- здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел;
- здатність бути критичним і самокритичним;
- здатність працювати у команді;
- здатність спілкуватися з представниками інших професій груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності);
- здатність працювати автономно;
- здатність досліджувати тенденції розвитку економіки за допомогою інструментарію макро– та мікроекономічного аналізу, оцінювати сучасні економічні явища;
- здатність до діагностики стану фінансових систем (державні фінанси, зокрема бюджетна та податкова системи, фінанси суб'єктів господарювання, фінанси домогосподарств, фінансові ринки, банківська система та страхування);
- здатність застосовувати економіко– математичні методи та моделі для розв'язання фінансових задач;
- здатність складати та аналізувати фінансову звітність;
- здатність визначати, обґрунтовувати та брати відповідальність за професійні рішення;
- здатність підтримувати належний рівень знань та постійно підвищувати свою професійну підготовку.

Засвоєння змісту навчальної дисципліни забезпечує формування таких програмних результатів навчання:

- знати та розуміти економічні категорії, закони, причинно–наслідкові та функціональні зв'язки, які існують між процесами та явищами на різних рівнях економічних систем;
- володіти методичним інструментарієм діагностики стану фінансових систем (державні фінанси, зокрема бюджетна та податкова системи, фінанси

суб'єктів господарювання, фінанси домогосподарств, фінансові ринки, банківська система та страхування);

- застосовувати відповідні економіко–математичні методи та моделі для розв'язання фінансових задач;

- застосовувати спеціалізовані інформаційні системи, сучасні фінансові технології та програмні продукти;

- формувати і аналізувати фінансову звітність та правильно інтерпретувати отриману інформацію;

- ідентифікувати джерела та розуміти методологію визначення і методи отримання економічних даних, збирати та аналізувати необхідну фінансову інформацію, розраховувати показники, що характеризують стан фінансових систем;

- використовувати професійну аргументацію для донесення інформації, ідей, проблем та способів їх розв'язання до фахівців і нефахівців у фінансовій сфері діяльності;

- володіти загальнонауковими та спеціальними методами дослідження фінансових процесів;

- уміти абстрактно мислити, застосовувати аналіз та синтез для виявлення ключових характеристик фінансових систем, а також особливостей поведінки їх суб'єктів

- застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань та змістовно інтерпретувати отримані результати;

- демонструвати базові навички креативного та критичного мислення у дослідженнях та професійному спілкуванні;

- виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань;

- виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані фінансові рішення.

Після вивчення навчальної дисципліни «Економіка аналітика» здобувачі повинні знати:

– особливості організації аналітичної роботи на сучасному підприємстві;

– методи і напрями проведення аналізу економічних систем;

– інструменти фінансові аналітики і способи їх застосування;

– інструменти аналізу бізнес-середовища і способи їх застосування;

– інструменти стратегічного аналізу і способи їх застосування;

– методи якісного і кількісного аналізу ризиків бізнес-середовища;

– методи аналізу бізнес-процесів;

уміти:

– самостійно формувати аналітичну базу для проведення аналізу з використанням жоступних джерел інформації;

– досліджувати тенденції розвитку суб'єктів економічної діяльності, оцінювати вплив економічних явищ на їх діяльність;

– діагностувати фінансовий стан суб'єктів господарювання;

– аналізувати фінансову звітність та правильно інтерпретувати отриману інформацію;

– оцінювати перспективи розвитку суб'єктів економічної діяльності та обґрунтовувати управлінські рішення в сфері економіки та фінансів.

На вивчення навчальної дисципліни відводиться 150 годин (в тому числі лекції – 26 год., практичні заняття – 24 год., самостійна робота – 100 год.) / 5 кредитів ECTS.

Курс «Економічна аналітика» може бути вивчений лише в процесі систематичної роботи над ним протягом усього семестру. Важлива роль в освоєнні даного курсу відведена виконанню індивідуального аналітичного завдання, над яким студенти працюють протягом семестру як на практичних заняттях, так і самостійно.

Консультації викладачем проводяться згідно із затвердженим графіком, ознайомитися з яким студент може на інформаційній дошці кафедри економіки.

1 ВАРІАНТИ ІНДИВІДУАЛЬНОГО РОЗРАХУНКОВОГО ЗАВДАННЯ ДЛЯ РОЗВ'ЯЗАННЯ НА ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТТЯХ

У процесі вивчення навчальної дисципліни «Економічна аналітика» студенти опановують практику аналітичної роботи з використанням інформації про діяльність реальних суб'єктів господарювання. Кожний студент повинен виконати індивідуальне аналітичне завдання, що полягає у підготовці аналітичного звіту про діяльність підприємства та його публічній презентації. Дані для виконання індивідуального аналітичного завдання кожен студент вибирає самостійно відповідно до порядкового номера за списком академічної групи. Вихідними даними для виконання індивідуального аналітичного завдання є офіційна інформація Державного комітету статистики України, профільних міністерств та відомств, інша інформація з відкритих джерел, а також аналітична та фінансова звітність суб'єктів господарювання, яку студенти можуть отримати за такими посиланнями відповідно до свого варіанта:

Варіант 1.

Товариство з обмеженою відповідальністю «Пирятинський сирзавод»

<https://milkalliance.com.ua/company/inform/piryatinskij-sirzavod/>

Варіант 2.

Товариство з додатковою відповідальністю «Золотоніський маслоробний комбінат»

<https://milkalliance.com.ua/company/inform/zolotoniskij-maslorobnij-kombinat/>

Варіант 3.

Товариство з додатковою відповідальністю «Яготинський маслозавод»

<https://milkalliance.com.ua/company/inform/yagotinskij-maslozavod/>

Варіант 4.

Товариство з додатковою відповідальністю «Баштанський сирзавод»

<https://milkalliance.com.ua/company/inform/bashtanskij-sirzavod/>

Варіант 5.

Приватне акціонерне товариство «Кременчуцький міськмолокозавод»

http://kremez.emitents.net.ua/ua/docs/?fg_id=33

Варіант 6.

Приватне акціонерне товариство «Полтавський гірничо-збагачувальний комбінат»

<https://www.ferrexpo.ua/shareholders-and-investors/information-disclosure/інформація-про-результати-фінансової-діяльності>

Варіант 7.

Державне підприємство «Східний гірничо-збагачувальний комбінат»

<http://vostgok.com.ua/node/759>

Варіант 8.

Приватне акціонерне товариство «Північний гірничо-збагачувальний комбінат»

<https://sevgok.metinvestholding.com/ua/about/info>

Варіант 9.

Приватне акціонерне товариство «Центральний гірничо-збагачувальний комбінат»

<https://cgok.metinvestholding.com/ua/about/info>

Варіант 10.

Приватне акціонерне товариство «Кременчуцький завод дорожніх машин («Кредмаш»)

<https://kredmash.com/ua/about/korporativnoe-upravlenie>

Варіант 11.

Публічне акціонерне товариство «Крюківський вагонобудівний завод»

<http://www.kvsz.com/index.php/ua/golovna/korporativne-upravlinnya/regulyarna-informatsiya>

Варіант 12.

Приватне акціонерне товариство «Кременчуцький завод технічного

вуглецю»

<http://kztv.com.ua/informaciya-emitenta/>

Варіант 13.

Приватне акціонерне товариство Кременчуцька виробничо-торговельна фірма «Кремтекс»

<http://kremteks.pat.ua/emitents>

Варіант 14.

Приватне акціонерне товариство «Кременчуцький ремонтно-механічний завод»

<http://rmz.prat.in.ua/>

Варіант 15.

Приватне акціонерне товариство «Миргородський завод мінеральних вод»

<http://www.mzmv.com.ua/rozkrittuya-informatsiji>

Варіант 16.

Приватне акціонерне товариство «Кременчуцька кондитерська фабрика «Рошен»

<http://krcf.roshen.com/>

Варіант 17.

Публічне акціонерне товариство «Лубнифарм»

http://lf.com.ua/?page_id=490

Варіант 18.

Приватне акціонерне товариство «Азот»

<http://www.azot.ck.ua/content/news7/inform/year.php>

Варіант 19.

Приватне акціонерне товариство «Ватутінський комбінат вогнетривів»

http://vkv.emitents.net.ua/ua/docs/?fg_id=33

Варіант 20.

Приватне акціонерне товариство «Корсунь-Шевченківський верстатобудівний завод ім. Б. Хмельницького»

<http://ksvz.at24.com.ua/rozkritta-informacii/ricna-regularna-informacia>

Варіант 21.

Приватне акціонерне товариство «Уманський завод «Мегомметр»

<https://www.megommetr.com/index.php/dokumenty>

Варіант 22.

Приватне акціонерне товариство «Золотоніська парфумерно-косметична фабрика»

http://www.zlata.ua/site/page.php?id_part=455&lang=RU&page=about&id_to_p_part=455

Варіант 23.

Приватне акціонерне товариство «Шполянський завод продтоварів»

<http://jaivir.com/issuer-info>

Варіант 24.

Приватне акціонерне товариство «Заваллівський графітовий комбінат»

http://zavgrafkombinat.emitents.net.ua/ua/docs/?fg_id=33

Варіант 25.

Приватне акціонерне товариство «Кропивницький олійноекстракційний завод»

<http://kirovogradoliya.pat.ua/>

Аналіз діяльності суб'єктів господарювання проводиться за останні три (або більше за бажанням студента) звітні роки.

Аналітичний звіт повинен містити:

1. Опис сфери діяльності підприємства, продукції, що виробляє підприємство та ринків її реалізації.
2. Аналіз зовнішнього середовища підприємства (з використанням PEST-аналізу).
3. SWOT-аналіз підприємства.
4. Характеристику ринку збуту продукції підприємства та конкурентного

положення на ньому підприємства (за можливості – конкретну частку ринку, що займає підприємство).

5. Аналіз динаміки обсягів виробництва і реалізації продукції з характеристикою основних проблем підприємства у сфері збуту продукції.

6. Аналіз фінансових результатів діяльності підприємства в динаміці з висновками щодо перспектив зростання або відновлення його прибутковості.

7. Аналіз фінансового стану підприємства, аналіз структури та динаміки його майна, структурних змін в джерелах формування його майна та оцінку ризиків фінансової взаємодії з ним в найближчі три роки.

8. Оцінку рівня інвестиційної привабливості підприємства.

Обсяг аналітичного звіту повинен складати не менше 7 сторінок, демонструвати вміння студента використовувати табличні та графічні способи представлення даних.

2 ПЕРЕЛІК ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

Змістовий модуль 1 Теоретико-методичні основи економічної аналітики

Практичне заняття № 1

Тема. Зміст аналітичної роботи та роль аналітики в діяльності сучасного підприємства

Мета: ознайомитися з сутністю економічної аналітики, її завданнями, функціями, особливостями організації та планування аналітичної роботи на сучасному підприємстві.

План

1. Сутність аналітики в діяльності підприємства.
2. Особливості організації аналітичної роботи на сучасному підприємстві.
3. Роль планування аналітичного процесу.

Короткі теоретичні відомості

Ключові слова: економічна аналітика, аналітична служба підприємства, аналітичні функції.

На сьогодні в умовах ринкової конкуренції економічна аналітика є дуже важливою складовою, основним джерелом отримання інформації, що дозволяє організаціям обробляти дані, що надходять, і зрозуміти їх суть. Економічна аналітика допомагає досягти розуміння взаємовідносин з клієнтами і партнерами і домогтися цілісного уявлення про компанію на всіх рівнях – від керівництва до рядових співробітників.

Економічна аналітика являє собою процес збору, обробки та аналізу інформації для прийняття раціональних та ефективних управлінських рішень у сфері бізнесу. Вона включає у себе:

- методи збору і обробки інформації;
- оцінку ризиків;
- моделювання і прогнозування за допомогою інформаційних і телекомунікаційних технологій.

Основні завдання аналітичної служби підприємства:

- сприяння керівництву підприємства в об'єктивній оцінці економічної ситуації;
- аналіз загальної картини функціонування підприємства, стану та впливу його зовнішнього середовища;
- техніко-економічні дослідження з метою виявлення невикористаних резервів і підготовка можливих варіантів дій щодо підвищення ефективності господарювання;
- розробка та обґрунтування оперативних і стратегічних рішень щодо покращання фінансового стану і результативності господарської діяльності;
- організація системи управління та основних бізнес-процесів підприємства.

Аналіз потрібен для власників та топ-менеджменту підприємства, щоб зрозуміти, як працює підприємство, який поточний стан справ з реалізації бізнес-цілей, щоб оцінити можливості компанії до реалізації її стратегічних цілей, як використати наявні можливості та потужності, що потрібно змінити в організаційній структурі, методологічних підходах, технічному плані, які продукти та послуги, що будуть користуватись попитом, слід упровадити на найближчу перспективу.

Завдання до теми

Теми рефератів

1. Організація та планування аналітичної роботи на сучасному підприємстві.
2. Напрями та завдання аналітичної діяльності підприємства в ринковій економіці.

Контрольні питання

1. У чому полягають основні завдання аналітичної служби підприємства?
2. За якими ознаками класифікуються методи економічної аналітики?
3. У чому полягає різниця між ретроспективним, поточним і перспективним аналізом?

4. Які функції в сучасному управлінні виконує інформаційно-аналітична діяльність ?

Література [6, 7, 8, 11, 16, 23, 29, 32, 34, 38, 46].

Практичне заняття № 2

Тема : Інформаційна база економічної аналітики

Мета: вивчити принципи, критерії та джерела інформаційного забезпечення економічної аналітики, ознайомитися з основними способами подання аналітичної інформації

План

1. Принципи та критерії інформаційного забезпечення аналізу.
2. Класифікація інформаційно-аналітичного забезпечення.
3. Характеристика інформаційних джерел економічної аналітики.

Короткі теоретичні відомості

Ключові слова: інформаційне забезпечення, дані, інформація, знання, інформаційні джерела.

Дані – це вихідне поняття, що являє собою певні відомості, отримані завдяки вимірюванню, спостереженню, логічним чи арифметичним операціям. Вони є неструктурованими, не мають контексту і можуть не мати значення для їх користувача.

Інформацією слід вважати дані, що були організовані (тобто структуровані) і, отже, наділені власним значенням. Тобто, це упорядковані, оброблені дані, виражені у формі певного повідомлення (рисунок, тексти, звукові чи світлові сигнали, електричні та різного роду нервові імпульси тощо).

Головною відмінною ознакою інформації також виділяється її корисність, що оцінюється суб'єктом за такими двома ознаками як релевантність (інформація стосується проблемної ситуації) та новизна (інформація доповнює знання про проблемну ситуацію).

Знання – це особливо організована інформація. Знання – це певне відбиття суб'єктом у певних формах і змістах світу зовнішнього, що оточує

його, та світу власного, внутрішнього.

Види інформації, які використовуються в управлінні, класифікуються за такими ознаками:

- за змістом: політична, директивна, правова, науково-технічна, економічна, планова, адміністративна, виробнича, бізнесова, нормативно-довідкова, обліково-бухгалтерська, статистична;
- за напрямом руху - вхідна, вихідна;
- за характером фіксації - фіксована, нефіксована;
- способом фіксації - документована, звукова, аудивізуальна;
- за відношенням до суб'єкта управління - зовнішня, внутрішня;
- за ступенем обробки - первинна, довільна, підсумкова;
- за ступенем постійності - постійна, перемінна;
- за формою надання - літерна, цифрова, кодована;
- за можливістю обробки - піддається і не піддається обробці;
- за насиченістю - достатня, недостатня, збиткова;
- за правдивістю- достовірна, недостовірна.

Більшість аналітичних досліджень необхідно розпочинати зі з'ясування того, що відбувається всередині компанії. Звичайно використовують такі джерела внутрішньої інформації:

- документи бухгалтерського обліку;
- статистична звітність, що її надає компанія до державних органів;
- власна статистика компанії щодо обсягів продажів (за регіонами, асортиментом продукції, типом клієнтів тощо);
- клієнтська база;
- інформація про конкурентів;
- звіти попередніх маркетингових досліджень;
- звіти про патентні (кон'юнктурні) дослідження;
- публікації про компанію в засобах масової інформації;
- звіти персоналу з місць продажів;
- відгуки споживачів тощо.

Джерелами зовнішньої інформації є офіційні дані державних установ, спеціалізовані друковані видання, рекламні буклети, засоби масової інформації тощо.

Завдання до теми

1. Зібрати з використанням відкритих джерел інформацію про суб'єкт господарювання відповідно до вибраного варіанту індивідуального аналітичного завдання, про стан та проблеми розвитку галузі, до якої від належить, його наявних та потенційних конкурентів, існуючі та потенційні ринки збуту продукції тощо.

2. З використанням різних форм подання аналітичної інформації проілюструвати дані про укрупнену структуру (за розділами) та динаміку складових балансу підприємства.

Теми рефератів

1. Зовнішні інформаційні джерела економічної аналітики: національні та міжнародні інституції.

2. Ефективні способи подання інформації: як підвищити рівень сприйняття інформації слухачами.

Контрольні питання

1. У чому полягає різниця між поняттями «дані», «інформація» та «знання»?

2. Що є головною відмінною ознакою інформації?

3. Які властивості має інформація?

4. Які джерела внутрішньої інформації підприємства використовують в економічній аналітиці?

5. Які форми статистичної звітності можуть бути використані як джерела аналітичної інформації?

6. Які існують способи представлення аналітичної інформації?

7. Які основні принципи аналізу бізнес-інформації?

Література [1, 4, 6, 7, 8, 11, 17, 23].

Практичне заняття № 3

Тема. Аналіз структури сукупності та її змін

Мета: з'ясувати, що таке структура економічної системи, якими показниками характеризуються її зміни, вивчити методика розрахунку відповідних показників

План

1. Сутність структури економічної системи та показники структурних зрушень.
2. Коефіцієнти структурних зрушень.
3. Показники структурних відмінностей.

Короткі теоретичні відомості

Ключові слова: структура, зміни структури, структурні зрушення, структурна перебудова, структурна трансформація, структурні перетворення.

Основними характеристиками будь-якої системи є її структура, розподіл функцій між елементами, взаємозв'язок між елементами системи.

Структура – це відносно сталий порядок внутрішніх просторово-часових зв'язків системи між її елементами та взаємодії їх із зовнішнім середовищем, а також упорядкованість відносин, які пов'язують елементи системи, що разом забезпечують рівновагу системи, спосіб її організації, тип зв'язків і визначають функціональне призначення системи. Структура є певною сукупністю основних елементів об'єкта з існуванням між ними стійких зв'язків, що забезпечують збереження об'єктом основних властивостей за різних зовнішніх та внутрішніх змінах та його цілісності. Різні властивості об'єкта взаємопов'язані через його структуру, тому пізнання структури є ключем до пізнання об'єкта.

Пропорції економічної системи не залишаються постійними протягом часу: вони змінюються – поліпшуються, погіршуються через зміни структури економіки під впливом різних причин.

Зміна пропорції економічної системи є наслідком структурних змін, які виникають через зміну окремих елементів і, відповідно, їх ролі в системі, зміну

взаємозв'язків елементів і взаємовпливу елементів.

Структурна зміна розглядається як помітна зміна внутрішньої побудови економічної системи, взаємозв'язків між її елементами, закономірностей взаємозв'язків, що спричиняє зміни в економічній системі – від окремих, несистемних, до перетворення системи через кардинальну зміну основних (інтегральних, системоутворювальних) якостей системи.

Таблиця 3.1 –Зміст понять, які використовуються для характеристики структурних змін в економіці

Поняття	Зміст	Наслідки
Структурні зрушення	Порушення структури економічної системи через зміну обсягів виробництва та споживання за окремими елементами структури, яка відбувається на базі існуючого обсягу капітальних благ, що залучені до виробництва.	Незначна зміна структури економічної системи, яка спричинена несуттєвими змінами її окремих елементів і майже не позначається на взаємозв'язку її елементів.
Структурна перебудова	Порушення структури економічної системи через нове співвідношення попиту та пропозиції, нові ринкові ціни та розмір виробництва, а також новий розподіл запасу капітальних благ.	Помітні структурні зміни в економічній системі через помітну зміну окремих її елементів, яка спричиняє зміни їх взаємозв'язків, що не приводить до зміни властивостей системи.
Структурні перетворення	Порушення структури економічної системи через нове співвідношення попиту, пропозиції, ринкової ціни та розміру виробництва, яке супроводжується формуванням нового розподілу запасу капітальних благ.	Суттєві структурні зміни в економічній системі через значну зміну окремих її елементів, яка спричиняє зміну їх взаємозв'язків, що приводить до набуття економічною системою нових властивостей.
Структурна трансформація	Формування нової структури економічної системи завдяки новому співвідношенню попиту, пропозиції, ринкової ціни та розміру виробництва, яке супроводжується формуванням нового розподілу запасу нових капітальних благ.	Докорінна зміна внутрішньої побудови економічної системи, взаємозв'язків між її елементами, закономірностей, що приводить до зміни основних системних якостей, які визначають економічну сукупність як єдине ціле.

Структурні зрушення потребують комплексного оцінювання їх параметрів, оскільки від рівня відображення таких аналітичних даних залежить розуміння процесу трансформації економічної системи, а отже, і можливості інтенсифікації формування тенденцій економічного розвитку.

Найпопулярнішими методами оцінювання структурних зрушень є оцінювання за базовими показниками та за інтегральними коефіцієнтами.

Теми рефератів

1. Структурні зрушення в економіці України.
2. Глобальні структурні трансформації та тренди світової економіки.
3. Структурна характеристика розвитку економіки України.
4. Структурна характеристика розвитку українського експорту: проблеми та стратегічні орієнтири.

Контрольні питання

1. Що таке структура взагалі і структура економічної системи зоврема?
2. Що таке структурна зміна?
3. Які види структурних змін розрізняють?
4. Як визначається лінійний коефіцієнт «абсолютних» структурних зрушень?
5. Як визначається інтегральний коефіцієнт структурних зрушень К. Гатєва?

Література [2, 10, 13, 18, 20, 31].

Практичне заняття № 4

Тема Випадкові величини, гіпотези і висновки в економічній аналітиці

Мета: з'ясувати сутність випадкових величин в економічній аналітиці, вивчити закони їх розподілу, ознайомитись з сутністю і видами статистичних гіпотез та інструментами їх перевірки.

План

1. Випадкові величини в економічній аналітиці.

2. Закони розподілу випадкових величин: сутність і види.
3. Сутність і види статистичних гіпотез та інструменти їх перевірки.

Короткі теоретичні відомості

Ключові слова: випадкова величина, ймовірність, математичне очікування, закон розподілу, статистична гіпотеза

Випадковою величиною називають таку величину, яка внаслідок проведення дослідження прийме одне і тільки одне з можливих значень наперед невідоме і залежне від випадкових причин, які попередньо не можуть бути враховані.

Правило визначення ймовірностей значень випадкових величин називають правилом розподілу ймовірностей.

Дискретною випадковою величиною називають таку випадкову величину, яка приймає точкові (ізолювані) значення (які можна порахувати) із усіх можливих.

Неперервною випадковою величиною називають таку величину, яка приймає всі свої можливі значення з деякого проміжку

Середнє або очікуване значення (математичне сподівання) дискретної випадкової величини – це певне число, що буде характеризувати типове значення цієї величини, подібно тому, як певний набір даних характеризується середнім значенням.

Законом розподілу випадкової величини називають будь-яке співвідношення, що встановлює зв'язок між можливими значеннями випадкової величини та відповідними ймовірностями.

Основними законами розподілу випадкових величин є:

1. Нормальний розподіл.
2. Біноміальний розподіл.
3. Розподіл Пуасона.
4. Експоненціальний розподіл.
5. Рівномірний розподіл.

6. Геометричний розподіл.
7. Логнормальний розподіл.
8. Розподіл Вейбула тощо.

Статистичною гіпотезою називається будь-яке припущення відносно виду або параметрів невідомого закону розподілу. У конкретній ситуації статистичну гіпотезу формують як припущення, з певним рівнем значущості, про властивості генеральної сукупності на підставі оцінок вибіркової сукупності.

Статистичні висновки робляться на підставі прийняття однієї гіпотези та відхилення іншої, а саме рішення приймається з певною достовірністю. Перевірка гіпотез здійснюється на підставі так званих статистичних критеріїв.

Статистичним критерієм, або просто критерієм, називають випадкову величину K , що слугує для перевірки нульової гіпотези.

Перевірку статистичних гіпотез використовують для обґрунтування рішення за наявності альтернативного варіанта розвитку подій. Досить часто процедуру перевірки використовують для виявлення закономірностей і спростування випадковостей.

Завдання до теми

1. За висновками експертів ситуація на ринку має три можливих сценарії розвитку, за яких підприємство матиме такі фінансові результати діяльності:

Сценарій	Фінансовий результат, тис. г.о.	Імовірність
Песимістичний	2200	0,2
Реалістичний	3250	0,5
Оптимістичний	6400	0,3

Визначити очікуване значення фінансового результату діяльності підприємства.

2. Рекламна компанія пропонує замовнику чотири макета рекламного банера. З попереднього досвіду відомо, що близько 75% (тобто $\Omega = 0,75$) пропозицій дизайнерів компанії приймаються замовниками. Визначити ймовірність того, що всі чотири пропозиції будуть прийняті замовником.

3. Маркетинговий відділ презентував п'ять нових проєктів ($n = 5$) для розгляду. Імовірність успіху кожного з них дорівнює 60% ($\Omega = 0,6$). Розрахуємо ймовірність того, що керівництвом буде схвалено 2 проєкти, тобто $x = 2$.

4. Середня кількість дзвінків, що надходять до служби підтримки підприємства за день, дорівнює 1,7 дзвінка. Визначити ймовірність того, що завтра до служби підтримки не буде жодного дзвінка, буде 1 дзвінок, буде 2 дзвінка.

5 Підприємство кожен день виробляє велику кількість шоколадних батончиків, 40 % із яких є бракованими. Для перевірки якості працівник обирає 10 батончиків, виготовлених протягом дня. Яка ймовірність того, що 7 чи більше з них є бракованими?

6. Маркетинговий відділ підприємства почергово презентує керівництву три нових типи продукції. З попереднього досвіду відомо, що близько 70,0 % (тобто $\Omega = 0,700$) пропозицій відділу приймаються дирекцією для виконання. Необхідно визначити ймовірність того, що всі три пропозиції будуть прийняті на підприємстві, а також ймовірність того, що не буде прийнята жодна з них. Для розв'язання задачі використовувати древо ймовірностей.

Теми рефератів

1. Закони розподілу випадкових величин.
2. Статистичні гіпотези та інструменти їх перевірки в економічній аналітиці.

Контрольні питання

1. Що розуміють під випадковою величиною в економічній аналітиці?
2. Що таке математичне сподівання дискретної випадкової величини? Як воно визначається?
3. Як визначається середньоквадратичне відхилення дискретної випадкової величини?
4. Які існують основні закони розподілу випадкових величин?
5. Як розраховується t-статистика для нормального закону розподілу?

Література [2, 10, 13, 20, 21, 39].

Практичне заняття № 5

Тема. Моделювання взаємозв'язків між кількісними змінними

Мета: Вивчити види взаємозв'язків між кількісними змінними та їх особливості, з'ясувати, які існують види детермінованих моделей та опанувати методичні способи їх аналізу, вивчити методику проведення регресійно-кореляційного аналізу з використанням обчислювальної техніки.

План

1. Види взаємозв'язків між кількісними змінними.
2. Детерміновані моделі та їх аналіз.
3. Регресійно-кореляційний аналіз.

Короткі теоретичні відомості

Ключові слова: функціональні зв'язки, стохастичні зв'язки, детерміновані моделі, ймовірнісні моделі, регресійно-кореляційний аналіз

Між досліджуваними змінними (економічними показниками) можуть бути різні види і форми зв'язків. За характером залежності явищ розрізняють зв'язки функціональні та стохастичні.

Функціональні зв'язки характеризуються повною відповідністю між причиною (факторна ознака) і наслідком (результативна ознака). Унаслідок цього функціональна залежність виражається точною математичною формулою, яка може бути застосована до будь-яких явищ, що розглядаються.

В економічних дослідженнях частіше зустрічаються зв'язки іншого роду, коли одній і тій самій величині ознаки-чинника відповідають різні значення результативного показника, створюючи ряд розподілу, тобто спостерігається залежність розподілу значень результативної ознаки від значень ознаки-чинника. Такі зв'язки називаються стохастичними.

Для вивчення взаємозв'язків між ознаками використовуються різноманітні моделі, які за характером залежностей між явищами можна розділити на два класи:

- 1) детерміновані;

2) імовірнісні.

У детермінованому моделюванні не враховується те, що дія багатьох чинників на результат відбувається одночасно, а характер їх зв'язку в багатьох випадках є нелінійним.

Для аналізу детермінованих моделей використовують:

- спосіб повних ланцюгових підтановок;
- спосіб абсолютних різниць;
- спосіб відносних різниць.

Детерміновані моделі мають певні обмеження щодо відображення зв'язків, які існують між показниками у реальному житті. Більш поширеними з огляду на це є ймовірнісні моделі.

Одним із найбільш поширених методів, які застосовуються для аналізу стохастичних зв'язків, є регресійно-кореляційний метод аналізу.

Регресійно-кореляційний аналіз (РКА) полягає в побудові й аналізі економіко-математичної моделі у вигляді рівняння регресії, що виражає залежність результативного показника від визначальних його чинників.

РКА складається з таких етапів (стадій), які тісно пов'язані між собою:

1. Попередній (апріорний) аналіз.
2. Збір інформації та її первинна обробка.
3. Побудова моделі (рівняння регресії).
4. Оцінювання й аналіз моделі.

Для цього необхідно активізувати «Пакет аналізу» і далі здійснити такі кроки:

1. Обрати опцію «Регресія».
2. У діалоговому вікні з'являються адреси результативної та факторних ознак, їх необхідно вказати (із попередньо складеного в Excel масиву вихідних даних).
3. Установити рівень надійності коефіцієнтів регресії (за замовчуванням – 95 %).
4. За необхідності активізувати опцію «Залишки».

5. Командою ОК вивести результати на новий робочий аркуш.

Завдання до теми

Річний обсяг виробництва продукції, представлений моделлю $O = Ч \cdot Д \cdot Т \cdot П$, де Ч – середня чисельність робітників, чел.; Д – середня кількість робочих днів, відпрацьованих одним робітником за рік (кількість робочих днів у році), день; Т – середнє число годин, відпрацьованих за день одним робітником (тривалість робочого дня), година; П – середня продуктивність (виробіток) одного робітника, грн./година). Фактичні значення факторних показників 2020 року та прогнози на 2021 рік наведені в таблиці.

	2020 р.	2021 р.
Ч	140	145
Д	255	256
Т	8	7,9
П	2245	2400

Визначити вплив чинників на результуючий показник з використанням способів ланцюгових підставовок, абсолютних різниць та відносних різниць.

Контрольні питання

1. Що означає термін «кореляція»?
2. Які існують види (типи) детермінованих моделей зв'язку?
3. У чому полягає сутність способу повних ланцюгових підстановок?
4. У чому полягає сутність способу абсолютних різниць?
5. Як побудувати регресійну модель з використанням редактора Excel?

Література [2, 10, 13, 20, 21, 39].

Змістовий модуль 2 Прикладний інструментарій економічної аналітики

Практичне заняття № 6

Тема. Інструменти фінансової аналітики

Мета: вивчити методику аналізу й обґрунтування обсягів продажів компанії, з'ясувати сутність маржинального аналізу та сферу його застосування, навчитися аналізувати фінансову звітність компанії, оцінювати її

ринкову вартість та інвестиційну привабливість.

План

1. Аналіз і обґрунтування обсягів продажів компанії.
2. Аналіз доходів і витрат. Маржинальний аналіз.
3. Аналіз фінансової звітності компанії.
4. Аналіз ринкової вартості та інвестиційної привабливості компанії.

Короткі теоретичні відомості

Ключові слова: планування обсягів продажів, маржинальний аналіз, точка беззбитковості, аналіз балансу підприємства, інвестиційна привабливість

Планування обсягів продажу, асортименту і якості продукції починається з аналізу ринкової ситуації та тенденцій розвитку ринку.

Логічну схему аналізу та прогнозування стану товарних ринків подано на рис. 6.1



Рис. 6.1 – Аналіз ринкової ситуації та тенденцій розвитку товарних ринків

Прогнозування продажу – це науково-обґрунтований процес передбачення на майбутній період обсягів продажу товарів, які мають імовірнісний характер, і здійснюваний на підставі відповідної інформації за минулі роки з урахуванням зміни в перспективі чинників, що впливають на його результат. Головна мета прогнозування полягає у визначенні такого обсягу продажу у перспективі, який для фірми є найбільш ефективним.

Предметом прогнозування є:

- обсяг продажу товарів компанією;
- величина споживання товарів клієнтами.

Маржинальний аналіз інакше називають аналізом беззбитковості. У межах цього аналітичного підходу виділяють поняття «маржинальний дохід», який вираховується у вигляді різниці між обсягом виручки і змінними витратами за їх сукупністю в цілому по підприємству.

Економічний сенс маржинального доходу полягає в тому, що він надає можливість покрити постійні витрати і дозволяє сформувати чистий прибуток від діяльності підприємства.

Фінансова звітність – це сукупність форм звітності, складених на підставі даних бухгалтерського обліку з метою надання зовнішнім та внутрішнім користувачам узагальненої інформації про фінансовий стан у вигляді, який зручний і зрозумілий для прийняття цими користувачами певних ділових рішень.

Баланс підприємства містить інформацію про наявність економічних ресурсів, які контролюються підприємством, на певну дату.

Основними ознаками «гарного» балансу підприємства є:

1. Збільшення в динаміці валюти балансу.
2. Перевищення темпів росту оборотних активів над темпами росту необоротних.
3. Власний капітал за розміром перевищує позиковий та темпи його росту вищі, ніж у позикового.
4. Приблизно однакові темпи приросту дебіторської та кредиторської заборгованості.
5. Частка власного капіталу в оборотних активах перевищує 50%.
6. У балансі відсутні статті: «Непокриті збитки», «Вилучений капітал», «Неоплачений капітал».

Метою оцінювання вартості підприємства є: підвищення ефективності поточного управління суб'єктом господарювання, розроблення плану розвитку

підприємства (у процесі стратегічного планування важливо оцінити майбутні доходи підприємства, ступінь його стійкості і цінність іміджу), прийняття обґрунтованих управлінських рішень (інфляція спричиняє спотворення фінансової звітності підприємства, тому періодичне переоцінювання майна надає змогу підвищити її реалістичність, що є підґрунтям для прийняття фінансових рішень), реалізація інвестиційного проєкту розвитку підприємства (у цьому разі для його обґрунтування необхідно знати початкову вартість підприємства загалом, його власного капіталу активів, бізнесу).

Інвестиційна привабливість – це системна сукупність перспективних можливостей вкладення коштів з метою отримання економічних вигід у майбутньому як наслідок результатів минулої господарської діяльності потенційного об'єкта інвестування, суб'єктивно оцінюваної інвестором.

У практиці оцінювання інвестиційної привабливості підприємств використовуються методи експрес-діагностики, бального оцінювання та інші.

Завдання до теми

Відповідно до вибраного варіанту індивідуального аналітичного завдання:

1. Провести аналіз обсягів виробництва і реалізації продукції або послуг суб'єкта господарювання, визначити чинники, які впливають на обсяги продажів продукції або послуг.

2. На підставі даних балансу і звіту про фінансові результати підприємства визначити загальні характеристики його фінансового стану, провести аналіз майна підприємства та джерел його формування, провести аналіз збалансованості темпів розвитку підприємства, визначити, чи дотримується підприємство «золотого правила фінансування»

3. Провести оцінювання інвестиційної привабливості підприємства із застосуванням експрес-методу та бального методу.

4. Розподілити загальні постійні витрати і визначити точки беззбитковості пропорційно плановому обсягу випуску виробів та пропорційно плановому маржинальному прибутку. Вихідні дані наведені в таблиці 6.1.

Таблиця 6.1 – Вихідні дані для ілюстрації способів розподілу постійних витрат

	Виріб А	Виріб Б
Плановий обсяг випуску, шт.	2900	2175
Ціна реалізації одиниці продукції, тис. грн.	9	20
Змінні витрати на одиницю продукції, тис. грн.	4	10
Індивідуальні постійні витрати в розрахунку на календарний квартал, тис. грн.	2000	8000
Загальні постійні витрати в розрахунку на календарний квартал, тис. грн.	10000	

Контрольні питання

1. Які підрозділи підприємства використовують у своїй діяльності прогнози продажу?
2. Які методи використовують для прогнозування продажу?
3. У чому полягає сутність методу розширення або опитування торгових працівників?
4. Що таке маржинальний дохід?
5. Як розрахувати точку беззбитковості?
6. Які існують способи розподілу постійних витрат?
7. Які характеристики фінансового стану підприємства можна отримати з його балансу?
8. Що потрібно визначити в процесі аналізу джерел формування майна підприємства?
9. Які існують види загальних політик фінансування активів?
10. Що розуміють під інвестиційною привабливістю підприємства?

Література [3, 4, 6, 7, 9, 27, 29, 36, 37, 43, 44].

Практичне заняття № 7

Тема. Інструменти аналітики бізнес-середовища

Мета: вивчити методики аналізу поточного стану та перспектив розвитку ринку, аналізу зовнішнього середовища, оцінювання конкурентної позиції підприємства на ринку.

План

1. Аналіз поточного стану і перспектив розвитку ринку.
2. Аналіз зовнішнього середовища компанії. PEST(EL)-аналіз. SWOT-аналіз.
3. Аналіз конкурентного середовища та визначення конкурентної позиції компанії.

Короткі теоретичні відомості

Ключові слова: кон'юнктура ринку, зовнішнє середовище підприємства, PEST(EL)-аналіз. SWOT-аналіз, конкурентне середовище, конкурентна позиція.

Кон'юнктура ринку – економічна ситуація, що складається на ринку і характеризується рівнями попиту і пропозиції, ринковою активністю, цінами, обсягами продажів, рухом відсоткових ставок, валютного курсу, заробітної плати, дивідендів, а також динамікою виробництва і споживання.

Виділяють такі основні завдання кон'юнктурних досліджень товарного ринку:

- 1) збір і обробка кон'юнктурної інформації;
- 2) інтегральні та диференціальні оцінювання стану ринку, типологія ринкової ситуації;
- 3) характеристика масштабу (обсягу) ринку;
- 4) виявлення, аналіз і прогнозування тенденцій розвитку ринку та його динамічної стійкості;
- 5) оцінювання і аналіз коливання, сезонності та циклічності розвитку ринку;
- 6) оцінювання і аналіз регіональних відмінностей ринку;
- 7) оцінювання і аналіз ділової активності;
- 8) оцінювання комерційного (ринкового) ризику;
- 9) характеристика ступеня монополізації та інтенсивності конкуренції.

Для аналізу кон'юнктури товарного ринку використовують такі методи:

- 1) матричний метод аналізу ринкової ситуації («McKinsey» і «General

Elektric»);

2) економіко-математичні методи аналізу ринкової ситуації (кореляційний, регресійний, факторний і компонентний, кластерний і частотний аналізи);

3) економіко-статистичні методи (індексний метод, дескриптивний аналіз, аналіз часових рядів, структурний аналіз);

4) маркетингові методи (експертні оцінювання, сценарії розвитку, опитування, спостереження, аналіз документів);

5) прикладні методики оцінювання ринкової кон'юнктури (розрахунок основних показників та індексів), а саме розрахунок і аналіз потенціалу ринку, аналіз пропорційності розвитку ринку, аналіз ступеня концентрації ринку і частки ринку фірм, аналіз тенденції розвитку, коливання і циклічності ринку, аналіз попиту та пропозиції.

Аналіз зовнішнього середовища - процес стратегічного управлінського аналізу, призначений для контролю чинників, зовнішніх щодо організації, з метою визначення можливостей і небезпек.

PESTEL-аналіз пропонує перерахувати всі актуальні зовнішні чинники, класифікуючи їх за шістьма категоріями: політичні, економічні, соціальні, технологічні, екологічні та правові.

SWOT-аналіз являє собою узагальнене оцінювання для розуміння та управління навколишнім середовищем, у якому функціонує підприємство. Ця модель матричного аналізу допомагає аналітикам виділяти ключові перешкоди, що постають перед суб'єктом господарювання, у процесі ретельного дослідження чотирьох окремих елементів **SWOT**.

Абревіатура **SWOT** походить від англійських слів strengths (сильні сторони), weaknesses (слабкі сторони), opportunities (можливості), threats (загрози).

Основною метою **SWOT**-аналізу діяльності підприємства є виявлення конкурентних переваг на підставі діагностики бізнес-процесів та визначення основних перспективних шляхів розвитку підприємства в межах конкретної

ринкової ситуації.

До основних завдань SWOT-аналізу належать:

- виявлення можливостей, які відповідають ресурсам фірми;
- визначення загроз і розробка заходів щодо знешкодження їх впливу;
- виявлення сильних сторін фірми й зіставлення їх із ринковими можливостями;
- визначення слабкостей фірми та розробка стратегічних напрямів їх подолання;
- виявлення конкурентних переваг фірми та формування її стратегічних пріоритетів.

Конкурентні переваги підприємства – це сукупність власних і набутих активів та характеристик діяльності підприємства, використання яких забезпечує йому ексклюзивну компетентність у певній сфері діяльності і переваги над конкурентами.

Аналіз конкурентоспроможності підприємства слід здійснювати у такій послідовності:

- визначення кола підприємств-конкурентів;
- збір інформації про їх діяльність;
- формування системи оціночних показників;
- опрацювання інформації та отримання узагальнювальної оцінки стану конкурентоспроможності.

Для діагностування конкурентоспроможності підприємства доцільно використати концепцію бенчмаркінгу, тобто методу порівняння з базовим зразком, за яким порівнюються характеристики певного об'єкта і еталонного, кращого. Таке порівняння може відбуватись як за кількісно визначеними параметрами: якість продукції, рівень продуктивності праці, обсяг продажу, ринкова частка, так і якісними характеристиками: якість управління, ділова репутація, імідж.

Завдання до теми

Відповідно до вибраного варіанта індивідуального аналітичного

завдання:

1. Надати характеристику ринку, на якому працює підприємство, проаналізувати, яку частку цього ринку воно займає. Виначити, з якими проблемами на ринку стикається підприємство, які чинники впливають на попит на його продукцію (послуги), на рівень ринкових цін.

2. Провести PEST(EL)-аналіз та SWOT-аналіз середовища функціонування підприємства.

3. Визначити основних конкурентів підприємства на ринку, зібрати доступні дані про них з відкритих джерел.

Контрольні питання

1. Які виділяють основні завдання кон'юнктурних досліджень товарного ринку?

2. З яких етапів складається проведення кон'юнктурних досліджень?

3. Дослідження яких груп зовнішніх чинників передбачає PEST(EL)-аналіз?

4. Які основні завдання SWOT-аналізу?

5. Які основні переваги SWOT-аналізу?

6. На які групи поділяються показники конкурентоспроможності підприємства?

7. Як розраховується інтегральний показник ринкового конкурентного середовища?

Література [16, 19, 23, 24, 30, 34, 40].

Практичне заняття № 8

Тема. Інструменти стратегічного аналізу

Мета: ознайомитися з сутністю стратегічного аналізу та його методами, вивчити методики проведення SPASE-аналізу, ABC-XYZ-аналізу, стратегічного аналізу з використанням матриці БКГ, матриці GE / McKinsey, матриці Shell, матриці Ансофа, матриці ADL.

План

1. Сутність стратегічного аналізу і його методи.
2. SPASE-аналіз.
3. ABC-XYZ-аналіз.
4. Інструменти стратегічного портфельного аналізу.

Короткі теоретичні відомості

Ключові слова: стратегічний аналіз, SPASE-аналіз, ABC-XYZ-аналіз, портфельний аналіз, матриця БКГ, матриця GE / McKinsey, матриця Shell, матриця Ансофа, матриця ADL.

Стратегічний аналіз – це комплексне дослідження позитивних і негативних чинників, які можуть вплинути на економічне становище підприємства у перспективі, а також шляхів досягнення стратегічних цілей підприємства. За допомогою стратегічного аналізу розробляється комплексний стратегічний план розвитку підприємства, здійснюється науково обґрунтована, всебічна і своєчасна підтримка прийняття стратегічних управлінських рішень.

Стратегічний аналіз як вид аналітичної роботи є окремим елементом системи стратегічного планування, який використовується як підґрунтя під час прогнозування позиції корпорації на привабливих ринках.

SPACE (strategic position and action evaluation – оцінювання стратегічного становища та дій) – це комплексний метод аналізу позицій на ринку та вибору оптимального варіанта стратегії розвитку для підприємств середнього й малого бізнесу. Він надає змогу вибрати, класифікувати та проаналізувати найважливіші характеристики внутрішнього й зовнішнього середовища підприємства та на цій підставі рекомендувати варіант стратегії його розвитку.

Для аналізу використовують такі групи критеріїв оцінювання стратегічного стану підприємства:

- фінансова сила підприємства;
- конкурентоспроможність підприємства та його становище на ринку;
- привабливість сектора (галузі), у якому діє підприємство;

– стабільність сектора (галузі), у якому діє підприємство .

ABC-XYZ аналіз – це поєднання двох методів аналізу ABC- аналізу та XYZ-аналізу.

ABC-аналіз полягає у виявленні та оцінюванні незначного числа кількісних величин, які є найціннішими та мають найбільшу питому вагу у загальній сукупності вартісних показників.

ABC-аналіз – метод аналізу, завдяки якому сукупність об'єктів (товарів, продуктів (виробів), матеріалів, клієнтів, постачальників, працівників, ринків збуту) розподіляється відповідно до вибраних критеріїв (витрати, прибуток, товарооборот) на три групи – А, В, С з метою концентрації ресурсів на критичній меншості, залишаючи поза увагою тривіальну більшість.

XYZ-аналіз – метод, що здійснює оцінювання стабільності певних об'єктів чи процесів (наприклад, стабільність продажу товарів, стабільність поведінки покупців, стабільність ефективності працівників тощо).

Стратегічний портфельний аналіз – інструмент, за допомогою якого керівництво компанії вивчає і оцінює свою господарську діяльність з метою вкладення коштів у найбільш дохідні та (або) стратегічно перспективні напрями і скорочення, або повного припинення інвестицій в нерентабельні проекти.

У процесі стратегічного портфельного аналізу оцінюється відносна привабливість ринків і конкурентоспроможність компанії на кожному з цих ринків. Передбачається, що портфель компанії повинен бути збалансований, тобто має бути забезпечене правильне поєднання підрозділів або продуктів, які відчувають потребу в капіталі для забезпечення поступального розвитку, з господарськими одиницями, які мали деякий надлишок капіталу.

Найпоширенішими методами портфельного аналізу є матричні методи. Найвідомішими матрицями для портфельного аналізу:

- матриця БКГ (BCG) – аналіз темпів росту і частки ринку;
- матриця МКК (MCC) – аналіз відповідності бізнесу місії підприємства і її ключовим компетенціям;

- матриця GE / McKinsey – аналіз порівняльної привабливості ринку та конкурентоспроможності бізнесу;
- матриця Shell – аналіз привабливості ресурсномісткою галузі в залежності від конкурентоспроможності
- матриця Ансофа — аналіз стратегії щодо до ринків і продуктів;
- матриця ADL — аналіз життєвого циклу галузі та відносного положення на ринку.

Теми рефератів

1. Сутність, призначення, сфери застосування та методи стратегічного аналізу.
2. Методика проведення SPASE-аналізу та сфери його практичного застосування.
3. Методика проведення ABC-XYZ-аналіз та сфери його практичного застосування.
4. Методи стратегічного портфельного аналізу: сутність, переваги, недоліки, сфера застосування.

Контрольні питання

1. Що таке стратегічний аналіз і яке його значення в системі управління підприємством?
 2. Яке призначення SPASE-аналізу? У чому полягає його сутність?
 3. Що таке «Правило Парето»?
 4. Для чого використовують ABC-XYZ-аналіз?
 5. Які існують методи стратегічного портфельного аналізу?
 6. Що таке матриця GE / McKinsey? Для чого вона використовується
- Література** [16, 19, 23, 24, 30, 34, 40].

Практичне заняття № 9

Тема. Аналіз ризиків бізнес-середовища

Мета: ознайомитися з сутністю та класифікацією ризиків бізнес-середовища, опанувати методики якісного і кількісного аналізу ризиків,

вивчити способи управління ризиками та метод захисту від них.

План

1. Сутність та класифікація ризиків у бізнесі.
2. Якісний аналіз ризиків.
3. Кількісний аналіз ризиків.
4. Управління ризиками.

Короткі теоретичні відомості

Ключові слова: ризик, методи оцінювання ймовірності виникнення ризиків, якісний аналіз ризиків, кількісний аналіз ризиків, управління ризиками, методи захисту від ризиків

Ризик – це ймовірність втрати підприємством частини своїх ресурсів, недоотримання доходів або отримання додаткових витрат унаслідок проведення певної фінансової або виробничої діяльності.

Ризик – це дія в умовах вибору, коли існує ймовірність у випадку невдалого розвитку подій опинитися в гіршому стані ніж до вибору.

Підприємницькі ризики поділяються на:

- зовнішні (належить країновий ризик, валютний, податковий і ризик форс мажорних обставин);
- внутрішні (належить організаційний ризик, ресурсний, портфельний, кредитний і інноваційний).

Від якості проведення оцінювання ризиків залежить доцільність здійснення того чи іншого виду підприємницької діяльності.

На практиці найчастіше використовують такі методи оцінювання ймовірності виникнення ризиків:

1. Економіко-статистичний.
2. Розрахунково-аналітичний.
3. Метод аналогій.
4. Експертний метод.

Найрозповсюдженішим показником, який використовується для оцінки ризиків, є показник середньоквадратичного відхилення, який визначає ступінь

коливання досліджуваного показника.

У практиці управління ризиками розрізняють 2 основні види оцінювання ризиків:

1. Якісне оцінювання.
2. Кількісне оцінювання.

Якісне оцінювання ризику полягає в тому, що визначається вид втрат, які може принести цей вид ризиків.

Існують такі види втрат від ризиків:

- фінансові втрати – виражаються у зменшенні доходів підприємства або прямій втраті грошових коштів;
- матеріальні втрати – виражаються у зменшенні вартості запасів, збільшенні витрат, прямій втраті майна;
- втрати часу – це втрата робочого часу внаслідок технічної непридатності обладнання, несвоєчасного забезпечення підприємства матеріальними ресурсами та іншим;
- соціальні втрати – це нанесення шкоди життю та здоров'ю людей, тобто, це загроза виникнення виробничого травматизму або загибелі працівників унаслідок реалізації ризиків;
- репутаційні втрати – виявляються у вигляді погіршення ставлення споживачів до товарів певного виробник або у вигляді втрати довіри партнерів;
- екологічні втрати – виражаються в нанесенні шкоди стану навколишнього середовища;
- морально-психологічні втрати – виражаються в погіршенні психологічного клімату в трудовому колективі тощо.

Кількісне оцінювання ризиків виражається у визначені рівня загрози ризиків через ймовірність їх настання або через розмір можливих втрат.

Кількісне оцінювання ризиків застосовується для визначення ступеня прийнятності цього ризику для підприємства.

Завдання до теми

1. Товариство «Мобіс» постачає свою продукцію фірмі «Лагуна» і

підприємству «Еко». Попередні поставки здійснювалися протягом 10 місяців, та підприємство має такі дані про дотримання термінів сплати споживачами:

Місяці		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Термін Сплати (дні)	Ф. «Лагуна»	70	39	58	75	80	120	70	42	50	80
	Підпр. «Еко»	50	63	32	89	61	45	31	51	55	50

Визначте ризик того, що фірма «Лагуна» і підприємство «Еко» перерахують кошти в строк передбачений договором поставки.

2. Є такі дані про кількість і ціни вугілля, необхідного узимку для опалення будинку (табл. 1). Імовірності зим: м'якої – 0,35; звичайної – 0,5; холодної – 0,15.

Зима	Кількість вугілля, т	Середня ціна за 1 т у ф.ст.
М'яка	4	7
Звичайна	5	7,5
Холодна	6	8

Ці ціни стосуються купівлі вугілля взимку. Улітку ціна вугілля 6 ф. ст. за 1 т, у вас є місце для зберігання запасу вугілля до 6 т, що заготовлюється влітку. Якщо буде потрібно взимку докупити недостатню кількість вугілля, купівля вже буде за зимовими цінами. Передбачається, що все вугілля, яке збережеться до кінця зими, влітку пропаде. Скільки вугілля влітку купувати на зиму? Яка очікувана вартісна цінність цього рішення?

3. Ферма продає вроздріб молочні продукти. Сільський магазин повинен визначити, скільки молочних продуктів варто закупити у фермера для торгівлі протягом тижня. Імовірності того, що попит на молочні продукти протягом тижня буде 7, 8, 9 чи 10 бідонів, рівні відповідно 0,2; 0,2; 0,5 і 0,1. Витрати на закупівлю одного бідона обходяться магазину в 70 грн, а прибуток від продажу – 40 грн за бідон. Якщо молочні продукти не продаються протягом тижня, вони псуються, і магазин несе збитки. Скільки бідонів бажано замовляти для продажу? Яка очікувана вартісна цінність цього рішення?

4. Підприємству надані на вибір два варіанта стратегії розвитку, які мають такі характеристики:

Перший. Вкладення в цей проєкт складають 123 000 грн. та результати впровадження такої стратегії розвитку можуть мати такі наслідки:

1) прибуток підприємства складе 56% на вкладений капітал з імовірністю 0,4;

2) прибуток складе 32 % з ймовірністю 0,3;

3) збитки складуть 5 % з ймовірністю 0,3.

Другий. Необхідно інвестувати кошти у сумі 215 000 грн., водночас:

1) прибуток підприємства може скласти 12 % з імовірністю 0,5;

2) прибуток може скласти 6 % з імовірністю 0,4;

3) збитки можуть скласти 2 % з імовірністю 0,1.

Визначити, який варіант стратегії розвитку доцільно вибрати підприємству й обґрунтувати вибір.

5. Виробнича потужність підприємства складає 550 одиниць продукції, яка в повному обсязі реалізується на ринку. Загальні надходження від реалізації продукції підприємства складають 6521 тис. грн. Постійні витрати на виробництво продукції складають 950 тис. грн., змінні витрати складають 3655 грн на одиницю продукції.

Визначити точку беззбитковості виробництва. Як зміниться критичний обсяг виробництва, якщо врахувати ступінь виробничого ризику, що складає 5 %?

Теми рефератів

1. Сутність ризиків в бізнесі та причини виникнення ризикових ситуацій.
2. Фінансові ризики та методи захисту від них
3. Якісний аналіз ризиків
4. Кількісний аналіз ризиків

Контрольні питання

1. Що таке економічний ризик?
2. За якими ознаками класифікують ризики в бізнесі?
3. У чому полягає якісний аналіз ризиків?
4. Які існують методи оцінки ризиків? В чому їх переваги та недоліки?

5. Які існують методи захисту від бізнес-ризиків? В чому їх переваги та недоліки?

6. У чому полягає сутність диверсифікації як способу захисту від ризиків в бізнесі?

Література [5, 12, 15, 28].

Практичне заняття № 10

Тема. Методи аналізу бізнес-процесів

Мета: ознайомитися з сутністю та сучасними методиками аналізу бізнес-процесів підприємства, вивчити основи організації вдосконалення бізнес-процесів та вимірювання їх ефективності.

План

1. Метод реінжинірингу бізнес-процесів.
2. Метод бенчмаркінгу бізнес-процесів.
3. Організація вдосконалення бізнес-процесів.
4. Методика впровадження удосконалень у бізнес-процеси.
5. Показники ефективності бізнес-процесів та їх вимірювання.

Короткі теоретичні відомості

Ключові слова: реінжиніринг бізнес-процесів, бенчмаркінг бізнес-процесів, управління вдосконаленням бізнес-процесів, ефективність бізнес-процесів

Реінжиніринг – це фундаментальне переосмислення і радикальне перепроєктування бізнес-процесів для досягнення суттєвих поліпшень у ключових показниках результативності. Його також часто називають інновацією процесу, оскільки його успіх в основному ґрунтується на інноваціях та творчих здібностях команди з покращення процесу. Такий підхід забезпечує новий погляд на цілі процесу і повністю ігнорує наявний процес і структуру організації. Такий підхід використовується в тих випадках, коли процес на теперішній момент настільки застарілий, що не варто навіть намагатись його

зберегти або поліпшувати.

Бенчмаркінг процесу – систематичний метод визначення, усвідомлення та творчого розвитку товарів, проєктів, послуг, обладнання, процесів та процедур (установлених принципів) вищої якості для покращення поточної діяльності організації через вивчення того, як різні організації виконують однакові чи схожі операції. Під час бенчмаркінгу бізнес-процесів ключові процеси ідентифікуються, осмислюються і порівнюються з кращими еквівалентними процесами для визначення небажаних відхилень.

Проєкт щодо покращення бізнес-процесів повинен бути розроблений відповідно до структури організації. До проєкту залучається велика кількість відділів і напрямів (лінійний менеджмент, члени адміністративного апарату, експерти з адміністративної організації).

Команда з управління проєктом з поліпшення бізнес-процесів (Project Management Team – PMT) створюється для управління і координації заходів щодо поліпшення бізнес-процесу, які проводяться в межах організації. Команда з поліпшення процесу (Process Improvement Team – PIT) – команда, яка працює над проєктом з поліпшення певного процесу. До такої команди зазвичай входять люди, що представляють різні відділи. Команда з поліпшення процесу звітує перед командою з управління проєктом для управління та підтримки.

Удосконалення бізнес-процесів складається з шести фаз, і веде до впровадження найкращого рішення: Фаза I. Організація: Організація поліпшення процесу. Фаза II. Документування: Вибір підходу. Фаза III. Аналіз: Визначення можливостей для поліпшень. Фаза IV. Проєктування: Проєктування нового адміністративного бізнес-процесу. Фаза V. Упровадження: Реалізація рішень, направлених в майбутнє. Фаза VI. Управління: Управління адміністративними бізнес-процесами для постійного поліпшення.

Під час удосконалення бізнес-процесів, вимірювання рівня показників процесу – важливий і необхідний елемент. Воно має надати інформацію про те, наскільки добре цей процес реалізується і наскільки гарні результати, які він

дає.

Домінуючий напрям моніторингу показників – оцінювання фінансових параметрів, які, зазвичай, беруться просто з бухгалтерської звітності.

Теми рефератів

1. Реінжиніринг бізнес-процесів як спосіб підвищення ефективності управління.

2. Бенчмаркінг як інструмент удосконалення бізнес-процесів підприємства.

3. Удосконалення управління бізнес-процесами на сучасному підприємстві.

4. Методика оцінювання ефективності бізнес-процесів.

Контрольні питання

1. Що передбачає реінжиніринг бізнес-процесів?

2. У чому полягає сутність методу бенчмаркінгу бізнес-процесів?

3. Які існують напрями вдосконалення бізнес-процесів?

4. Які показники використовують для оцінювання ефективності бізнес-процесів?

Література [14, 25, 27, 38, 45].

3 ПИТАННЯ ДО ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ

1. Сутність аналітики в діяльності підприємства.
2. Особливості організації аналітичної роботи на сучасному підприємстві.
3. Роль планування аналітичного процесу.
4. Принципи та критерії інформаційного забезпечення аналізу.
5. Класифікація інформаційно-аналітичного забезпечення.
6. Характеристика інформаційних джерел економічної аналітики.
7. Поняття структури та методи визначення її показників.
8. Сутність та індивідуальні показники структурних зрушень.
9. Коефіцієнти структурних зрушень.
10. Показники структурних відмінностей.
11. Випадкові величини в бізнес аналізі.
12. Закони розподілу випадкових величин: сутність і види.
13. Сутність і види статистичних гіпотез та інструменти їх перевірки.
14. Види взаємозв'язків між кількісними змінними.
15. Детерміновані моделі та їх аналіз.
16. Регресійно-кореляційний аналіз.
17. Аналіз і обґрунтування обсягів продажів компанії.
18. Аналіз доходів і витрат. Маржинальний аналіз.
19. Аналіз фінансової звітності компанії.
20. Аналіз ринкової вартості та інвестиційної привабливості компанії.
21. Аналіз поточного стану і перспектив розвитку ринку.
22. Аналіз зовнішнього середовища компанії. PEST(EL)-аналіз. SWOT-аналіз.
23. Аналіз конкурентного середовища та визначення конкурентної позиції компанії.
24. Сутність стратегічного аналізу і його методи.
25. SPASE-аналіз.
26. ABC-XYZ-аналіз.
27. Інструменти стратегічного портфельного аналізу.

28. Сутність та класифікація ризиків у бізнесі.
29. Якісний аналіз ризиків.
30. Кількісний аналіз ризиків.
31. Управління ризиками.
32. Метод реінжинірингу бізнес-процесів.
33. Метод бенчмаркінгу бізнес-процесів.
34. Організація вдосконалення бізнес-процесів.
35. Методика впровадження удосконалень у бізнес-процеси.
36. Показники ефективності бізнес-процесів та їх вимірювання.

4 КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЗА 100-БАЛЬНОЮ СИСТЕМОЮ

Виконання **індивідуального аналітичного завдання** з навчальної дисципліни «Економічна аналітика» є обов'язковим видом самостійної роботи студента, його оцінювання враховує, по-перше, своєчасність виконання індивідуального розрахунково-аналітичного завдання і подання його на кафедру для перевірки та, по-друге, якість і правильність виконання кожного розділу аналітичного завдання. Максимальна оцінка індивідуального аналітичного завдання з навчальної дисципліни «Економічна аналітика» становить 50 балів.

Для визначення оцінки виконання індивідуального аналітичного завдання викладач враховує критерії теоретичного обґрунтування, здійснення розрахунків, використання табличного і графічного методів, формулювання висновків і правильності оформлення та орієнтується на шкалу оцінювання критеріїв (табл. 4).

Таблиця 4 – Критерії оцінювання виконання студентом індивідуального аналітичного завдання

№ пор.	Критерій	Шкала оцінювання	Максимальна кількість балів
1	2	3	4
1	Теоретичне обґрунтування	0 – теоретичне обґрунтування відсутнє або не відповідає спрямованості завдання; 5 – недостатньо розкриті наведені поняття, терміни і категорії, поверхово описані прийоми і методи, відсутні формули визначення показників та не обґрунтовано їх вибір; 10 – повно, усебічно обґрунтовані поняття, терміни і категорії, вичерпно описані прийоми і методи, наведені формули щодо визначення показників, обґрунтовано вибір методичних підходів щодо розрахунку показників і розв'язання завдання	10

Продовження таблиці 4

1	2	3	4
2	Здійснення розрахунків	0 – не здійснено необхідних обчислень, розрахунки проведено з грубими помилками;	10
		5 – результати розрахунків і обчислень є правильними, проте їх здійснення не деталізоване або ж розрахунки та обчислення містять незначні помилки; 10 – розрахунки проведені правильно, вибрано доцільний спосіб визначення показників, опис розрахунків і обчислень деталізований (розрахунки розписані покроково, з використанням умовних позначень років, регіонів тощо, інших символів, із зазначенням одиниць вимірювання)	
3	Використання табличного і графічного методів	0 – у процесі розв’язання практичного завдання табличний і графічний методи не використовувались; 5 – не обґрунтовано вибір способів унаочнення, застосовані форми таблиці та види графіка нераціональні, структурні елементи таблиць і графіків за змістом виконані неправильно, порушено статистичні вимоги до оформлення табличного і графічного матеріалу; 10 – обґрунтовано вибір графічних способів подання інформації, вибрано раціональні форми таблиці та види графіка, структурні елементи таблиць і графіків за змістом та їхнє оформлення відповідає статистичним вимогам	10
4	Формулювання висновків	0 – висновки відсутні; 5 – висновки характеризуються поверховістю та не відображають усіх результатів розрахунків; 10 – висновки глибинні та логічні, базуються на результатах розрахунків, а також демонструють володіння студентом проблематикою	10

Продовження таблиці 4

1	2	3	4
5	Правильність оформлення	5 – оформлення роботи та списку літературних джерел відповідає вимогам, структура роботи відповідає вимогам; 0 – шрифт та інтервал не відповідають установленим вимогам, неправильне оформлення формул тощо	5

Своєчасність виконання індивідуального аналітичного завдання з навчальної дисципліни «Економічна аналітика» оцінюється п'ятьма балами у разі подання виконаного завдання на рецензування на кафедру в строки, установлені графіком навчального процесу, у разі ж порушення цих строків студент отримує 0 балів.

Присутність на всіх лекційних і практичних заняттях оцінюється п'ятьма балами у тому разі, якщо студент відвідував усі лекційні та практичні заняття згідно з розкладом навчального процесу, має повний конспект лекцій і не має заборгованості з виконання завдань до практичних занять.

Сумарна підсумкова оцінка, яку студент може отримати за результатами семестрового контролю, складається з кількості балів, отриманих за результатами поточного контролю знань під час семестру, та кількості балів, отриманих під час іспиту.

Результати підсумкових заходів (поточного контролю та іспиту) оцінюються за 100-бальною шкалою з подальшою трансформацією у державну оцінку.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

Основна

1. Бізнес-статистика: навч. посібник / [Матковський С. О. та ін.] – Київ: Алерта, 2016. 281 с.
2. Боярко І. М. Інвестиційний аналіз: навч. Посібник. Київ : КНЕУ, 2011. 316 с.
3. Варенко В. М. Інформаційно-аналітична діяльність: навч. посіб. Київ: Університет «Україна», 2014. 417 с.
4. Гетьман О. О., Шаповал В. М. Економічна діагностика: навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. Київ: Центр навчальної літератури, 2007. 307 с.
5. Донець Л. І. Економічні ризики та методи їх вимірювання: навч. Посібник. Київ : Центр навчальної літератури, 2006. 312 с.
6. Серединська В. М., Загородна О. М., Федорович Р.В. Економічний аналіз. Навчальний посібник. Тернопіль: Видавництво Астон, 2010.
7. Єршова Н. Ю. Портна О. В. Аналіз господарської діяльності: теорія та практикум. Львів: Магнолія, 2019. 345 с.
8. Загорна Т. О. Економічна діагностика: навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2007. 400 с.
9. Костирко Р. О. Фінансовий аналіз: навчальний посібник. Харків: Фактор, 2007. 784 с.
10. Костюк В. О. Прикладна статистика: навч. посібник. Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2015. 191 с.
11. Кривов'язюк І. В. Економічна діагностика. 2-ге вид. [текст]: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2017. 456 с.
12. Лук'янова В. В. Діагностика ризику діяльності підприємства: монографія. Хмельницький: ПП Ковальський В.В. 2007. 312 с.
13. Опря А. Т. Статистика (модульний варіант з програмованою формою контролю знань). Навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2012. 448 с.

14. Орловський Д. Л. Бізнес-процеси підприємства: моделювання, аналіз, удосконалення : навч. посібник : у 2 ч. Харків : НТУ “ХПІ”, 2018. 336 с.
15. Останкова Л. А., Шевченко Н. Ю. Аналіз, моделювання та управління економічними ризиками: навч. посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2011. 256 с.
16. Редченко К. І. Стратегічний аналіз у бізнесі : навч. посіб. 2-ге вид., допов. Львів : Новий світ – 2000, 2003. 272 с.
17. Сарай Н. І. Економічна діагностика. Навчальний посібник для студентів спеціальності «Економіка підприємства» усіх форм навчання. Тернопіль: ТНЕУ, 2015. 165 с.
18. Семенова К. Д., Тарасова К. І. Бізнес-статистика : Підручник. Київ: ФОП Гуляєва В.М., 2018. 210 с.
19. Старостіна А. О. Маркетингові дослідження національних і міжнародних ринків : підручник. Київ : Лазарит-Поліграф, 2012. 480 с.
20. Статистика. Навчальний посібник / Під ред. д. е. н., професора Раєвнєвої О. В. Харків: Вид. ХНЕУ, 2010. 520 с.
21. Статистичне моделювання та прогнозування: навчальний посібник / Під ред. Д-ра екон. наук, проф. Раєвнєвої О. В. Харків.: ВД „ІНЖЕК”, 2013. 537 с.
22. Сурмін Ю. П. Аналітика державного управління: сутність і тенденції розвитку. URL: <http://www.academy.gov.ua/ej/ej5/txts/06sypdsv.htm> (дата звернення 31.07.2022)
23. Афанасьєв М. В., Гонтарева І. В. Управління проектами: навч.-метод. Посібник. Харків : ІНЖЕК, 2007. 271 с.
24. Фаріон І. Д. Стратегічний аналіз: навчальний посібник для студентів і аспірантів. Тернопіль: ТНЕУ, 2009. 635 с.
25. Швиданенко Г. О. Бізнес-діагностика підприємства: навчальний посібник. Київ: КНЕУ, 2008. 344 с.

Додаткова

26. Maslak O., Grishko N., Maslak M., Shevchuk Yu. Tool development for the assessment of the favorable environment in the framework of the investment policy formation for the electrotechnical industry enterprises. *25th IEEE International Conference on PROBLEMS OF AUTOMATED ELECTRIC DRIVE. Theory and practice*. September 21-25, 2020, Kremenchuk, Ukraine. URL: http://web.kpi.kharkov.ua/eeau/en/паер2020_en/ (Scopus).

27. Воробйова К. О. Системи підтримки прийняття управлінських рішень у валютному регулюванні. *Європейський вектор економічного розвитку*. 2015. № 1. С.44–51.

28. Воронко О. С., Штепа Н. П. Економічний аналіз: навч. посіб. Львів : Новий Світ-2000, 2011. 279 с.

29. Гонта С. В. Категоріальний простір дослідження структурної трансформації національної економік. *Науковий вісник Полісся*. 2016. Вип. 3. С. 84-92. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvp_2016_3_13 (дата звернення 31.07.2022).

30. Кіндрацька Г. І., Білик М. С., Загородній А. Г. Економічний аналіз: теорія та практика: підручник. 2-ге вид., переробл. і допов. Львів : Магнолія 2006, 2012. 440 с.

31. Раєвнєва О. В., Чанкіна І. В., Гольцяєва Л. А. Лабораторний практикум з навчальної дисципліни «Статистичний аналіз структури соціально-економічних явищ та процесів» для студентів спеціальності 8.03050601 «Прикладна статистика» денної форми навчання. Харків : Вид. ХНЕУ, 2013. 60 с.

32. Левик І. С. Суть стратегічного аналізу, його місце та роль в системі управління підприємством. *Основи фінансового аналізу*. 2009. № 3. С. 173–178.

33. Маслак О. І., Одінцов М. М., Данилко В. К., Одінцов О. М. Методологія оцінки ефективності впливу чинників виробництва на економічне зростання в регіонах. *Вісник Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського*, 2020. Вип. 1 (120). 2020. С. 42-46.

34. Маслак О. І., Сокурєнко П. І., Збиранник О. М. Оцінювання інноваційного розвитку машинобудівних підприємств: комплексний підхід. *Економічний аналіз: зб. наук. праць*. Тернопільський національний економічний університет. 2016. № 2. С. 102–107.

35. Маслак О. І., Гришко Н. Є., Маслак М. В., Пирогов Д. Л. Information analytical provision in formation of innovational projects portfolio of enterprises in the context of safety-oriented management. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики*. 2020. №2 (33). С. 205-214 URL: <http://fkd.org.ua/article/view/206610/207496> (Web of Science) (дата звернення 31.07.2022).

36. Пирогов Д. Л., Данилко В. К., Бала В. В., Яковенко Я. Ю. Використання математичних методів при вивченні соціально-економічних процесів. *Ефективна економіка*. № 12. 2020. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/12_2020/87.pdf (дата звернення 31.07.2022)

37. Пирогов Д. Л., Караулова Ю. В., Пирогов Д. Л. Методика оцінки рівня конкурентоспроможності вагонобудівних підприємств. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки*. 2014. Вип. 7, част. 3. С. 86-89.

38. Решетілова Т. Б., Довгань С. М. Маркетингові дослідження: підручник : [Електронний ресурс]. М-во освіти і науки України, Нац. гірн. ун-т. Електрон. текст. дані. Дніпропетровськ : НГУ, 2015. 357 с. URL: <http://ir.nmu.org.ua/handle/123456789/146748> (дата звернення 31.07.2022).

39. Розвиток теорії та методології обліку і аналізу в умовах трансформації суспільної свідомості: монографія / І. В. Жиглей та ін.; Житомир. держ. технол. ун-т. Житомир : ЖДТУ, 2008. 328 с.

40. Таловєр В. А., Маслак О. І., Безручко О. О. Визначення перспектив розвитку інвестиційної діяльності в Полтавському регіоні з використанням кореляційно-регресійної моделі. *Інвестиції: практика та досвід*. 2016. № 13 (липень). С. 12–17.

41. Таловер В. А., Маслак О. І. Комплексна оцінка інвестиційної привабливості країни. *Економічний форум*. 2016. № 3. С. 51–59.

42. Тігарєва В. А., Станкевич І. В. Аналіз існуючих підходів та методів оцінювання бізнес-процесів підприємств та організацій. *Вісник Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського*. 2016. Вип. 3(1). С. 113-122. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vkdpu_2016_3\(1\)__18](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vkdpu_2016_3(1)__18) (дата звернення 31.07.2022).

43. Яремко З. М. Модель бізнес-аналітики підприємства в контексті стратегічного управління. *Інноваційна економіка*. 2013. № 3. С. 328-333 . URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/inek_2013_3_76 (дата звернення 31.07.2002).

Інформаційні ресурси

1. Законодавство України URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/index> (дата звернення 31.07.2002).

2. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 31.07.2002).

3. Річна фінансова звітність підприємств. Агентство з розвитку інфраструктури фондового ринку України. Офіційний сайт. URL: Режим доступу: [http:// www.smida.gov.ua/](http://www.smida.gov.ua/) (дата звернення 31.07.2002).

Методичні вказівки щодо практичних занять з навчальної дисципліни «Економічна аналітика» для студентів денної та заочної форм навчання зі спеціальності 072 – «Фінанси, банківська справа та страхування» освітньо-професійної програми «Фінанси, банківська справа та страхування» освітнього ступеня «Бакалавр»

Укладачі д. е. н., проф. О. І. Маслак, старщ. викл. С. В. Іщенко

Відповідальний за випуск к. е. н., доц. Н.Є. Гришко

Підп. до друк. _____ Формат 60 x 84 1/16. Папір тип. Друк ризографія.
Ум. друк. арк. _____. Наклад _____ прим. Зам. № _____. Безкоштовно.

Редакційно-видавничий відділ
Кременчуцького національного університету
імені Михайла Остроградського
вул. Першотравнева, 20, м. Кременчук, 39600