

Вінницький національний технічний університет
Факультет менеджменту та інформаційної безпеки
Кафедра менеджменту, маркетингу та економіки

Бакалаврська кваліфікаційна робота на тему:

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ПРИВАБЛИВІСТЮ
ПІДПРИЄМСТВА (НА ПРИКЛАДІ ПУБЛІЧНОГО АКЦІОНЕРНОГО
ТОВАРИСТВА «МОНФАРМ»)

Виконав: студент 4 курсу, групи ЕК-216
спеціальності 051 «Економіка»

(шифр і назва спеціальності)

ЧБ Чернюк Б. О.

Керівник:

к.е.н., доц., доцент кафедри ММЕ

Вітчук Вітчук А. В.

« 2 » червня 2025 р.

Рецензент:

к.е.н., доц., доцент кафедри ПЛМ

Шварц Шварц І.В.

« 3 » червня 2025 р.

Допущено до захисту
Зав. кафедри Карачина Карачина Н.П.
« 10 » червня 2025 р.

Вінниця ВНТУ – 2025 рік

Вінницький національний технічний університет
Факультет менеджменту та інформаційної безпеки
Кафедра менеджменту, маркетингу та економіки
Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)
Галузь знань – 05 Соціальні та поведінкові науки
Спеціальність – 051 – «Економіка»
Освітньо-професійна програма – Економіка

ЗАТВЕРДЖУЮ
завідувач кафедри ММЕ
д.е.н., професор Каранина Н.П.

«24» березня 2025 р.

ЗАВДАННЯ
НА БАКАЛАВРСЬКУ КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ
Чернюку Богдану Олеговичу

1. Тема роботи: Удосконалення управління інвестиційною привабливістю підприємства (на прикладі публічного акціонерного товариства «Монфарм»)
Керівник роботи: Вітюк Анна Валеріївна к.е.н., доцент

затверджені наказом ВНТУ від «20» березня 2025 року №97.

2. Строк подання студентом роботи: 5 червня 2024 р.

3. Вихідні дані до роботи: форма №1 «Баланс», форма №2 «Звіт про фінансові результати» (додаток В).

4. Зміст текстової частини: теоретико-методичні аспекти інвестиційної привабливості підприємства; аналізування управління інвестиційною привабливістю публічного акціонерного товариства «Монфарм»; напрями підвищення інвестиційної привабливості публічного акціонерного товариства «Монфарм»

5. Перелік ілюстративного матеріалу: таблиці: критичний аналіз дефініції поняття «інвестиційна привабливість підприємства», SLEPT-аналіз ПАТ «Монфарм», аналіз капіталу та ресурсів підприємства ПАТ «Монфарм», аналіз економічних та фінансових результатів діяльності підприємства ПАТ «Монфарм», аналіз показників рентабельності підприємства ПАТ «Монфарм», Аналіз витрат підприємства ПАТ «Монфарм», фактори впливу на інвестиційну привабливість ПАТ «Монфарм», рейтингова оцінка інвестиційної привабливості ПАТ «Монфарм»; рисунки фінансово-економічні перетворення системи управління розвитком інвестиційної привабливості підприємств, основні фінансові показники діяльності ПАТ «Монфарм», динаміка показників рентабельності ПАТ «Монфарм», потенційні способи вдосконалення інвестиційної привабливості підприємства

6. Консультанти розділів роботи:

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Спеціальна частина	Вітюк А.В. доцент кафедри ММЕ	<i>А.В. Вітюк</i>	<i>А.В. Вітюк</i>

7. Дата видачі завдання «24» березня 2025 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів бакалаврської дипломної роботи	Строк виконання етапів роботи	Прим.
1	Формування та затвердження теми бакалаврської дипломної роботи (БДР)	березень	
2	Виконання спеціальної частини БДР. Перший рубіжний контроль виконання БДР. (1-й розділ БДР)	березень-квітень	
3	Виконання спеціальної частини БДР. Другий рубіжний контроль виконання БДР. (2-й розділ БДР)	травень	
4	Виконання спеціальної частини БДР. Третій рубіжний контроль виконання БДР. (3-й розділ БДР)	травень-червень	
5	Нормоконтроль БДР. Попередній захист БДР	1-а декада червня	
6	Рецензування БДР	2-а декада червня	
7	Захист БДР	2,3-я декада червня (за графіком)	

Студент

Чу Б
(підпис)

Чернюк Б. О.

Керівник роботи

А.В. Вітюк
(підпис)

Вітюк А. В.

АНОТАЦІЯ

Бакалаврська кваліфікаційна робота складається з 98 сторінок формату А4, на яких є 16 рисунків, 24 таблиці, список використаних джерел містить 53 найменування.

Метою бакалаврської кваліфікаційної роботи є вивчення сутності, методичних засад та управління інвестиційною привабливістю підприємства, а також розробка заходів щодо удосконалення управління інвестиційною привабливістю підприємства.

В першому розділі розкрито теоретико-методичні аспекти інвестиційної привабливості підприємства: досліджено економічні інвестиційної привабливості підприємства; виявлено окремі напрями управління інвестиційною привабливістю підприємства та методичні аспекти оцінювання інвестиційної привабливості підприємства. В другому розділі проведено оцінювання фінансово-економічної діяльності та надано загальну організаційно-економічну характеристику ПАТ «Монфарм», здійснено аналізування основних фінансово-економічних показників діяльності ПАТ «Монфарм та оцінено інвестиційну привабливість публічного акціонерного товариства «Монфарм» В третьому розділі розроблено напрями підвищення інвестиційної привабливості ПАТ «Монфарм».

Ключові слова: інвестиційна привабливість, підприємство, рентабельність, підприємство, удосконалення

ABSTRACT

The bachelor's qualification work consists of 98 pages in A4 format, which include 16 figures, 24 tables, a list of selected items containing 53 names.

The purpose of the bachelor's thesis is to study the essence, methodological principles and management of the investment attractiveness of the enterprise, as well as to develop measures to improve the management of the investment attractiveness of the enterprise.

The first section reveals the theoretical and methodological aspects of the investment attractiveness of the enterprise: the economic investment attractiveness of the enterprise is investigated; individual areas of management of the investment attractiveness of the enterprise and methodological aspects of assessing the investment attractiveness of the enterprise are identified. In the second section, an assessment of financial and economic activities is carried out and a general organizational and economic characteristic of PJSC "Monpharm" is provided, the main financial and economic indicators of the activities of PJSC "Monpharm" are analyzed and the investment attractiveness of the public joint-stock company "Monpharm" is assessed. In the third section, directions for increasing the investment attractiveness of PJSC "Monpharm" are developed.

Keywords: investment attractiveness, enterprise, profitability, enterprise, improvement

ЗМІСТ

ВСТУП	4
1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	7
1.1 Економічна сутність інвестиційної привабливості підприємства	7
1.2 Управління інвестиційною привабливістю підприємства	17
1.3 Методичні аспекти оцінювання інвестиційної привабливості підприємства	25
2 АНАЛІЗУВАННЯ УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ПРИВАБЛИВІСТЮ ПУБЛІЧНОГО АКЦІОНЕРНОГО ТОВАРИСТВА «МОНФАРМ»	36
2.1 Загальна організаційно-економічна характеристика публічного акціонерного товариства «Монфарм»	36
2.2 Аналізування основних фінансово-економічних показників діяльності публічного акціонерного товариства «Монфарм»	44
2.3 Оцінювання інвестиційної привабливості публічного акціонерного товариства «Монфарм»	57
3 НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПУБЛІЧНОГО АКЦІОНЕРНОГО ТОВАРИСТВА «МОНФАРМ»	68
3.1 Обґрунтування шляхів підвищення інвестиційної привабливості підприємства публічного акціонерного товариства «Монфарм»	68
3.2 Розробка механізму вдосконалення інвестиційної привабливості публічного акціонерного товариства «Монфарм» та його економічне обґрунтування	80
ВИСНОВКИ	95
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	100
ДОДАТКИ	101

ДОДАТОК А (обов'язковий). Протокол перевірки кваліфікаційної роботи	102
ДОДАТОК Б (обов'язковий). Фінансова звітність підприємства ПАТ «Монфарм» за 2022-2023 роки	102
ДОДАТОК В (обов'язковий). Ілюстративний матеріал	113

ВСТУП

Актуальність теми. Відповідно до нинішнього розвитку української економіки та зміни її структур, форм, ринкового регулювання та самих підприємств, здійснення вчасного, повного інвестування є особливо важливим. Важливою передумовою його прискорення і забезпечення на цій основі сталого й конкурентоспроможного функціонування і розвитку підприємств є достатність інвестиційних ресурсів та можливість їх залучення з урахуванням інвестиційної привабливості підприємств. Щоб підприємство було конкурентоспроможним та успішним його потрібно стимулювати свій інвестиційний процес.

Оскільки інвестиційні потреби та інтереси вкладників часто перебувають у конфлікті через бажання отримати значний прибуток при мінімальних витратах, важливо дослідити взаємозв'язок між інвестиційною привабливістю та потенційними інвесторами. Цей зв'язок розкриває внутрішні механізми інвестиційної діяльності, яка є двигуном розвитку виробництва. Крім того, інвестиційна привабливість формує загальну оцінку переваг і недоліків інвестування в конкретні напрямки та об'єкти з точки зору кожного окремого інвестора.

Інвестиційна привабливість відіграє важливу роль у каталізації розвитку підприємства оскільки дозволяє забезпечувати надходження інвестиційних ресурсів чим створювати умови для оновлення устаткування, придбання нового програмного забезпечення, підвищення професійних навичок працівників, що є вкрай необхідним для кожного підприємства. Відтак, формування інвестиційної привабливості, як джерела залучення зовнішнього інвестора є вкрай актуальним питанням.

Велику увагу питанням розвитку інвестиційної привабливості підприємств у своїй роботі приділяли такі відомі науковці як, Гаврилишин Б. Д., Мочерний С. В., Устенко О. А., Бланк І. О., В. Л. Іванов, Лоза С. В., Майорова Т. В. та ін. Глибокий аналіз зазначених поглядів, дозволив зробити висновок про те, що досі не

сформовано однозначного пояснення сутності категорії «інвестиційної привабливості підприємства» та особливостей управління нею підприємствами.

Мета та завдання роботи. Метою бакалаврської кваліфікаційної роботи є вивчення сутності, методичних засад та управління інвестиційною привабливістю підприємства, а також розробка заходів щодо удосконалення управління інвестиційною привабливістю підприємства.

Основними завданнями бакалаврської кваліфікаційної роботи є такі:

- розглянути поняття інвестиційної привабливості підприємства;
- провести дослідження особливостей управління інвестиційною привабливістю підприємства;
- розкрити методичні засади оцінювання інвестиційної привабливості підприємства;
- здійснити організаційно-економічну характеристику приватного акціонерного товариства «Монфарм»;
- провести аналізування динаміки основних економічних показників діяльності ПрАТ «Вінницький дослідний завод»;
- оцінити інвестиційну привабливість приватного акціонерного товариства «Монфарм»;
- обґрунтувати шляхи підвищення інвестиційної привабливості підприємства приватного акціонерного товариства «Монфарм»;
- розробити механізм вдосконалення інвестиційної привабливості приватного акціонерного товариства «Монфарм» та здійснити його економічне обґрунтування.

Об'єкт і предмет дослідження. Об'єкт дослідження – процес формування інвестиційної привабливості на приватному акціонерному товаристві «Монфарм».

Предмет дослідження – теоретико-методичні та прикладні аспекти управління інвестиційною привабливістю на приватному акціонерному товаристві «Монфарм».

Методи дослідження. Для досягнення поставленої мети у роботі були використані методи: теоретичного узагальнення, аналізу і синтезу - для дослідження загальних понять інвестиційної привабливості підприємства, теоретичних засад її оцінювання; емпіричні - для визначення поняття «інвестиційна привабливість підприємства»; системного і комплексного підходу - для обґрунтування теоретичних та методологічних підходів до проведення економічного дослідження стану підприємства; статистичного аналізу - для оцінювання інвестиційної привабливості підприємства; статистичні та графічні - для аналізу стану і тенденцій динаміки результатів діяльності підприємства.

Практичне значення одержаних результатів. Практична важливість зумовлена досягнутими результатами кваліфікаційної роботи та ряду запропонованих заходів на досліджуваному підприємстві на етапі формування заходів підвищення інвестиційної привабливості приватного акціонерного товариства «Монфарм».

Апробація результатів бакалаврської кваліфікаційної роботи здійснювалася на Міжнародній науково-практичній інтернет-конференції «Молодь в науці: дослідження, проблеми, перспективи». URL: <https://conferences.vntu.edu.ua/index.php/mn/mn2025/paper/view/25170/20806>

1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

1.1 Економічна сутність інвестиційної привабливості підприємства

У сучасних умовах інвестиції є важливою складовою економічного розвитку кожного підприємства та економіки загалом. Здійснення інвестицій формує можливості для техніко-технологічного розвитку сучасних підприємств, активного розвитку господарських процесів та підвищення показників економічної діяльності в країні тощо. Гарантування стійкого розвитку країни вимагає постійного оновлення засобів виробництва, застосування передових технологічних рішень та виробничого устаткування. Здійснити такі заходи можливо виключно на основі високої інвестиційної привабливості вітчизняних підприємств. Відтак, початковим етапом формування інвестиційної привабливості підприємства є більш детальне визначення сутності даного поняття та класифікації факторів впливу.

Визначення інвестиційної привабливості окремого підприємства як потенційного об'єкта інвестування здійснюється інвесторами в процесі визначення доцільності капітальних вкладень, вибору в придбанні альтернативних об'єктів і купівлі акцій окремих підприємств.

Вперше категорію інвестиційної привабливості об'єкта (країни, регіону, галузі, підприємства) було використано на території колишнього СРСР у 80—90-х роках ХХ ст. Воно було запропоноване вченими Н.А. і В.А. Русаками в роботі "Інвестиції на підприємстві". Під інвестиційною привабливістю об'єкта вони розуміли доцільність вкладень в нього вільних грошових засобів [1].

На території вже незалежної України, поняття інвестиційна привабливість підприємства, вперше було сформульоване та законодавчо закріплено наказом №22 від 23.02.1998 року Агентством з питань банкрутства в "Методиці інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємства та організації" [2]. Відповідно до неї, "Інвестиційна привабливість підприємства — це рівень задоволення фінансових, виробничих, організаційних та інших вимог чи інтересів інвестора

щодо конкретного підприємства, яке може визначатися чи оцінюватися значеннями відповідних показників, у тому числі інтегральної оцінки".

Сьогоднішня наукова та ділова література має багато підходів до визначення справжньої природи інвестиційної привабливості, її аналіз дає можливість сформулювати два основні підходи для інтерпретації сутності інвестиційної привабливості та механізму управління нею:

1. Перший підхід — це пояснення інвестиційної привабливості як інтегральної характеристики окремих підприємств з певними особливостями;

2. Другий підхід — це низка особливих характеристик підприємства. І.О. Бланк, пояснює сутність інвестиційної привабливості підприємства через її інтегральний характер звертаючи увагу на потенційні можливості та перспективи розвитку підприємства в майбутньому опираючись на наявні тенденції реалізації продукції, ефективності використання фінансових ресурсів та основних засобів підприємства [3]. Важливість цих факторів також підтримується В. Л. Івановим [4], який в трактуванні інвестиційної привабливості підприємства також наголошує на важливості ефективного використання активів підприємством.

Подібних до І. О. Бланка висновків щодо трактування інвестиційної привабливості притримується і С. П. Лоза, науковець визначає інвестиційну привабливість як об'єднувальну характеристику підприємства, що включає результати реалізації продукції, ефективного використання активів, ліквідності активів, стану платоспроможності і фінансового стану [5].

Т. В. Майорова значно посилює та наповнює поняття, визначаючи інвестиційну привабливість як інтегральну характеристику з точки зору наявного фінансового стану, можливостей розвитку техніко-економічного та організаційного рівня виробництва, соціальної безпеки та інформаційної забезпеченості [6].

Досить широко трактує інвестиційну привабливість підприємства О. В. Стащук: "це унікальний показник діяльності підприємства, що відображає економічну та соціальну доцільність вкладення ресурсів, підвищення ефективності вже використовуваних інвестиційних ресурсів задля забезпечення потреб розвитку підприємства, що передбачає гармонізацію інтересів та можливостей власника

інвестиційних ресурсів та потенційного реципієнта для забезпечення досягнення цілей для кожного з них при наявному рівні доходності та ризику інвестицій" [7].

Інші автори такі, як: В. П. Савчук, С. І. Прилипко, Є. Г. Величко визначають інвестиційну привабливість підприємства як сукупність характеристик його фінансово-господарської та управлінської діяльності, перспектив розвитку та можливості залучення інвестиційних ресурсів [8].

Дещо по-іншому трактує інвестиційну привабливість А.І. Черваньов, а саме інвестиційна привабливість підприємства характеризується сукупністю показників його фінансово-економічного стану, на основі аналізу яких потенційний інвестор може прийняти управлінське рішення щодо доцільності вкладення вільних засобів у розвиток цього підприємства без значного ризику їх втрати або неотримання очікуваного доходу на інвестований капітал [9].

Дещо іншу думку мають В.С.Михайлов, О.В. Крехівський та Т.О. Харламова. Вони вважають, що інвестиційна привабливість підприємства — це важлива характеристика не лише для внутрішнього інвестора (резидента), а й для зовнішнього (нерезидента), який має певні інтереси та плани щодо вкладення прямих чи портфельних інвестицій в українські підприємства, тобто мова йде не лише про реальні інвестиції, але й про фінансові інвестиції [10].

В.А. Соболев та І.В. Кошилев визначають інвестиційну привабливість, як загальну характеристику виробництва, що може забезпечити найефективнішу реалізацію інвестиційної стратегії інвестора [11].

На противагу їм, О.П. Коюда розглядає інвестиційну привабливість з позиції перспективного розвитку підприємства та можливості залучення інвестиційних ресурсів. Тобто, розглядається можливість розвитку підприємства без залучення стратегічного інвестора і за рахунок залучення кредитних ресурсів. Цікавою є думка Н.С. Краснокутської, яка визначає інвестиційну привабливість підприємства як сукупність економіко-психологічних характеристик його діяльності, які задовольняють вимоги інвестора [12]. Тобто, пов'язує інвестиційну привабливість з психологічним кліматом, рівнем корпоративної культури підприємства, рівнем розвитку управлінських якостей менеджменту тощо.

І. Дмитрієв стверджує, що інвестиційна привабливість підприємства — це сукупність показників фінансово-економічного стану підприємства, на основі

аналізу яких потенційний інвестор може прийняти управлінське рішення щодо доцільності вкладення вільних засобів у розвиток цього підприємства без значного ризику їх втрати або неотримання очікуваного доходу на інвестований капітал [13].

Науковці П. Коренюк та О. Левандівський вбачають в інвестиційній привабливості підприємства модель кількісних і якісних показників – оцінок зовнішнього середовища (політичного, економічного, соціального, правового) і внутрішнього – позиціонування об’єкта в зовнішньому середовищі, оцінка його економічного, фінансового, технічного, кадрового потенціалу, що дає можливість варіювати кінцевий результат [14].

У своїх працях Г. Лещук зазначав, що інвестиційна привабливість підприємства як предмет інвестування є вагомим показником, який треба визначати як інтегральні характеристики щодо поточної ситуації, можливостей майбутнього розвитку, обсягів та дивідендних перспектив, ліквідності, прибутковості, платоспроможності, фінансової стабільності, ділової активності. Цей показник об’єднує дані про рівень очікуваної прибутковості, ризику та рентабельність поточних інвестицій [15].

Розуміючи таку широку спрямованість наукового пошуку сутності категорії «інвестиційна привабливість» вважаємо, що найбільшого результату можна досягти виокремивши найбільш ґрунтовні позиції із виокремленням їх основного акценту (табл. 1.1).

Таблиця 1.1 – Критичний аналіз дефініції поняття «інвестиційна привабливість підприємства»

Науковець 1	Сутність 2	Основний акцент 3
О.П. Коюда [16]	Інвестиційна привабливість підприємства – це узагальнена характеристика, що віддзеркалює можливість підприємства грамотно використати свій потенціал розвитку та привабити інвестиційні ресурси шляхом умілого використання економічних, соціальних, організаційних та психологічних факторів.	Запропоноване бачення є вкрай широким і поєднує різні сторони інвестиційної привабливості. Втім, це визначення може бути занадто загальним для практичного застосування, оскільки інтеграція всіх цих чинників може бути складною і потребувати додаткових уточнень щодо конкретних критеріїв

Продовження табл. 1.1

1	2	3
А.М. Кулик , О.В. Корецька [17]	Інвестиційна привабливість – багатогарова інтегрована характеристика, яка охоплює економічні, фінансові, виробничі та організаційні напрями роботи підприємства, відповідно до вимог потенційних інвесторів	Визначення гарно віддзеркалює багатоаспектність інвестиційної привабливості, включаючи пріоритетні напрями діяльності підприємства. Але воно може недостатньо звертати увагу на зовнішні чинники, такі як економічна ситуація або політичне середовище, що можуть значно впливати на інвестиційну привабливість
О.І. Дума [18]	Інвестиційна привабливість – це поєднання якісних і кількісних показників діяльності суб'єкта господарювання, що в комплексі формують цінність підприємства, визначають можливості розвитку, та забезпечують приплив інвестицій	Визначення враховує як кількісні, так і якісні характеристики, що дає змогу комплексно оцінити підприємство. Проте, вибір показників може бути суб'єктивним і залежати від інтересів інвестора, що може ускладнити стандартизацію оцінки
Л.О. Чорна, В.С. Андрієць [19]	Інвестиційна привабливість – це унікальний показник, що відображає поєднання економічних (інвестиції) та психологічних (привабливість) особливостей роботи підприємства задля забезпечення досягнення інтересів інвесторів та власників підприємства при певному рівні ризику	Визначення включає економічні та психологічні аспекти, що може забезпечити більш ґрунтовне розуміння сутності привабливості. Однак, психологічні характеристики складно виміряти та інтегрувати в оцінку, що може ускладнювати практичне використання
Я.Є. Задорожна, Л.П.Дядечко [20]	Інвестиційна привабливість – це сукупність різних чинників, що змінюються в залежності від цілей інвесторів , особливостей виробничої та технічної роботи підприємства, а також його економічного розвитку	Трактування загострює увагу на адаптації до приватних цілей інвесторів та особливостей підприємства. Втім, така пояснення може бути занадто загальним і не враховувати всі можливі змінні чинники, що впливають на інвестиційну привабливість
Ткачук І.І., Спіцина Ю.Г [21]	Інвестиційна привабливість – це набір виробничих і фінансових умов, що включають кількісні та якісні показники, які характеризують потенційні можливості та економічні переваги об'єкта порівняно з іншими варіантами для інвестування	Думка охоплює виробничі та фінансові умови, що дозволяє оцінити потенційні можливості. Втім, воно не вказує на всі зовнішні економічні чинники та ринкові умови, які також можуть вплинути на привабливість об'єкта для інвестування
К.М. Крамаренко [22]	Інвестиційна привабливість визначається сукупністю чинників, що можуть змінюватися в залежності	Визначення враховує індивідуальні вимоги інвестора і зовнішні чинники що дає змогу краще відповідати потребам інвесторів. Проте, оцінка всіх можливих чинників може бути складною

Продовження табл. 1.1

1	2	3
О.В. Носова [23]	Інвестиційна привабливість підприємства визначається здатність генерувати стабільні фінансові результати та забезпечувати перспективи зростання, а також рівнем ризиків	Визначення акцентує на фінансових результатах і потенціалі зростання. Це важливо для інвесторів, але може недостатньо враховувати нематеріальні активи та зовнішні економічні умови
Методика інтегральної оцінки [24]	Інвестиційна діяльність визначається рівнем задоволення фінансових, організаційних, виробничих та інших вимог інвестора, що може оцінюватися значеннями відповідних показників, зокрема інтегральної оцінки	Визначення забезпечує комплексний підхід до оцінки інвестиційної привабливості, що дозволяє врахувати різноманітні чинники. Такому визначенню бракує конкретності та чіткості, що суттєво погіршує шанси його використання практиками

Найбільш детальне та аргументоване визначення поняття «інвестиційної привабливості підприємства» запропонував Бланк І.О. Він охарактеризував її як сукупне поняття сформоване на основі фінансових показників, зокрема таких як фінансова стійкість, прибутковість, ліквідність активів та оборотність активів. Бланк наголосив, що інвестиційна привабливість підприємства є інтегральною характеристикою, яка відображає його потенціал як об'єкта майбутнього інвестування. Вона враховує перспективи розвитку (зокрема, зростання обсягів продажів і конкурентоспроможності продукції), ефективність використання ресурсів та активів, їхню ліквідність, стан платоспроможності та фінансової стійкості, а також низку суб'єктивних факторів. До останніх належать професійні здібності керівництва, галузева чи регіональна спеціалізація підприємства, етап життєвого циклу та добропорядність у ділових відносинах.

Таким чином, можна зробити висновок, що інвестиційна привабливість підприємства є сукупністю характеристик, які визначають його фінансово-господарський стан, потенціал розвитку та здатність залучати інвестиції. Її оцінка виступає інтегральним показником внутрішнього середовища підприємства.

Загалом аспекти інвестиційної привабливості підприємства охоплюють визначення ключових параметрів, основні з яких представлені у вигляді відповідної схеми на рис. 1.1.



Рисунок 1.1 – Інвестиційна привабливість підприємства в розрізі її параметрів

Під час дослідження інвестиційної привабливості підприємства важливе місце належить розгляду факторів, що на неї впливають. Різні автори виділяють різні фактори впливу на рівень інвестиційної привабливості підприємства. Досить ґрунтовним є підхід авторів Шпортко Г. Ю., Козенкова Н. П., Козенкова В. Д. [27], які у своїй праці розглядають сукупність кількісних і якісних факторів інвестиційної привабливості підприємства. Узагальнимо їх на рис. 1.2.

Важливим фактором інвестиційної привабливості є ступінь гарантованості, надійності та своєчасності досягнення цілей інвестора, основними з яких виступають: отримання прибутку у довгостроковій перспективі; отримання контролю над підприємством (наприклад, постачальником ресурсів); отримання спекулятивного прибутку (за рахунок швидкої зміни курсу цінних паперів підприємства). Інвестиційна привабливість окремого підприємства повинна включати:

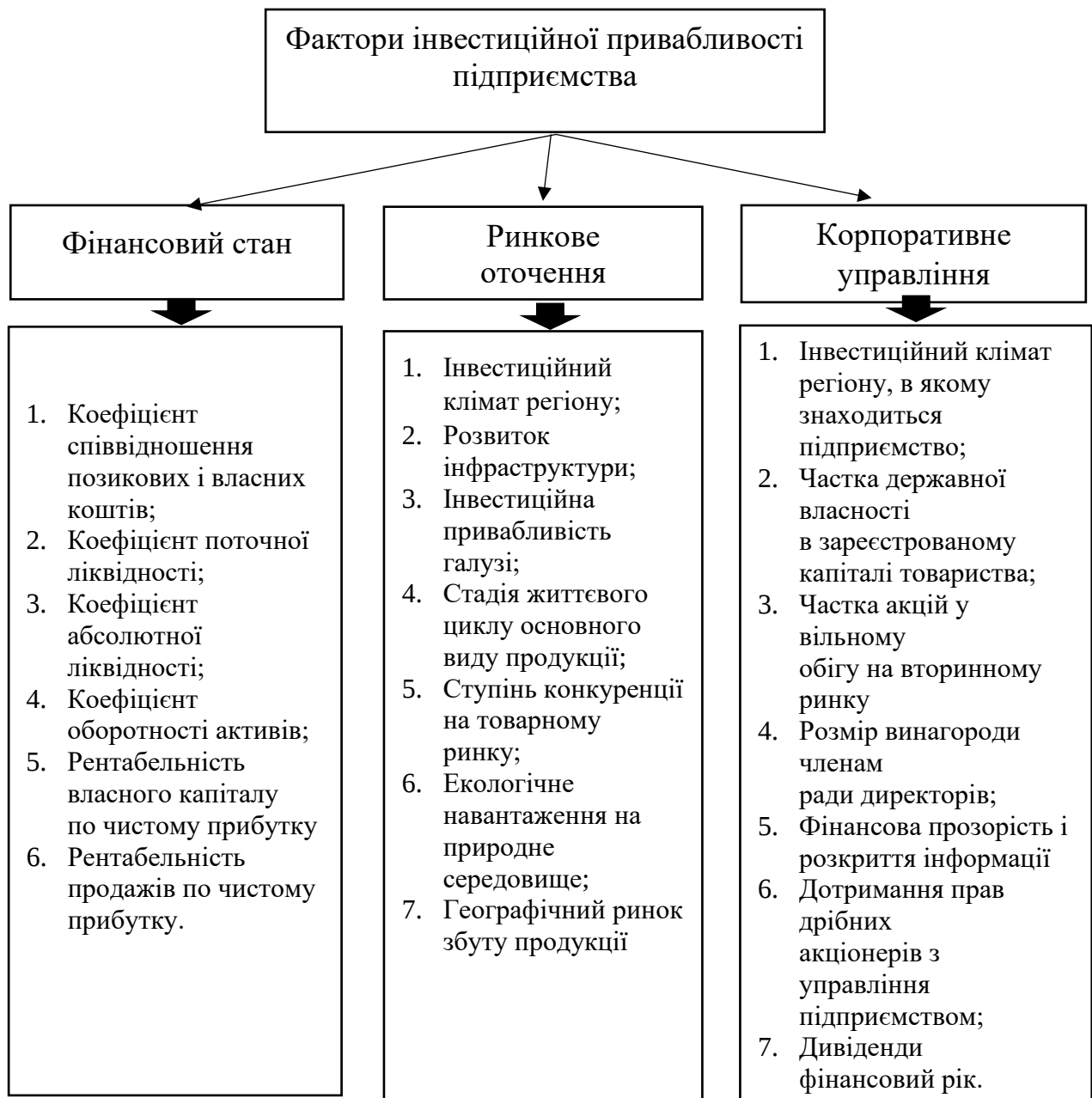


Рисунок 1.2 – Фактори інвестиційної привабливості підприємства

1. загальну характеристику підприємства;
2. опис технічної бази підприємства;
3. асортимент продукції, що виготовляється;
4. виробничу потужність, аналіз рівня її використання та оцінка можливостей для розширення;
5. позицію підприємства в галузі та на ринку, рівень монопольності та концентрації продукції на ринку.

6. оцінку системи управління та її відповідність сучасним умовам господарювання;
7. статутний фонд, власники підприємства, вартість акцій, переваги та недоліки існуючої організаційно-правової форми, а також доцільність її зміни;
8. структуру витрат на виробництво, рівень капіталоємності та ресурсоємності продукції, а також можливості зниження витрат на одиницю продукції;
9. обсяг прибутку, напрямки його використання та рівень самофінансування діяльності.

Отже, інвестиційна привабливість підприємства визначається комплексом різноманітних факторів, перелік і вага яких може змінюватись в залежності від: цілей інвесторів; виробничо-технічних особливостей підприємства, у яке інвестуються кошти; економічного розвитку підприємства у теперішньому часі, у минулому, а також очікуваних темпів зростання; комплексом зовнішніх факторів, зокрема діючим законодавством, екологічною ситуацією, рівнем конкуренції [28].

Визначивши фактори, що впливають на формування інвестиційної привабливості доцільно звернути увагу на внутрішні та зовнішні чинники, що визначають інвестиційну привабливість суб'єкта господарювання (табл. 1.3).

Таблиця 1.3 – Чинники впливу на інвестиційну привабливість підприємства [29]

Прямого впливу (внутрішні)	Чинники непрямого впливу (зовнішні)
1	2
1. Фіскальні стимули передбачають зменшення або усунення окремих для інвесторів, які інвестують активи в певні галузі або регіони; на придбання устаткування, машин та інших капітальних активів; надання грантів та субсидій для покриття окремих витрат на реалізацію інвестиційних проектів	1. Географічний чинник – оцінювання розташування суб'єкта господарювання відносно основних комунікацій, шляхів сполучення, віддаленість від місць розташування сировини, оцінка стану працевлаштування в регіоні на роботу підприємства

Продовження табл. 1.3

1	2
2. Трудовий чинник визначає аналіз стану та умов оплати праці, дослідження структури, професійно-кваліфікаційного складу колективу підприємства, продуктивність праці та можливості її підвищення тощо;	2. Політичні фактори стосуються стабільності політичного середовища та надійності правової системи, частоти змін уряду, довіри до влади, кількості та тяжкості політичних скандалів.
3. Інноваційний чинник визначає число інновацій використовуваних в цілому на підприємстві в галузі техніки та технологій, організації виробничих процесів, продукції, управлінні тощо;	3. Правові чинники – оцінка доцільності інвестування відповідно до існуючих правил оподаткування, вільних економічних зон, наявності або можливості отримання податкових пільг, здійснювана державою амортизаційна політика, умови отримання державного фінансування або кредитів тощо
4. Комерційний чинник ґрунтується на дослідженні існуючої та потенційної місткості ринку, дозволяє оцінити та спрогнозувати обсяги діяльності в майбутньому та потреби в інвестиційних ресурсах;	4. Екологічні чинники – оцінка відповідності законодавчих та нормативних актів, санітарно-гігієнічним нормам з метою зниження негативного впливу на навколишнє середовище через викиди відходів виробництва;
5. Фінансово-аналітичний чинник допомагає дослідити стан ліквідності, фінансової стійкості, рентабельності та ділової активності господарюючого суб'єкта;	5. Грошово-кредитні чинники – аналіз рівня інфляції, стабільності банківської системи та національної валюти, механізмів експортно-імпортних операцій, фінансової стійкості держави;
6. Чинник конкурентоспроможності відображає здатність підприємства успішно функціонувати, виготовляти затребувану на ринку продукцію та утримувати конкурентні позиції на ринку;	6. Демографічні чинники – визначають рівень та якість робочої сили
7. Споживчий чинник - оцінка цінності продукції підприємства для споживачів, яка ґрунтується на її якості та конкурентоспроможності.	7. Чинник взаємодії інвестора з державою – оцінка зручності ведення бізнесу, для прикладу процедури реєстрації, отримання ліцензій та інші адміністративні процеси

Таким чином, сутність інвестиційної привабливості також проявляється у її факторах впливу, що носять комплексний характер та визначають здатність підприємства ефективно залучати інвестиційні ресурси для розвитку та модернізації господарських процесів. Зазначений комплексний характер проявляється у поєднанні економічних, фінансових, виробничих і організаційних чинників, а також враховує зовнішні економічні та політичні умови. Такий підхід дає змогу не лише оцінювати кількісні показники, а й звертати увагу на якісні аспекти, які впливають на довгострокову стратегію розвитку та конкурентоспроможність підприємства.

1.2 Управління інвестиційною привабливістю підприємства

Управління інвестиційною привабливістю на теперішньому етапі розвитку підприємств можна вважати ключовим фактором результативної роботи підприємства, що дозволяє підприємству досягти інвестиційного розвитку та утримувати й примножувати свою конкурентоспроможність. Управління інвестиційною привабливістю підприємства є тривалим процесом сфокусованої роботи менеджменту підприємства у напрямі вдосконалення фінансових, економічних та інших відносин, що виникають у процесі забезпечення ефективного розвитку підприємства, і задоволення вимог потенційних інвесторів [30].

Управління інвестиційної привабливістю підприємства орієнтується на:

1. забезпечення виготовлення конкурентоспроможної продукції і підвищення її якості;
2. перебудови структури виробництва;
3. формування розосереджених джерел постачання сировини підприємству;
4. розв'язання соціальних проблем;
5. модернізацію основних засобів підприємства;
6. нарощення технологічного рівня праці і виробництва та ін. [31]

На думку Т.П. Левченка, управління інвестиційною привабливістю повинне мати на увазі розробку заходів, направлених на досягнення необхідного обсягу

інвестицій, що передбачає визначення структури інвестиційної привабливості і заходів по її підвищенню і регулюванню. Управління інвестиційною привабливістю організації, відповідно передбачає:

- управління економічною ефективністю функціонування організації;
- управління її фінансово-економічною діяльністю;
- управління якістю і конкурентоспроможністю продукції [32].

Отже, управління інвестиційною привабливістю підприємства являє собою процес, у якому керівництво цілеспрямовано впливає на систему фінансових, економічних та інших відносин, що виникають у рамках забезпечення ефективного розвитку підприємства та задоволення очікувань потенційних інвесторів [33]. Основна мета цього процесу – досягнення високого рівня інвестиційної привабливості підприємства. Відповідно до основних завдань і напрямків діяльності щодо підвищення інвестиційної привабливості, можна виокремити ключові функції управління цим процесом:

1. Планування: передбачає розробку та обґрунтування цілей і завдань для визначених виконавців (функціональних підрозділів підприємства), координацію їх діяльності та виділення необхідних ресурсів;

2. Організація: стосується створення організаційної системи (структури), яка формує оптимальні умови для взаємодії менеджменту та виконавців у досягненні поставлених цілей. Очолювати таку структуру може директор підприємства або заступник із питань інвестицій (фінансовий директор);

3. Мотивація: включає розробку та впровадження систем стимулів, що сприятимуть залученню виконавців і менеджерів до досягнення завдань з управління інвестиційною привабливістю;

4. Оцінка і контроль: передбачає аналіз поточного стану інвестиційної привабливості, оцінку її складових та перевірку їх відповідності встановленим плановим показникам;

5. Регулювання: включає прийняття управлінських рішень, спрямованих на усунення виявлених недоліків у системі, через які фактичні показники відхиляються від запланованих;

6. Аналіз: здійснення комплексу розрахунків і висновків, спрямованих на з'ясування причин розбіжностей між фактичними та плановими показниками, а також розробка рекомендацій для корекції управлінських дій;

7. Координація: формує впорядкованість роботи всіх елементів системи управління інвестиційною привабливістю через встановлення раціональних зв'язків та обмін інформацією між ними [34].

Чітке і послідовне виконання перерахованих функцій у рамках здійснення управлінського циклу дозволить забезпечити безперервність і ефективність процесу управління. Критерієм останньої є здатність системи управління досягати поставлених цілей щодо забезпечення інвестиційної привабливості підприємства.

Для збільшення розуміння сутності процесу управління інвестиційною привабливістю суб'єкта господарювання її можна відобразити графічно (рис. 1.3).

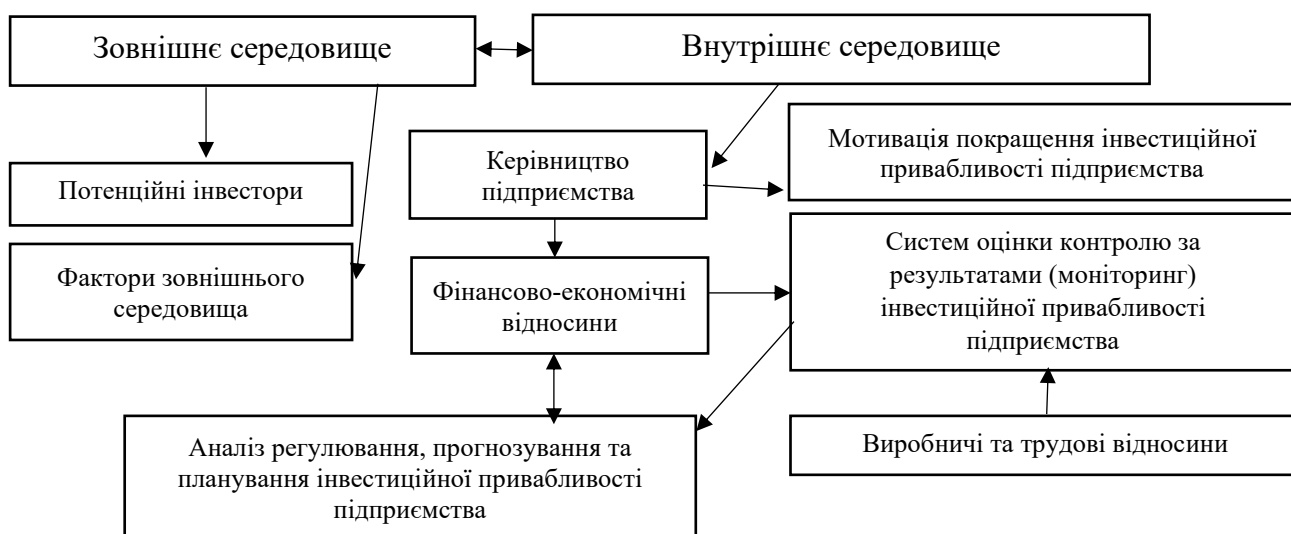


Рисунок 1.3 – Процес управління інвестиційною привабливістю підприємства [35]

Процес управління інвестиційною привабливістю підприємства українські економісти та науковці розглядають як:

1. Організовану послідовність дій і методів управління;
2. Комплекс етапів, стадій, відповідних процедур і інструментів;

3. Суму інституційних та організаційних структур, а також сукупність форм та методів, що ними застосовуються;

4. Послідовне використання різноманітних способів впливу на ринкову вартість підприємства.

Управління інвестиційною привабливістю підприємства реалізується через певну послідовність дій, основні етапи якої сучасна література поділяє на три основні групи:

1. Інформаційний етап. Він передбачає створення інформаційної бази і системи показників для оцінки інвестиційної привабливості підприємства, визначення ключових факторів, а також оцінку резервів для підвищення цієї привабливості.

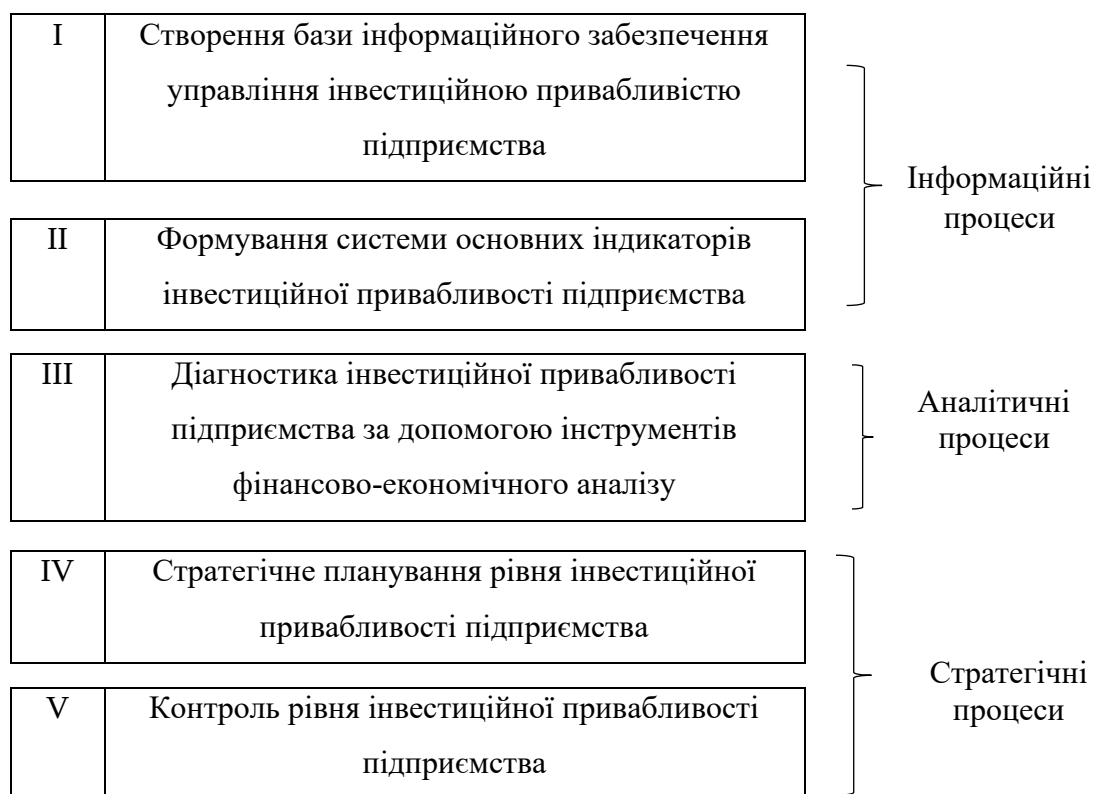


Рисунок 1.4 – Етапи процесу управління інвестиційною привабливістю підприємства

2. Аналітичний етап. На цій стадії здійснюється аналіз фінансово-економічного стану підприємства, визначення критеріїв інвестиційної

привабливості, планування відповідних показників, розробка системи оцінки та контролю інвестиційних ризиків.

3. Стратегічний етап. Він включає формулювання місії та цілей підприємства, аналіз зовнішнього середовища і внутрішніх ресурсів, виявлення загроз і можливостей, вибір стратегічних напрямів розвитку, оцінку та імплементацію вибраної стратегії з подальшим моніторингом і коригуванням.

Для більш детального уявлення, ці етапи можна представити у вигляді структурованої схеми (рис. 1.4).

Інвестиційна привабливість як об'єкт управління є особливо цікавим явищем, яке вимагає комплексного підходу із застосуванням системи інструментів, алгоритмів та процедур.

Система заходів, спрямованих на розвиток підприємства, виконує подвійну функцію: формує інвестиційну привабливість і базується на тому, що підприємство вже пройшло підготовчі етапи та досягло певного рівня привабливості для інвесторів. Основним результатом цих заходів є розширення масштабів господарської діяльності.

Здійснення процедур щодо перетворення вхідних параметрів системи управління інвестиційною привабливістю дозволяє отримати такі результати: зменшення витрат, створення умов для подальшого зростання, формування сприятливого середовища для залучення інвестицій, максимізація грошових потоків на вкладений капітал. Це забезпечує ефективний розвиток підприємства і задоволення вимог всіх зацікавлених сторін.

Покращення інвестиційної привабливості господарських підприємств потребує комплексного управлінського впливу на її ключові характеристики з метою створення додаткових конкурентних переваг. Це допоможе ефективно конкурувати з іншими підприємствами у боротьбі за інвестиційні ресурси.

Джерелами вказаних конкурентних переваг виступають системні фінансово-економічні трансформації. Реалізація таких трансформацій базується на систематичному пошуку резервів і можливостей, спрямованих на посилення

здатності господарської системи підприємства ефективно генерувати грошові потоки на вкладений капітал.

На рисунку 1.5 наведено схему фінансово-економічної трансформації системи управління розвитком інвестиційної привабливості господарських підприємств. Ця схема включає комплекс факторів і процедур, які забезпечують кінцеву мету — підвищення інвестиційної привабливості підприємства для потенційних інвесторів.

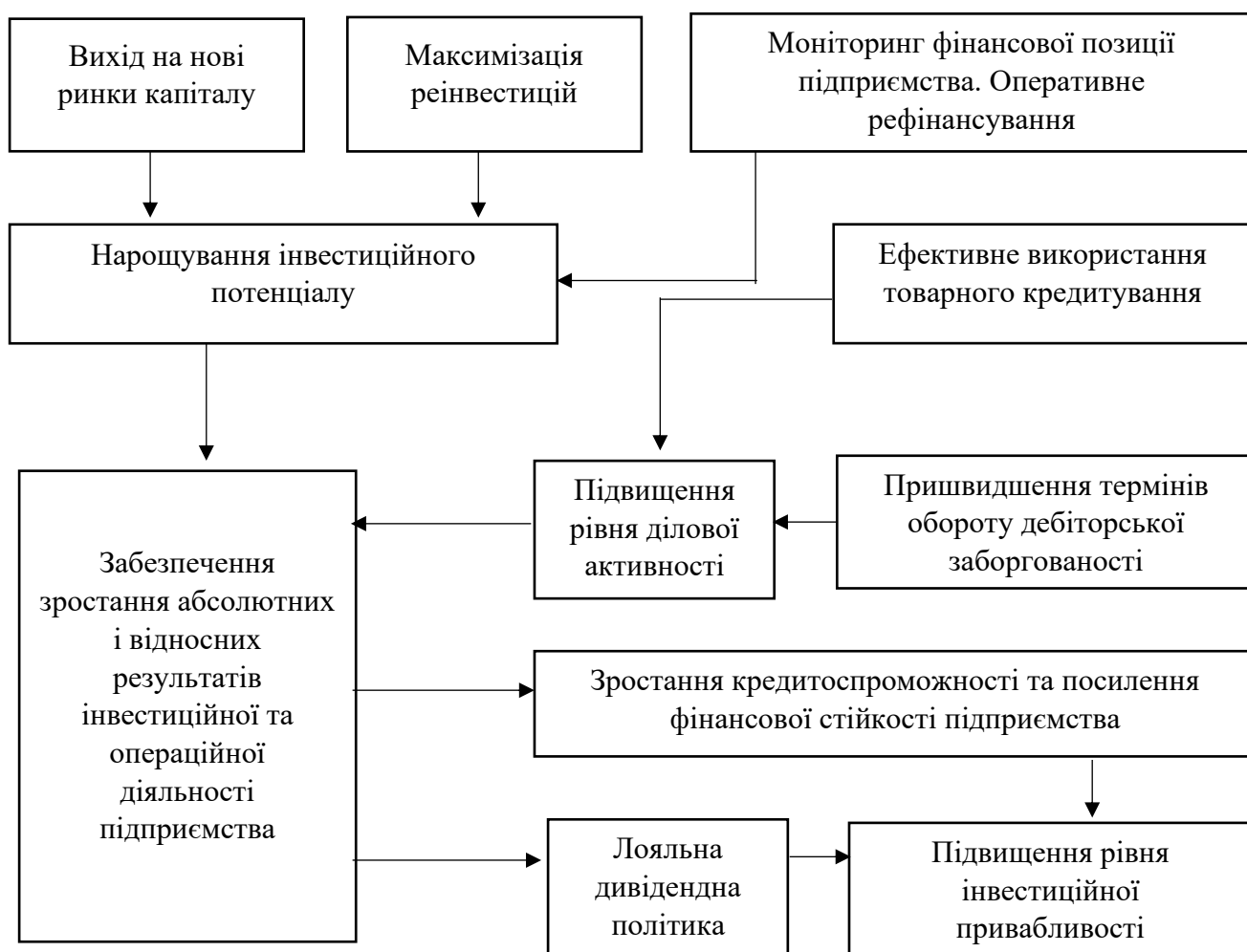


Рисунок 1.5 – Фінансово-економічні перетворення системи управління розвитком інвестиційної привабливості підприємств

Реалізація фінансово-економічних трансформацій на підприємстві передбачає вихід на нові ринки капіталу, що сприяє розширенню кола потенційних інвесторів. Одним із ключових аспектів є збереження існуючої бази інвестицій

шляхом максимізації реінвестицій. Це включає створення умов для максимальної лояльності поточних засновників (акціонерів) через зміцнення їхньої впевненості у доцільності направлення отриманого прибутку на зростання капіталізації підприємства.

Особливу увагу варто приділити процедурі моніторингу фінансового стану підприємства. Вона має включати впровадження ефективної інвестиційної стратегії через використання оперативних механізмів рефінансування. Також важливим є точне розуміння поточних процесів на фінансовому та інвестиційному ринках, щоб уникнути втрат прибутку чи надмірних витрат. У результаті реалізації цих заходів підвищується інвестиційний потенціал підприємства, що забезпечує розширення масштабів інвестиційної діяльності та стимулює подальший розвиток господарської структури [37].

Важливість ефективного використання товарного кредиту неможливо переоцінити, адже його застосування сприяє зменшенню витрат на формування обігових коштів підприємства. Це, у свою чергу, дозволяє вивільнити частину фінансових ресурсів, що можуть бути спрямовані на реалізацію інших інвестиційних проєктів. Досягти цього можливо завдяки ефективному управлінню дебіторською заборгованістю та пришвидшенню її обігу. У цьому контексті особливу роль відіграють збутові підрозділи підприємства, які мають сфокусуватися на максимізації обсягів реалізації, при цьому забезпечуючи жорсткий контроль за платіжною дисципліною контрагентів. Такий підхід сприяє підвищенню ділової активності та позитивно впливає на ключові показники інвестиційної привабливості підприємства.

Окремо варто виділити питання підвищення кредитоспроможності та зміцнення фінансової стійкості підприємства. Ці аспекти є фундаментальними для створення гарантій надійності вкладень для інвесторів. Їх забезпечення залежить від росту як абсолютних, так і відносних результатів інвестиційної та операційної діяльності компанії. При цьому стратегія досягнення кредитоспроможності має поєднувати консервативний підхід із стимулюванням амбітного розвитку та розширення масштабів підприємницької діяльності.

Не менш важливою складовою залишається дивідендна політика. Хоча традиційно вона асоціюється з розподілом прибутку акціонерних товариств, її принципи успішно застосовуються і в інших організаційно-правових формах підприємств. У фінансовому менеджменті цей термін трактується ширше — як механізм визначення частки прибутку, що виплачується засновникам відповідно до їхньої частки у капіталі підприємства. Дивідендна політика є істотною частиною загальної фінансової стратегії, що орієнтується на оптимальне співвідношення між спожитим і капіталізованим прибутком задля максимізації ринкової вартості підприємства. Ефективна дивідендна політика повинна бути формалізованою, чітко задекларованою і дотримуватися при підбитті фінансових підсумків року. Вона повинна включати такі аспекти, як принципи визначення розміру дивідендів, алгоритм прийняття рішень щодо їх виплати, форми і терміни виконання цих виплат, а також порядок розкриття інформації, пов'язаної з дивідендами [38].

Забезпечення ефективного управління інвестиційною привабливістю підприємства може бути здійснено лише на основі комплексного підходу, зокрема інвестиційна привабливість є наслідком комбінації певних умов на рівні держави, галузі та підприємства зокрема.

Важливо відзначити, що вагому роль у забезпеченні інвестиційної привабливості відіграють адміністрації регіонів та муніципальних утворень. Залучення інвестицій є необхідним для реалізації конкретних галузевих програм, а також для впровадження проєктів соціально-економічного розвитку регіону. Саме регіональні та місцеві органи влади повинні бути зацікавленими в залученні нових інвестицій на всієї своїй території. Інвестиції не лише сприяють реалізації окремих проєктів, але й здатні позитивно впливати на поповнення місцевого бюджету.

Державне регулювання інвестиційного процесу являє собою комплекс заходів законодавчого, виконавчого і контролюючого характеру, які здійснюються уповноваженими державними структурами для стимулювання інвестиційної активності і забезпечення економічного зростання. Формування інвестиційної політики є прерогативою держави, яка має необхідну політичну владу і може реалізовувати свої рішення через нормативно-правові акти, спрямовані на

регулювання інвестиційного процесу із акцентом на пріоритетне фінансування. Значну роль у тактичному управлінні інвестиціями відіграють державні фінансові ресурси, які спрямовуються на стимулювання розвитку суспільного виробництва чи вирішення соціальних питань.

Законодавче регулювання інвестиційного процесу має сприяти створенню сприятливих умов для активізації інвестиційної діяльності суб'єктів господарювання з огляду на ринкові механізми.

Разом із тим, формування механізму державного регулювання не є самоціллю, а підпорядковується завданню досягнення оптимальних пропорцій розширеного відтворення економіки та забезпечення високих темпів її зростання [19].

Управління інвестиційною привабливістю підприємства є безперервним процесом аналізу проблемних аспектів, пошуку шляхів їх усунення, генерування ідей та реалізації заходів, спрямованих на підтримку або покращення ефективності всіх показників діяльності підприємства. Основна мета цього процесу полягає у знаходженні найефективніших способів інтеграції інвестиційної стратегії у функціонування підприємства та забезпеченні необхідного рівня його інвестиційної привабливості.

1.3 Методичні аспекти оцінювання інвестиційної привабливості підприємства

Оцінка інвестиційної привабливості підприємства є доволі складним завданням, яке вимагає комплексного проблемно-орієнтованого підходу. Цей процес повинен спиратися як на ретельний аналіз поточного фінансового стану підприємства, так і на оцінку перспектив його подальшого розвитку.

Дослідження методів оцінки інвестиційної привабливості через аналіз фінансового стану підприємства залишається одним із ключових напрямів для багатьох науковців. Такий підхід дозволяє спрямувати інвестиції в чітко визначені

країни, регіони або галузі. Втім такий аналіз може бути здійснено відповідно до кількох методичних підходів (табл. 1.3).

Таблиця 1.3 – Аналіз основних підходів до оцінки інвестиційної привабливості підприємств [39,40, 41, 42]

Методичний підхід	Основні положення підходу	Переваги	Недоліки
1	2	3	4
Інтегральна оцінка інвестиційної привабливості	Процес складається з таких етапів: аналіз фінансового стану, встановлення значущості показників на основі експертних оцінок, визначення діапазону варіаційного ряду, ранжування значень для кожного показника, а також обчислення інтегрального показника	Різностороннє оцінювання інвестиційної привабливості підприємства	Складність у порівнянні численних різноспрямованих показників вимагає наявності значної інформаційної бази.
Метод рейтингової оцінки	Аналіз фінансового стану підприємства охоплює оцінку кількох основних аспектів, зокрема ліквідності, платоспроможності, фінансової стійкості, ділової активності, ризику неплатоспроможності та ймовірності банкрутства.	Простота та зрозумілість у використанні, не потребує залучення експертів.	Складність вибору еталону для порівняння
Метод експертних оцінок	Передбачає наступні етапи: - Визначення експертами вагомості показників; - Аналіз показників в динаміці; - Визначається інвестиційна привабливість підприємства.	Можливість адаптації показників і факторів під потреби інвесторів; поглиблений аналіз певних галузей економіки.	Складність залучення незалежних експертів з високим рівнем їх професіоналізму; суб'єктивний характер отриманих результатів; залежність результатів від кваліфікації експертів
Метод порівнянь	Передбачає оцінку складових інвестиційного процесу: порівняння об'єктів інвестування, інвесторів та чинників інвестиційної привабливості.	Простота та у застосуванні та інтерпретації	Залежить від наявності активно функціонуючого ринку об'єктів-аналогів; залежність від стабільності ринку

Продовження табл. 1.3

1	2	3	4
Матричний метод	Передбачає поєднання оцінки впливу фінансово-економічних чинників та маркетингових показників діяльності підприємства	Об'єктивна оцінка фінансової ситуації та потенційних можливостей підприємства	Дані про поточний стан підприємства не завжди можна екстраполювати в майбутнє
Диференційований метод	Полягає в обґрунтуванні стану інвестиційної привабливості та позиції підприємства на ринку	Можливість визначення точки інвестиційної привабливості	Лише констатує факт інвестиційної привабливості, не враховує вплив вагомості кожного параметра результати оцінки

Відзначаючи таку ґрунтовність методичного забезпечення вважаємо за доцільне провести порівняльний аналіз конкретних методик оцінки інвестиційної привабливості підприємства з метою визначення та застосування найбільш раціонального підходу для забезпечення достовірної оцінки інвестиційної привабливості підприємства (табл. 1.3).

Таблиця 1.3 – Порівняльне дослідження методик оцінки інвестиційної привабливості підприємства

Автор	Підхід	Переваги підходу	Недоліки підходу
1	2	3	4
Оцінка інвестиційної привабливості підприємства на основі показників його фінансового стану			
Спеціалісти Агентства з питань запобігання банкрутства підприємств [43]	Інвестиційну привабливість підприємства визначена шляхом розрахунку інтегрального показника інвестиційної привабливості підприємств, в якому відтворюються значення показників оцінки майнового стану, фінансової стійкості, ліквідності активів, прибутковості об'єкта інвестування, оцінки ділової активності, оцінки ринкової вартості, скориговані відповідно до їхньої вагомості	Дозволяє оцінити багато аспектів господарської діяльності шляхом розрахунку визначеної кількості показників, що дають характеристику поточного стану об'єкта та не потребує значних витрат часу на проведення оцінки	Підходу бракує конкретності та чіткості, що суттєво знижує можливість його застосування практиками

Продовження табл.1.3

1	2	3	4
Бланк І.О. [Помилка! Закладку не визначено.]	Оцінка інвестиційної привабливості підприємства включає дослідження фінансових показників діяльності суб'єкта господарювання, зокрема його фінансової стійкості, рентабельності, ліквідності активів та оборотності активів	Зосередження уваги на напрямках інвестування та складових інвестиційної привабливості	Недостовірність інформації у процесі аналізу фінансових показників, розрахунку їх величини у часі
Коюда В.О., Лепейко Т.І., Коюда О.П. [44]	Інвестиційна привабливість підприємства розглядається як комплексний показник, що охоплює характеристики фінансово-господарської діяльності, ефективність управління, перспективи розвитку та потенціал залучення інвестиційних ресурсів на основі їхнього формалізованого аналізу	Зосередження уваги інвестора лише на аналізі економічних показників діяльності підприємства спрямоване на оптимізацію витрат і часу	Такий підхід дозволяє чітко формалізувати оціночні методи, проте водночас ігнорує психологічний аспект цієї проблематики
Саїнчук Н., Федькович Ю. [45]	Інвестиційна привабливість підприємства визначається як здатність забезпечувати стабільний прибуток на вкладений капітал у цінні папери цього підприємства	Передбачає участь інвестора у процесі керування підприємством	Цей підхід не враховує майбутні можливості розвитку підприємства.
Оцінка інвестиційної привабливості підприємства на основі ефективності вкладення грошей у цінні папери			
Дука А.П. [46]	Інвестиційна привабливість підприємства визначається здатністю мінімізувати ризики при інвестуванні в цінні папери компаній, які демонструють стабільність і гарантують високий рівень прибутковості	Інвестування в цінні папери дозволяє інвестору контролювати управління підприємством і отримувати стабільний дохід у вигляді дивідендів	Українські підприємства поки що не можуть ефективно використовувати інструменти ринку цінних паперів, який знаходиться на етапі формування
3. Оцінка інвестиційної привабливості підприємства на основі психологічного аспекту			
Нападовська І.В. [47]	Інвестиційну привабливість підприємства розглядають як комплексну характеристику, що відображає потенційні можливості вкладення капіталу з метою досягнення економічної вигоди у майбутньому. Вона ґрунтується на результатах попередньої господарської діяльності об'єкта інвестування та суб'єктивній оцінці з боку інвестор	Враховується можливість прогнозування потенційного прибутку на основі аналізу минулих показників ефективності діяльності підприємства	Підхід не передбачає зіставлення цілей інвестора з їх реалістичними можливостями безризикового впровадження, а також не бере до уваги рівень готовності інвестора приймати на себе супутні ризики

Продовження табл.1.3

1	2	3	4
Чорна Л.О. [48]	Інвестиційну привабливість підприємства можна визначити як взаємозв'язок між двома складовими: психологічним змістом інвестицій і їхньою психологічною формою, тобто рівнем привабливості	Комплексна оцінка цього показника враховує низку факторів, зокрема інвестиційні ризики, конкурентоспроможність продукції підприємства, кадровий потенціал, рівень інноваційності, фінансову стабільність, вигідне географічне розташування, екологічні аспекти та соціальну привабливість.	Для досягнення бажаних результатів потрібно обробити значний обсяг інформації, що є однією з ключових характеристик такого аналізу

У європейських країнах широко використовується метод рейтингової оцінки. Найвідоміші з них — Fortune 500, Global 1000, BusinessWeek 1000. Ці рейтинги аналізують інвестиційну привабливість компаній на основі фінансово-економічних показників, таких як обсяг та динаміка доходів, прибутку й активів; ефективність інвестицій; зростання прибутків, доходів і чисельності працівників; а також рівень ринкової вартості компанії [13]. Проте ці методики мають певні недоліки. Зокрема, багато з них, запозичених у закордонних авторів, більше орієнтовані на фінансові інструменти, а не на реальні інвестиції. Крім того, підходи до аналізу реальних інвестицій створені для умов стабільної економіки, що може знижувати їхню ефективність в інших умовах.

Більшість методів заснована на аналізі розрізнених фінансових показників, що має ретроспективний характер. Це створює проблеми для інвесторів, яких більше цікавлять прогнози щодо майбутніх результатів діяльності компанії. До того ж значна частина методик базується на експертних оцінках і характеризується певною невизначеністю через суб'єктивність суджень. Тому для вибору найбільш ефективної методики оцінки інвестиційної привабливості підприємства необхідно визначити ключові принципи її впровадження. Відтак, відповідно до роботи Мельник О.Г. [49, с. 90] можна виокремити такі загальні та спеціальні принципи.

До загальних принципів оцінки інвестиційної привабливості підприємства можна віднести: принципи повноти (максимальне охоплення об'єкта оцінки), адекватності (відповідність цілям оцінки потребам суб'єктів оцінювання),

економічної доцільності (перевищення позитивних ефектів від здійснення оцінки від витрат на її здійснення), завершеності (формулювання конкретних висновків за результатами оцінювання), динамічності (врахування розвитку та зміни параметрів об'єкта оцінки), об'єктивності (базування оцінки на реальних, документально підтверджених даних, обґрунтованому інструментарію) тощо.

До спеціальних принципів оцінки інвестиційної привабливості промислових підприємств рекомендується відносити такі:

1. Цілеспрямованість – передбачає чітке визначення цілей оцінки інвестиційної привабливості підприємства, таких як вкладення реальних, фінансових, прямих чи портфельних інвестицій, участь в управлінні або контроль над діяльністю підприємства;

2. Об'єктність – базується на визначенні ключових складових інвестиційної привабливості підприємства, що є предметом інвестування. До них, зокрема, належать: матеріально-технічна база, виробничі технології, кадрові ресурси, унікальність продукції, бренд, торговельна марка та імідж підприємства;

3. Часова актуальність – важливим для інвесторів є те, щоб інформація про інвестиційну привабливість підприємства була актуальною на момент прийняття рішення щодо вкладення коштів;

4. Обґрунтованість індикаторно-критеріального забезпечення оцінки – кількість критеріїв оцінки має бути оптимальною. Для оцінювання слід обирати найбільш репрезентативні показники, уникаючи надмірної кількості схожих чи взаємопов'язаних параметрів;

5. Інформативність результатів – аналіз інвестиційної привабливості має забезпечувати інвестора всією необхідною та пріоритетною інформацією для прийняття зважених рішень щодо вкладення коштів у діяльність підприємства.;

6. Використання якісного методичного забезпечення – передбачає вибір найбільш відповідних методів та підходів до оцінки інвестиційної привабливості, які відповідають умовам функціонування підприємства і враховують специфіку інвестиційних цілей;

7. Оптимальність – полягає у пошуку найбільш ефективних форм, методик та підходів до оцінки інвестиційної привабливості, враховуючи конкретні просторово-часові умови [50].

Втім, найбільш комплексною і відповідною зазначеним принципам є підхід Алексєєвої А. І. [37], яка для дереміації інвестиційної привабливості підприємства пропонує використовувати комплексний показник, який представляє суму оцінених результативних коефіцієнтів, що розкривають різні аспекти ефективності діяльності та стійкості фінансового стану підприємства, яке аналізується. Такий комплексний показник є своєрідним індикатором інвестиційної активності. Зупинимося на аналізі цієї методики більш детально.

Основним джерелом інформації для визначення інвестиційної привабливості за цією методикою є бухгалтерська (фінансова) звітність підприємства за три останні роки, а саме: бухгалтерський баланс (Ф. №1, річний або квартальний), звіт про фінансові результати діяльності підприємства (Ф. №2), звіт про фінансово-майновий стан (Ф. №3) примітки до річної фінансової звітності (Ф. №5).

Формула розрахунку інтегрального показника оцінки інвестиційної привабливості ($K_{\text{ІП}}$) має вигляд:

$$K_{\text{ІП}} = \sum_{i=1}^n k_i \times P_i \quad (1.1)$$

де k_i – вага критерію;

P_i – рейтингова оцінка i -го критерію;

n – кількість критеріїв.

Алгоритм оцінки інвестиційної привабливості підприємства буде здійснюватися в такій послідовності:

1. Розрахунок показників ефективності господарської діяльності та фінансового стану підприємства;
2. Привласнення балів для кожного показника;
3. Складання рейтингу на основі результатів порівняльної оцінки.

В цьому дослідженні до групи показників ефективності господарської діяльності відносяться:

1. Рентабельність товарів - відношення (чистого) прибутку до повної собівартості. Ця величина показує, наскільки ефективним є виробництво і реалізація вироблених товарів (послуг). Формула розрахунку показника:

$$P_t = \frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Собівартість}} \times 100\% \quad (1.1)$$

2. Чистий прибуток на 1 грн. сукупних активів - відношення прибутку до оподаткування до величини активу балансу. Цей показник рентабельності відображає ефективність використання всіх активів підприємства без урахування податків і відсотків за позиками в довгостроковому періоді. Формула розрахунку показника:

$$ROTA = \frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Актив балансу}} \times 100\% \quad (1.2)$$

3. Чистий прибуток до власних коштів - відношення прибутку до оподаткування до величини капіталу і резервів. Даний коефіцієнт показує, скільки прибутку отримано з кожної гривні, вкладених коштів. Порівняльна характеристика показників рентабельності всіх активів і власних коштів дозволяє обчислити, в якому розмірі підприємство має можливість залучити позиковий капітал. Формула розрахунку показника:

$$ROA = \frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Капітал і резерви підприємства}} \times 100\% \quad (1.3)$$

4. Чистий прибуток до величини оборотних коштів - відношення прибутку до оподаткування до величини оборотних активів. Цей показник відображає можливості підприємства в забезпеченні достатнього обсягу прибутку по відношенню до використовуваних оборотних коштів компанії. Оборотні кошти

використовуються ефективно при максимальному значенні цього коефіцієнта. Формула розрахунку показника:

$$R = \frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Оборотні активи}} \times 100\% \quad (1.4)$$

В якості другого критерію оцінки виступають показники, що характеризують фінансовий стан підприємства, такі як:

1. Коефіцієнт поточної ліквідності - є узагальнюючим показником платоспроможності підприємства, в розрахунок якого в чисельнику включаються всі оборотні активи, в тому числі і матеріальні. Формула розрахунку показника:

$$K_{\text{пл}} = \frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Поточні зобов'язання}} \quad (1.5)$$

2. Коефіцієнт абсолютної ліквідності - характеризує здатність до миттєвого погашення боргових зобов'язань і являє собою відношення грошових коштів і високоліквідних короткострокових цінних паперів до найбільш термінових зобов'язаннях підприємства. Формула розрахунку показника:

$$K_{\text{абс л}} = \frac{\text{Грошові кошти}}{\text{Поточні зобов'язання}} \quad (1.6)$$

3. Частка чистого оборотного капіталу в оборотних коштах – відношення чистого оборотного капіталу до величини оборотних активів підприємства. Формула розрахунку показника:

$$K_{\text{чок}} = \frac{\text{Оборотні активи} - \text{Поточні зобов'язання}}{\text{Оборотні активи}} \quad (1.7)$$

4. Частка власних коштів в пасивах - характеризує наявність оборотних коштів у всіх пасивах підприємства у відсотках. Зростання абсолютного значення

власного капіталу не завжди відповідає підвищенню надійності досліджуваного підприємства, що визначає значимість даного коефіцієнта. Часто організації нарощують залучені кошти вищими темпами, що знижує вагу власного капіталу в пасивах.

Чим вище значення коефіцієнта, тим надійніше і стійкіше працює підприємство. Формула розрахунку показника:

$$K_{\text{абс л}} = \frac{\text{Власний капітал}}{\text{Пасив балансу}} \quad (1.8)$$

Також можна розширити набір критеріїв для оцінки щоб забезпечити більш точний аналіз ефективності діяльності підприємства, його платоспроможності, ліквідності балансу та інших показників, що характеризують інвестиційну привабливість підприємства.

Наступним етапом оцінки інвестиційної привабливості підприємства є бальна оцінка параметрів, при якій використовуються умовні дані визначені авторами методики (табл. 1.4).

Таблиця 1.4 – Бальна оцінка параметрів

Показники / Оцінка	Найвищий	Високий	Середній	Низький	Вкрай низький
Рентабельність товарів	>20%	5-20%	0-5%	-20%-0	<-20%
Прибуток до оподаткування до валюти балансу	>15%	5-15%	0-5%	-10%-0	<-10%
Прибуток до оподаткування до власних засобів	>45%	15-45%	0-15%	-30%-0	<-30%
Прибуток до оподаткування до оборотних засобів	>30%	10-30%	0-10%	-20%-0	<-20%
Поточна ліквідність	>1,3	1,15-1,3	1-1,15	0,9-1,0	<0,9
Абсолютна ліквідність	>0,3	0,2-0,3	0,15-0,2	0,1-0,15	<0,1
Частка чистого оборотного капіталу в оборотних засобах	>22%	12-22%	0-12%	-11%-0	<-11%
Частка власних засобів у майні	>50%	20-50%	10-20%	3-10%	<3%

Бали розподіляються, у відповідність з наступними оцінками:

1. «Найвищий»: 2 бали;
2. «Високий»: 1 бал;
3. «Середній»: 0;

4. «Низький»: - 1 бал;
5. «Вкрай низький»: - 2 бали.

Далі, бали по кожному показнику множаться на вагу цього показника в рейтинговій оцінці при кредитному фінансуванні. Потім відповідно до їх ваги визначається сума балів за розрахованих показниках. Ваги коефіцієнтів фінансового стану та ефективності господарської діяльності представлені в табл. 1.5.

Таблиця 1.5 – Ваги показників в рейтинговій оцінці при кредитному фінансуванні

Показники	Значення ваги
1. Ефективність господарської діяльності	
1.1 рентабельність товарів	1,6
1.2 балансовий прибуток на 1 грн. сукупних активів	1,2
1.3 балансовий прибуток до власних засобів	0,8
1.4 балансовий прибуток до величини оборотних активів	0,4
2. Фінансовий стан	
2.1 коефіцієнт поточної ліквідності	1,0
2.2 коефіцієнт абсолютної ліквідності	1,6
2.3 частка чистого оборотного капіталу в оборотних засобах	0,8
2.4 частка власних засобів в пасивах	0,6

Запропонована методика дає можливість оцінювати підприємства різних форм власності, галузевої приналежності, організаційно-правової форми і розміру в залежності від типів інвесторів для вирішення конкретних завдань. До її переваг можна віднести порівняльну простоту розрахунків, оскільки сьогодні доступні великі обсяги інформації, а методика дозволяє швидко отримувати дані про привабливість інвестицій у певне підприємство.

Таким чином, методику оцінювання інвестиційної привабливості можна охарактеризувати як складний і багатогранний процес. Вона включає різноманітні розрахункові процедури, що спираються на широкий спектр факторів та аспектів. Це потребує виваженого підходу та глибокого розуміння всіх аналітичних і оціночних особливостей.

Саме тому, вивчення інвестиційної привабливості окремого підприємства є синтезом згаданих розрахунків із врахуванням інтересів потенційних інвесторів і специфіки діяльності конкретного суб'єкта господарювання.

2 АНАЛІЗУВАННЯ УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ПРИВАБЛИВІСТЮ ПУБЛІЧНОГО АКЦІОНЕРНОГО ТОВАРИСТВА «МОНФАРМ»

2.1 Загальна організаційно-економічна характеристика публічного акціонерного товариства «Монфарм»

Публічне акціонерне товариство «Монфарм» – провідний гравець на ринку України та країн СНД серед виробників лікарських засобів та біологічно активних добавок. В асортименті виробника понад 70 лікарських засобів та біологічно активних добавок, серед яких: жарознижувальні, спазмолітичні, протимікробні та протигрибкові препарати, висока якість яких підтверджена як нашими споживачами, так і партнерами - найбільшими дистриб'юторами та аптечними мережами України. На сьогоднішній день підприємство займає лідируючі позиції з виготовлення супозиторіїв в Україні. Завдяки сучасному обладнанню та висококваліфікованим спеціалістам отримано сертифікати GMP та GDP, що підтверджує високі стандарти до виготовлення та контролю якості медичної продукції.

Основний пріоритет ПАТ «Монфарм» – це висока якість продукції за помірну ціну. Поставками сировини для нас займаються такі всесвітньо відомі виробники хімічних субстанцій, як "Omicron Química S.A." и "Antibioticos" Іспанія. Це – лідери галузі, їхня репутація не має сумнівів. Продукцію ПАТ "Монфарм" добре знають і за кордоном – якість вироблених нами ліків високо цінують споживачі в більше ніж 10 різних країнах світу. Маючи багаторічний досвід виробництва якісної продукції, ПАТ "Монфарм" відкрило для себе новий напрямок діяльності – контактне виробництво (Privat Label).

Основна діяльність компанії направлена на:

1. розробка і випуск нових лікарських засобів;
2. регулярне поповнення асортименту;
3. вдосконалення технологічнихта виробничих ліній;

4. виведення на український ринок лікарських засобів, що за своїми властивостями перевищують закордонні аналоги;
5. здійснення постійного виробництва лікарських препаратів задля забезпечення населення та потреб фронту.

Метою компанії ПАТ «Монфарм» є здійснення підприємницької проведення діяльності задля задоволення суспільних та особистих потреб населення у лікарських засобах, отримання від цього прибутку та забезпечення на його основі соціальних та економічних інтересів власників, а також отримання прибутку, його розподілу та виплати дивідендів акціонерам. Головна стратегічна мета підприємства передбачає формування особливо високої якості продукції відповідно до міжнародних стандартів.

До головних цілей ПАТ «Монфарм» можна віднести:

1. генерування нових технологій для виробництва окремих груп ліків;
2. вдосконалення розробки та оптимізації складів сировини у процесах виробництва препаратів відповідно до застосування передових фармацевтичних підходів;
3. пошук та впровадження нових технологій виробництва твердих, рідких, м'яких лікарських форм, стерильних та асептичних препаратів, м'яких желатинових капсул тощо;
4. використання засад нанотехнологічного виготовлення продукції на етапі розробки препарату, а також скорочення витрат для вже використовуваних технологій.

ПАТ «Монфарм» має активну соціальну відповідальність, що включає в себе добровільний внесок в розвиток суспільства в соціальній, економічній та екологічній сферах, пов'язаний напрямку з її основною діяльністю.

До стратегічних цілей корпоративної соціальної відповідальності ПАТ «Монфарм» можна віднести:

- збільшення прозорості діяльності компанії;
- зниження рівня екологічного впливу;

- збільшення рівня соціальних витрат;
- просування принципів та етичних ділових практик.

На підприємстві ПАТ «Монфарм» використовується інтегрована система якості, відповідно до якої багато зусиль підприємство спрямовує на контроль якості та стадії розробки, випробування та тестового застосування лікарських препаратів. ПАТ «Монфарм» почало використовувати систему контролю якості згідно з нормативами GMP та вимогами ISO 9001 системи управління якістю та ISO 13485 системи управління якістю для лікарських препаратів. На підприємстві фахівці залучені до контролю якості несуть відповідальність за випробування лікарських препаратів та забезпечення того, щоб всі види сировини, складники, інгредієнти, пакувальні матеріали та вироблені лікарські препарати знаходились у відповідності до затверджених специфікацій.

На підприємстві використовують фармаконагляд. Основними напрямками роботи системи фармаконагляду є:

1. організація збору та облік повідомлень про випадки побічних реакцій або відсутності ефективності лікарських засобів нашого виробництва;
2. аналіз повідомлень про випадки побічних реакцій або відсутності ефективності лікарських засобів нашого виробництва, що надійшли від медичних працівників, представників компаній, регуляторних органів та з інших джерел;
3. внесення змін або доповнень в Інструкцію для медичного застосування лікарського засобу у зв'язку з отриманими даними з безпеки лікарського засобу;
4. інформування регуляторних органів про виявлені побічні реакції або відсутності ефективності у встановленому нормативними документами порядку.

ПАТ «Монфарм» використовує функціональну організаційну структуру (рис. 2.1) при якій кожен орган управління або виконавець спеціалізується на виконанні окремих видів управлінської діяльності (функціях). Виконання вказівок функціонального відділу чи керівника є обов'язковим для виробничих підрозділів.

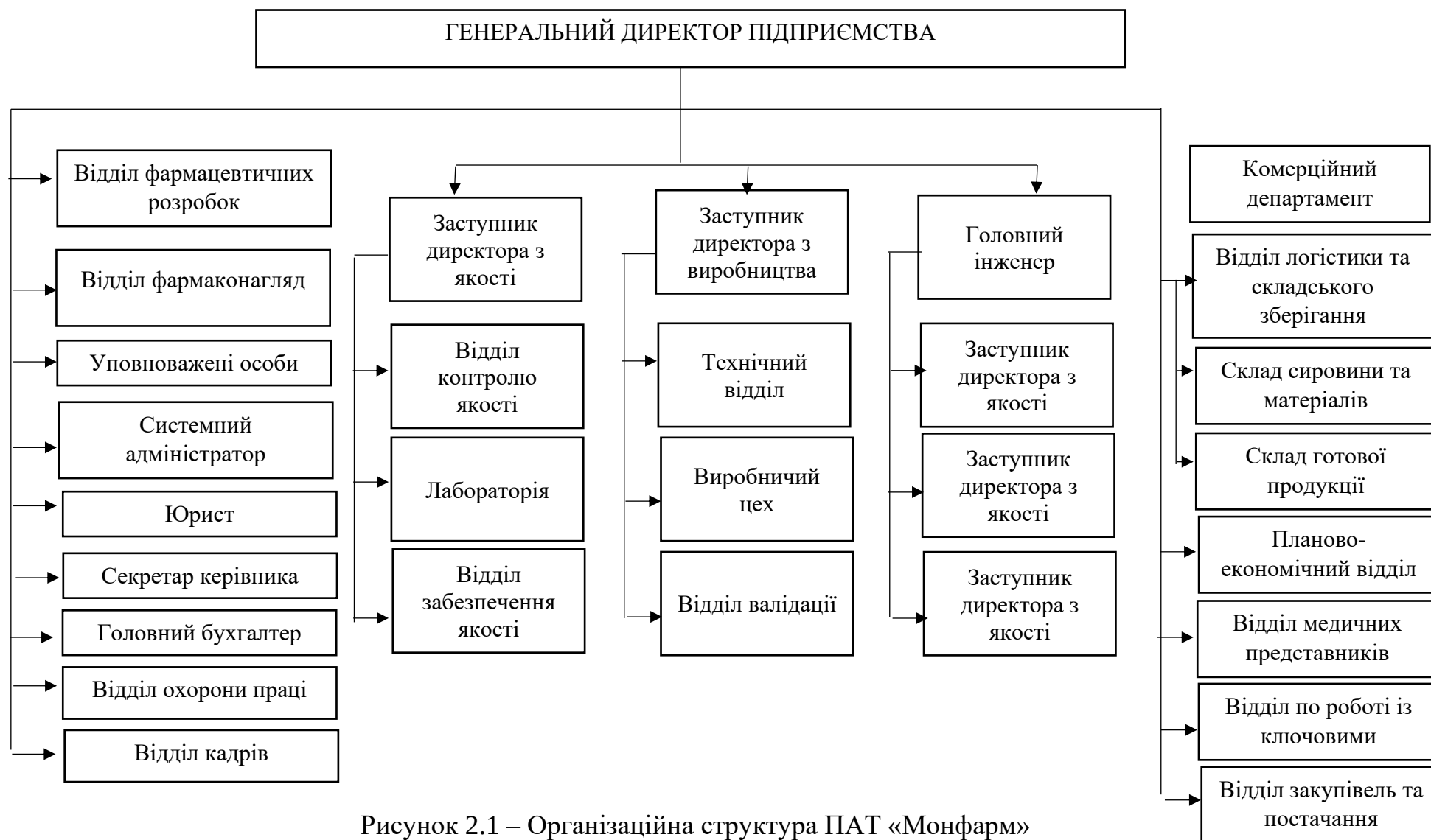


Рисунок 2.1 – Організаційна структура ПАТ «Монфарм»

Таблиця 2.2 – SLEPT-аналіз ПАТ «Монфарм»

Фактори	Значення	Оцінка	Вага	Зважена оцінка
1	2	3	4	5
Соціальні (S)				
Кваліфікація кадрів	працюють кваліфіковані та досвідчені фахівці	+5	0,4	+2
Корпоративна соціальна відповідальність	відсутня чітко визначена корпоративна відповідальність	-3	0,1	-0,3
Досвід роботи у галузі	досвід роботи у галузі	+4	0,1	+0,4
Зв'язки з громадськістю	організація періодично звітує перед громадськістю про проведені заходи	+4	0,2	+0,8
Кількість персоналу	в компанії працює більше сотні працівників	+3	0,1	+0,3
Мотивація персоналу	рідкісні випадки появи вакансій на ринку праці, що свідчить про низьку плинність кадрів	+4	0,1	+0,4
Юридичні (L)				
Правові обмеження	законодавчі обмеження на випуск продукції	-5	0,6	-3
Державне регулювання	негативні зміни державного регулювання	-3	0,4	0,4
Економічні (E)				
Обсяг виробництва і реалізації продукції	підприємство щомісяця виготовляє та реалізовує великий обсяг продукції; посідає перше місце з продажу ферментних препаратів, суппозиторіїв, пеллетированих лікарських форм	+4	0,1	0,4
Рекламна компанія	недостатня рекламна кампанія	-3	0,15	-0,45
Чистий прибуток	за останні три роки компанія отримувала чистий прибуток, тому має можливість вкладати кошти в нові напрями розвитку	+5	0,1	+0,1
Асортимент продукції	компанія володіє широким асортиментом продукції, але може продовжити його розширення	+4	0,1	0,4
Виробництво іноземних аналогів	завдяки досвіду роботи ТОВ «Астрафарм» може виготовляти іноземні аналоги	+3	0,05	+0,15
Економічна криза	криза в економіці країни	-3	0,1	-0,3
Інфляція	високі темпи інфляції	-3	0,05	-0,15
Валовий національний продукт	падіння темпів виробництва валового національного продукту	-3	0,05	-0,15
Конкуренція	посилення конкуренції з боку іноземних постачальників; виробництво товарів-замінників конкурентами	-4	0,2	0,8

Продовження табл. 2.2

1	2	3	4	5
Політичні (Р)				
Нестабільність у країні	політична і соціальна нестабільність у країні	-3	0,7	-2,1
Субсидії та дотації	державна стимулює розвиток підприємств завдяки наданню субсидій та дотацій	-1	0,3	-0,3
Технологічні (Т)				
Система комунікацій	розгалужена система комунікацій	+5	0,4	+2
Рівень автоматизації	високий рівень автоматизації	+4	0,6	+2,4

Щоб ефективно оцінювати бізнес-оточення ПАТ «Монфарм» доцільно використати SLEPT-аналіз як інструмент стратегічного управління, що дозволяє проаналізувати соціальні, юридичні, економічні, економічні та техніко-технологічні фактори впливу на підприємство (табл. 2.2).

Задля дослідження внутрішніх можливостей розвитку ПАТ «Монфарм» доцільно використати SWOT аналіз—інструмент, що дає можливість зробити комплексний аналіз стану розвитку підприємства та дозволяє зрозуміти, які у підприємства є сильні та слабкі сторони, визначити можливості, що відкриваються перед ним, та фактори, що можуть перешкоджати досягненню цілей розвитку (табл. 2.3).

Таблиця 2.3 – Таблиця SWOT-аналізу ПАТ «Монфарм»

№	Сильні сторони	№	Слабкі сторони
1	Різноманітний вибір лікарських препаратів та перспективи його збільшення	1	Орієнтація на ціни конкурентів
2	Репутація торгової марки	2	Залежність від посередників в продажах товару
3	Наявність ліцензій, сертифікатів якості та велика кількість патентів	3	Залежність від національного ринку
4	Реінвестування до 90% прибутку		
5	Сучасні технології виробництва та дослідження		
6	Активна інноваційна діяльність		
7	Висококваліфіковані працівники		
8	Конкурентний продукт в своєму ціновому сегменті		
9	Розвинуте до та після продажне обслуговування		
№	Можливості	№	Загрози
1	Задовольняти військові потреби країни в лікарських výroбах та препаратах	1	Обмеження цін на деякі лікарські засоби

Продовження табл. 2.3

1	2	3	4
2	Збільшення попиту на вітчизняну продукцію	2	Відтік споживачів з країни, розрив ланцюгів поставок та виробництва продукції
3	Впровадження нових більш ефективних технологій та поява більш ефективних засобів	3	Зменшення обсягів ринку лікарських засобів та загострення конкуренції за гроші споживачів
4	Полегшення та пришвидшення цифрової комунікації із споживачами і референтними групами	4	Можливе технологічне відставання від конкурентів
		5	Зменшення частки ринку та доходів

ПАТ «Монфарм» використовує функціональну організаційну структуру (рис. 2.1) при якій кожен орган управління або виконавець спеціалізується на виконанні окремих видів управлінської діяльності (функціях). Виконання вказівок функціонального відділу чи керівника є обов'язковим для виробничих підрозділів.

ПАТ «Монфарм» використовує функціональну організаційну структуру (рис. 2.1) при якій кожен орган управління або виконавець спеціалізується на виконанні окремих видів управлінської діяльності (функціях). Виконання вказівок функціонального відділу чи керівника є обов'язковим для виробничих підрозділів.

Вплив сукупності виявлених векторів доцільно конкретизувати з позиції напряму їх впливу безпосередньо на підприємство, а відтак визначити можливості та загрози його функціонуванню (табл. 2.4).

Найбільша загроза в роботі підприємства - це несподівана зміна інституційного середовища (яке регламентує доходи громадян та податковий тиск на підприємство), що потенційно знижує прибутковість виробництва медичних препаратів, знижує обсяг медичних продуктів, що купуються населенням та зміцнює конкуренцію за споживачів на ринку медичних продуктів. В таких умовах додатковим напрямом розвитку ПАТ «Монфарм» є спроможність задовольнити військові потреби країни у лікарських засобах та підтримувати більше споживачів, оскільки більша довіра дозволяє вітчизняним виробникам за рахунок отриманого прибутку залучати більш ефективні технології.

Таблиця 2.4 – Таблиця факторів макросередовища

Фактор	Загроза	Можливість
Ліцензування лікарських засобів	Складнощі із сертифікацією та реалізацією продукції	Можливість створити бар'єр входу для нових конкурентів
Нестабільне правове середовище	Неочікувані зміни законодавства	Формування спеціальних нормативно-правових актів щодо ліцензування імпортованих препаратів
Закон про державне регулювання цін на лікарські засоби	Зниження рентабельності виробництва та реалізації лікарських засобів, що негативно вплине на доходи підприємства	Змушує конкурентів знижувати ціну, що створює більш жорсткі умови роботи на ринку
Війна	Відтік споживачів з країни, розрив ланцюгів поставок та виробництва продукції	Задовольняти військові потреби країни в лікарських výroбах та препаратах
Висока інфляція, скорочення ВВП та доходів населення	Зменшення обсягів ринку лікарських засобів та загострення конкуренції за гроші споживачів	Стабільний попит на більшість препаратів підприємства
Підвищення інтересу до підтримки імунітету та загального рівня здоров'я	Зменшення попиту на лікарські засоби для лікування	Перспектива тримати значну частку ринку в профілактиці захворювань
Зростання довіри до вітчизняних виробників	Збільшення виробництва препаратів вітчизняними підприємствами	Зростання кількості споживачів продукції
Технологічний розвиток ринку	Можливе технологічне відставання від конкурентів	Впровадження нових більш ефективних технологій та поява більш ефективних засобів
Зміни клімату	Зменшення попиту на старі лікарські засоби	Зростання попиту на нові лікарські засоби
Високі бар'єри входу на ринок	Висока вартість запровадження нових видів виробництва	Протидіяти приходу нових конкурентів
Цифрова трансформація в маркетингу	Високі витрати	Полегшення та пришвидшення комунікації

Сьогодні на сучасному ринку лікарських засобів ПАТ «Монфарм» активно вкладає зусилля у декілька стратегічних напрямків, а саме:

1. Дослідження та розробки – підприємства, що займаються випуском лікарських засобів звертають увагу на постійні вдосконалення якості продукції за допомогою наукових досліджень, нових формул та розвитку виробничих технологій.

2. Маркетинг та реклама - маркетингові стратегії стають більш персоналізованими та орієнтованими на споживачів. Підприємства взаємодіють з

цільовими групами, споживачів через використання цифрових технологій, соціальних медіа та онлайн -заходів.

3. Виробництво та поставка продукції - здійснюється концентрація зусиль на підтримці високих стандартів виготовлення препаратів, застосуванні передових технологій та вдосконалення ланцюжків постачання для формування критеріїв якості та доступності продукції.

4. Інновації та розширення асортименту – підприємство активно працює над використанням передових технологій у виготовленні та розширенні свого асортименту продукції, відповідаючи на зміну потреб та запитів споживачів у фармацевтичному секторі.

Публічне акціонерне товариство «Монфарм» стикається з сильною конкуренцією з боку вітчизняних та іноземних виробників і постачальників продукції. Конкуренти активно працюють над розширенням асортименту, підвищенням якості та ефективності продукції, що відображається на динаміці ринку. Варто зазначити, що домінують ринкові бар'єри, такі як ефект масштабу та досвіду, крім того, необхідно здійснювати значні інвестиції в розробку та виробництво ліків, обладнання для виробництва, у систему контролю якості продукції та отримати ліцензію на виробництво власних оригінальних видів ліків.

Каналами збуту ПАТ «Монфарм» досить обмежені, оскільки основними каналами збуту продукції є аптеки та інтернет-магазини. Крім того, щоб продавати продукцію споживачам, підприємство повинне здійснювати стандартизоване виробництво відповідно до нормативних вимог, відповідати стандартам якості та безпеки та отримати всі необхідні сертифікати, необхідні для цього бізнесу.

2.2 Аналізування основних фінансово-економічних показників діяльності публічного акціонерного товариства «Монфарм»

Сучасна економічна теорія та практика використовують різноманітні методи для комплексної оцінки ефективності господарювання підприємств. Основним

інструментом для аналізу та вивчення ефективності є дослідження фінансового становища та фінансових індикаторів підприємства.

Аналіз фінансових показників зосереджується на вивченні фінансового стану та результатів діяльності підприємства, застосовуючи різні методи та когнітивні інструменти, спеціально розроблені для цієї мети [5]. Основним джерелом інформації для проведення такого аналізу є фінансова звітність, яка відображає майнове та фінансове становище суб'єкта господарювання.

Найпоширенішим методом аналізу фінансового стану та результатів діяльності підприємства є традиційний коефіцієнтний метод. Його результати базуються на фінансових коефіцієнтах, які слугують інструментом для узагальнення фінансової інформації.

Дослідимо ПАТ «Монфарм» з використанням аналітичних та коефіцієнтних методів (табл. 2.5) шляхом аналізу капіталу та ресурсів підприємства, економічних та фінансових результатів, показників ефективності використання ресурсів та показників рентабельності діяльності.

Таблиця 2.5 – Аналіз капіталу та ресурсів підприємства ПАТ «Монфарм»

	Показники	Одиниці виміру	Роки		Абсолютне відхилення, тис. грн.	Відносне відхилення, %
			2022	2023		
1	2	3	4	5	6	7
1	Сукупний капітал	тис. грн	193779,0	222692,0	28913,0	14,92
2	Власний капітал	тис. грн	151485,0	180341,0	28856,0	19,05
	Середня вартість залученого капіталу	тис. грн	42294,0	42351,0	57,0	0,13
3	Основні засоби	тис. грн	42531,0	42025,0	-506,0	-1,19
3.1	за первинною вартістю на початок року	тис. грн	78037,0	79940,0	1903,0	2,44
3.2	за первісною вартістю на кінець року	тис. грн	79940,0	83893,0	3953,0	4,94
3.3	знос на кінець року	тис. грн	38145,0	41638,0	3493,0	9,16
3.4.	середньорічна вартість основних засобів	тис. грн	42531,0	42025,0	-506,0	-1,19
4	Нематеріальні активи	тис. грн	1029,0	1841,0	812,0	78,91

Продовження табл. 2.5

1	2	3	4	5	6	7
4.1	за первинною вартістю на кінець року	тис. грн	1696,0	1971,0	275,0	16,21
4.2	за залишковою вартістю на кінець року	тис. грн	1596,0	2115,0	519,0	32,52
4.3	знос (накопичена амортизація) на кінець року	тис. грн	130,0	140,0	10,0	7,69
4.4	середня вартість нематеріальних активів	тис. грн	1029,0	1841,0	812,0	78,91
5	Оборотні активи	тис. грн	150219,0	178827,0	28608,0	19,04
5.1	усього на початок року	тис. грн	144611,0	155827,0	11216,0	7,76
5.2	усього на кінець року	тис. грн	155827,0	201826,0	45999,0	29,52
5.3	Запаси на початок року	тис. грн	55169,0	70730,0	15561,0	28,21
5.4	Запаси на кінець року	тис. грн	70730,0	72714,0	1984,0	2,81
5.5	Дебіторська заборгованість на початок року	тис. грн	66741,0	73553,0	6812,0	10,21
5.6	Дебіторська заборгованість на кінець року	тис. грн	73533,0	84017,0	10484,0	14,26
5.7	Грошові кошти та їх еквіваленти на початок року	тис. грн	17666,0	6904,0	-10762,0	-60,92
5.8	Грошові кошти та їх еквіваленти на кінець року	тис. грн	6904,0	33756,0	26852,0	388,93
6	Середньооблікова чисельність	осіб	248	222	-26,0	-10,48

Дослідження капіталу підприємства ПАТ «Монфарм» засвідчило його зростання у 2023 році в порівнянні із 2022 роком на 14,92%, зокрема середня вартість сукупного капіталу у 2022 році складала 193779,0 тис. грн., а у 2023 році показник зріс до 222692,0 тис. грн., що свідчить про збільшення активів на 28913,0 тис. грн. та свідчить про збільшення можливостей підприємства у виробництві продукції.

Вартість власного капіталу ПАТ «Монфарм» продемонструвала також збільшення із 151485,0 тис. грн. у 2022 році до 180341,0 тис. грн. у 2023 році, тобто відбулося зростання власного капіталу на 28856,0 тис. грн. або на 19,05%, що свідчить про підвищення фінансової стійкості підприємства у 2023 році.

Сума залученого капіталу у досліджуваному періоді збільшилася лише на 57,0 тис. грн. або на 0,13% із 42294,0 тис. грн. у 2022 році до 42025,0 тис. грн. у 2023 році, що свідчить про зважену політику використання зовнішнього фінансування підприємства.

Негативним явищем у роботі підприємства у досліджуваному періоді стало скорочення вартості основних фондів із 42531,0 тис. грн. у 2022 році до 42025,0 тис. грн. у 2023 році тобто на 1,19%, що свідчить про застарівання основних фондів підприємства.

Первісна вартість основних фондів на початок 2022 року складала 78037,0 тис. грн., а на кінець року показник зріс до 79940,0 тис. грн., що свідчить про часткове поповнення основних фондів на підприємстві. При цьому первісна вартість основних фондів у 2023 році також збільшилася із 79940,0 тис. грн. на початку року до 83893,0 тис. грн., що свідчить про те, що у 2023 році оновлення основних фондів на підприємстві здійснювалося більш активними темпами.

Знос на підприємстві також збільшився із 38145,0 тис. грн. у 2022 році до 41638,0 тис. грн. у 2023 році, що підтверджує попередньо виявлене застарівання основних засобів ПАТ «Монфарм».

Наслідком такої політики управління основними засобами на підприємстві стало скорочення їх середньорічної вартості їх 42531,0 тис. грн. у 2022 році до 42025,0 тис. грн. у 2023 році.

Нематеріальні активи у 2022-2023 роках зросли на 78,91% або на 812,0 тис. грн. із 1029,0 тис. грн. у 2022 році до 1841,0 тис. грн. у 2023 році.

Аналіз первинної вартості нематеріальних активів засвідчив скорочення їх вартості їх 1696,0 тис. грн. на початку року до 1596,0 тис. грн. на кінець 2022 року, у 2023 році було відзначено позитивну тенденцію зростання вартості нематеріальних активів із 1971,0 тис. грн. на початку року до 2115,0 тис. грн. на кінець року, що свідчить про закупівлю нематеріальних активів підприємством у цьому році і підвищення інтелектуальної складової виробництва.

Знос нематеріальних активів відповідно зріс із 130,0 тис. грн. у 2022 році до 140,0 тис. грн. у 2023 році, тобто знос збільшився на 7,69%.

Таким чином, середня вартість нематеріальних активів за аналізований проміжок часу збільшилася на 812,0 тис. грн. або на 78,91%, що позитивно характеризує діяльність підприємства.

Оборотні активи підприємства ПАТ «Монфарм» у 2022 році склали 150219,0 тис. грн. у 2022 році, втім у 2023 році вони зросли на 28608,0 тис. грн., що відповідає 19,04% і досягли рівня 178827,0 тис. грн., що свідчить про збільшення обороту у 2023 році.

Розмір оборотних активів у 2022-2023 роках стабільно зростав, якщо на початок 2022 року складав 144611,0 тис. грн. то до кінця року вони вирости до 155827,0 тис. грн. Подібна практика нарощення оборотних активів продовжилася і у 2023 році коли вони зросли із 155827,0 тис. грн. на початку року до 201826,0 тис. грн., що свідчить про збільшення діяльності підприємства.

Негативним явищем в діяльності ПАТ «Монфарм» є нарощення запасів. Якщо на початок 2022 року запаси складали 55169,0 тис. грн., то вже до кінця року вони зросли до 70730,0 тис. грн., що з одного боку свідчить про зростання відволікання активів в їх неліквідну частину, а з іншого – про перестраховування підприємства від невчасних поставок. Подібна практика накопичення запасів продовжилася і у 2023 році коли обсяг запасів із 70730,0 тис. грн. на початку року збільшився до 72714,0 тис. грн. на кінець року, що свідчить саме про резервування активів підприємством на випадок непередбачених ситуацій.

Дебіторська заборгованість у 2022-2023 роках стабільно збільшувалася із 66741,0 тис. грн. на початку 2022 року до 73533,0 тис. грн. на кінець 2022 року та відповідно на початок 2023 року, які вже до кінця 2023 року зросли до 84017,0 тис. грн.

Динаміка обсягів грошових коштів та їх еквівалентів у 2022-2023 роках була активною, зокрема спостерігалось активне зменшення грошових коштів у кінці 2022 року, втім це є особливостями господарських процесів і притаманне розвитку бізнесу.

Негативним явищем в роботі підприємства є скорочення кількості працівників із 248 осіб у 2022 році до 222 осіб у 2023 році, що відображає скорочення можливостей підприємства до розвитку.

Відобразимо загальну вартість активів підприємства графічно (рис. 2.2).

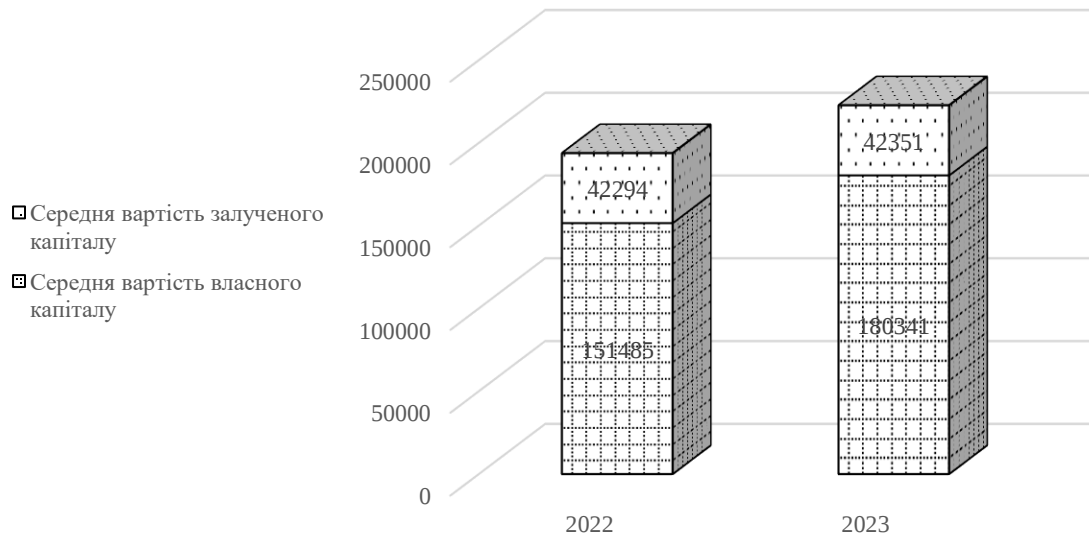


Рисунок 2.2 – Структура капіталу ПАТ «Монфарм», тис. грн.

Дослідимо основні економічні та фінансові результати діяльності підприємства (табл. 2.6).

Таблиця 2.6 – Аналіз економічних та фінансових результатів діяльності підприємства ПАТ «Монфарм»

Показники	Роки		Абсолютне відхилення, тис. грн.	Відносне відхилення, %
	2022	2023		
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції, тис. грн	191104,0	208011,0	16907,0	8,85
Обсяг реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), %	100,00	100,00	0,0	0,00
Собівартість реалізованої продукції, тис. грн	104734,0	93667,0	-11067,0	-10,57
Прибуток (збиток) від операційної діяльності, тис. грн	23320,0	51297,0	27977,0	119,97
Валовий прибуток, тис. грн	86370,0	114344,0	27974,0	32,39
Чистий прибуток (збиток), тис. грн	19095,0	42972,0	23877,0	125,04
Фонд оплати праці усіх працівників, тис. грн	37981,0	37003,0	-978,0	-2,57

Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції у 2022 році складала 191104,0 тис. грн., а у 2023 році він зріс на 16907,0 тис. грн. або на 85% і становив 208011,0 тис. грн., що свідчить про підвищення попиту на продукцію підприємства.

Обсяг реалізованої продукції у 2022-2023 роках складав 100%, що свідчить про майже відсутність браку в роботі підприємства та високий попит на його продукцію.

Собівартість реалізованої продукції у 2023 році скоротилася в порівнянні із 2022 роком на 11067,0 тис. грн. або на 10,57%, що в умовах зростання чистого доходу свідчить про значне підвищення ефективності роботи підприємства.

Прибуток (збиток) від операційної діяльності у 2023 році зріс на 27977,0 тис. грн. в порівнянні із 2022 роком, що відповідає зростанню на 119,97%.

Валовий прибуток у 2022 році складав 86370,0 тис. грн., а у 2023 році зріс на 32,39% і склав 114344,0 тис. грн., що підтверджує зростання ефективності роботи підприємства.

Наслідком господарювання ПАТ «Монфарм» у 2022-2023 роках стало зростання чистого прибутку із 19095,0 тис. грн. у 2022 році до 42972,0 тис. грн. у 2023 році, що підтверджує зростання ефективності підприємства.

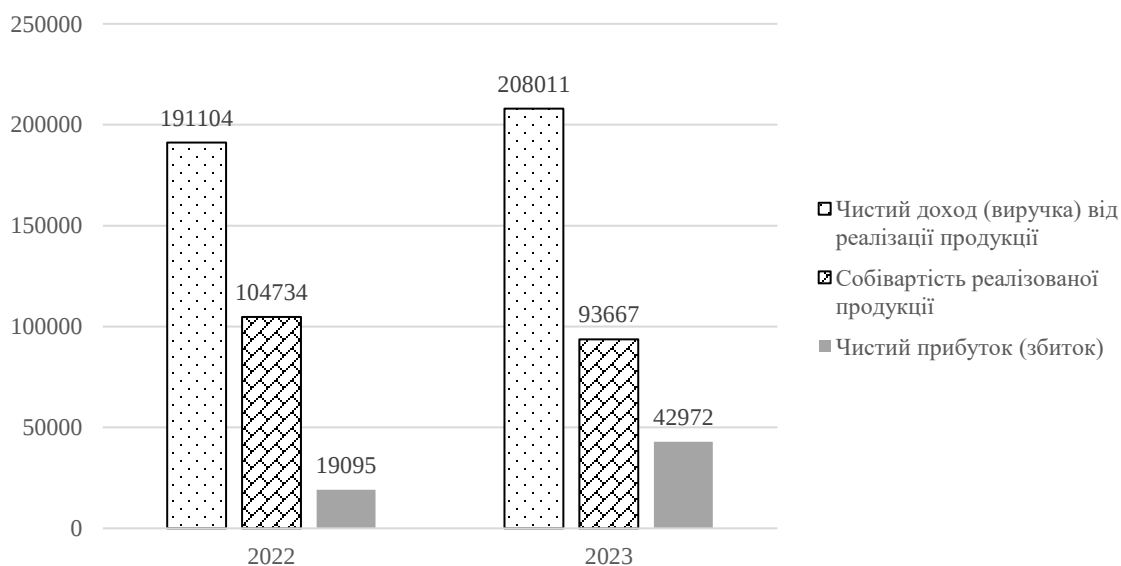


Рисунок 2.3 – Основні фінансові показники діяльності ПАТ «Монфарм»

Фонд оплати праці усіх працівників у досліджуваному періоді скоротився із 37981,0 тис. грн. на 248 осіб до 37003,0 тис. грн. на 222 осіб у 2023 році, що не відображає втілення високої ефективності роботи підприємства в оплаті праці колективу.

Відобразимо виявлені тенденції графічно (рис. 2.3).

Дослідимо ефективність використання ресурсів підприємства ПАТ «Монфарм» (табл. 2.7).

Таблиця 2.7 – Аналіз показників ефективності використання ресурсів підприємства ПАТ «Монфарм»

Показники	Одиниці виміру	Роки		Абсолютне відхилення, тис. грн.	Відносне відхилення, %
		2022	2023		
Продуктивність праці одного працівника	тис. грн. / особа	770,58	936,99	166,41	21,60
Середньомісячна заробітна плата одного працівника	тис. грн	12,76	13,89	1,13	8,86
Коефіцієнт зносу основних засобів	%	48,88	52,09	3,21	6,57
Коефіцієнт оновлення основних засобів	%	2,38	4,71	2,33	97,90
Коефіцієнт вибуття основних засобів*	%	1,38	3,71	2,33	168,84
Фондовіддача	тис. грн	4,49	4,95	0,46	10,24
Фондоозброєність праці працівників	тис. грн./ особу	171,5	189,3	17,8	10,38
Коефіцієнт обіговості оборотних засобів	обороти	1,27	1,16	-0,11	-8,66
Середній період обороту оборотних засобів	дні	283	310	27	9,54
Коефіцієнт обіговості активів	обороти	0,99	0,93	-0,06	-6,06
Середній період обороту активів		364	387	23	6,32
Коефіцієнт обіговості дебіторської заборгованості за товари, роботи, послуги	обороти	2,86	2,83	-0,03	-1,05
Середній період обороту дебіторської заборгованості	дні	126	127	1	0,79
Коефіцієнт обіговості запасів	обороти	3,46	2,94	-0,52	-15,03
Середній період зберігання запасів	дні	104	122	18	17,31
Тривалість операційного циклу	дні	230	249	19	8,26

Дослідження показників ефективності використання ресурсів підприємства ПАТ «Монфарм» дозволив встановити такі тенденції:

1. Продуктивність праці одного працівника за досліджуваний період значно зросла на 21,6% із 770,58 тис. грн./особу у 2022 році до 936,99 тис. грн./особа у 2023 році, що свідчить про вдосконалення організації виробництва і підвищення ефективності діяльності підприємства;
2. Аналіз середньомісячної заробітної плати на ПАТ «Монфарм» виявив позитивну тенденції її зростання із 12,76 тис. грн. у 2022 році до 13,89 тис. грн. у 2023 році, що свідчить про зростання фінансової мотивації працівників на підприємстві;
3. Негативним явищем в роботі підприємства є високий рівень зносу основних засобів та підвищення його рівня із 48,88% у 2022 році до 52,09% у 2023 році, що свідчить про погіршення виробничих можливостей підприємства;
4. Коефіцієнт оновлення основних засобів у досліджуваному періоді був вкрай низьким, зокрема 2,38 % у 2022 році та 4,71% у 2023 році, що засвідчує вкрай низьку частку введених нових основних засобів за визначений період у загальній вартості основних засобів;
5. *Оскільки фінансова звітність підприємства не містить інформацію про вибулі основні засоби, пропонуємо їх обсяг вважати меншим за рівень оновлення на 1%.
6. У досліджуваному періоді також спостерігалось зростання фондівіддачі із 4,49 тис. грн. у 2022 році до 4,95 тис. грн. у 2023 році, що свідчить про зростання ділової активності підприємства та зростання ефективності використання основних засобів підприємства. Якщо у 2022 році на кожну гривню фінансових ресурсів вкладену в основні засоби було вироблено 4,49 грн. продукції, то вже у 2023 році на кожну гривню фінансових ресурсів вкладену в основні засоби припадало 4,49 грн. виготовленої продукції;

7. Фондоозброєність праці працівників ПАТ «Монфарм» у 2022 році складала 171,5 тис. грн./особу, а у 2023 році зросла до 189,3 тис. грн. / особу, що складає підвищення на 10,38 і свідчить про підвищення оснащеності працівників підприємства основними виробничими фондами (засобами);
8. Скорочення коефіцієнт обіговості оборотних засобів з 1,27 у 2022 році до 1,16 у 2023 році свідчить про зниження ділової активності підприємства у 2023 році та про певне зменшення ефективності використання оборотних активів підприємства (грошових коштів, запасів товарів, виробничих запасів, дебіторської заборгованості). Тобто в аналізованому періоді кількість оборотів, які здійснили оборотні активи дещо зменшилася. Зниження оборотності веде до зростання потреби в фінансових ресурсах. В умовах відсутності доступу до дешевих фінансових ресурсів це призведе до збільшення фінансових витрат підприємства;
9. Відповідно до зміни коефіцієнта обіговості оборотних засобів змінився і середній період обороту оборотних засобів, який зріс на 27 днів із 283 днів у 2022 році до 310 днів у 2023 році, що свідчить про сповільнення бізнесу;
10. Коефіцієнт обіговості активів у 2022 році складав 0,99, а у 2023 році - 0,93, що свідчить про зменшення кількості товарів і послуг, що були продані у 2023 році на кожну гривню використаних активів;
11. Середній період обороту активів нажалі зріс із 364 днів у 2022 році до 387 днів у 2023 році, що свідчить про сповільнення їх руху;
12. Коефіцієнт обіговості дебіторської заборгованості за товари, роботи, послуги був майже незмінним 2,86-2,83, що свідчить про сталу політику роботи з товарним кредитом на підприємстві і позитивно характеризує управління фінансами;
13. Оскільки коефіцієнт обіговості дебіторської заборгованості за товари, роботи, послуги був сталим, то і середній період обороту дебіторської заборгованості

був приблизно однаковим, що свідчить про стабільні обсяги реалізації на підприємстві;

14.Зниження коефіцієнта обіговості запасів із 3,46 у 2022 році до 2,94 у 2023 році свідчить про зменшення кількості разів продажу запасів підприємства за рік.

Скорочення показника свідчить про зниження ефективності виробництва;

15.Середній період зберігання запасів за аналізований проміжок часу зріс на 18 днів, що свідчить про збільшення відволікання оборотних активів у запаси з обороту;

16.Наслідком виявленої політики управління оборотними активами підприємства стало зростання тривалості операційного циклу з 230 днів у 2022 році до 249 днів у 2023 році , що підтверджує попередньо виявлену динаміку зниження ділової активності ПАТ «Монфарм» у 2023 році.

При здійсненні фінансового аналізу діяльності підприємства важливе значення має аналіз його витрат .Проаналізуємо витрати ПАТ «Монфарм» (табл. 2.8; рис. 2.4; рис. 2.5).

Таблиця 2.8 – Аналіз витрат підприємства ПАТ «Монфарм»

Показники	Одиниці виміру	Роки		Абсолютне відхилення, тис. грн.	Відносне відхилення, %
		2022	2023		
Матеріальні затрати	тис. грн	94727,0	94477,0	-250,0	-0,26
Витрати на оплату праці	тис. грн	37981,0	37003,0	-978,0	-2,57
Відрахування на соціальні заходи	тис. грн	8089,0	7818,0	-271,0	-3,35
Амортизація	тис. грн	3394,0	3505,0	111,0	3,27
Інші операційні витрати	тис. грн	33867,0	23156,0	-10711,0	-31,63
Разом	тис. грн	178058,0	165959,0	-12099,0	-6,79

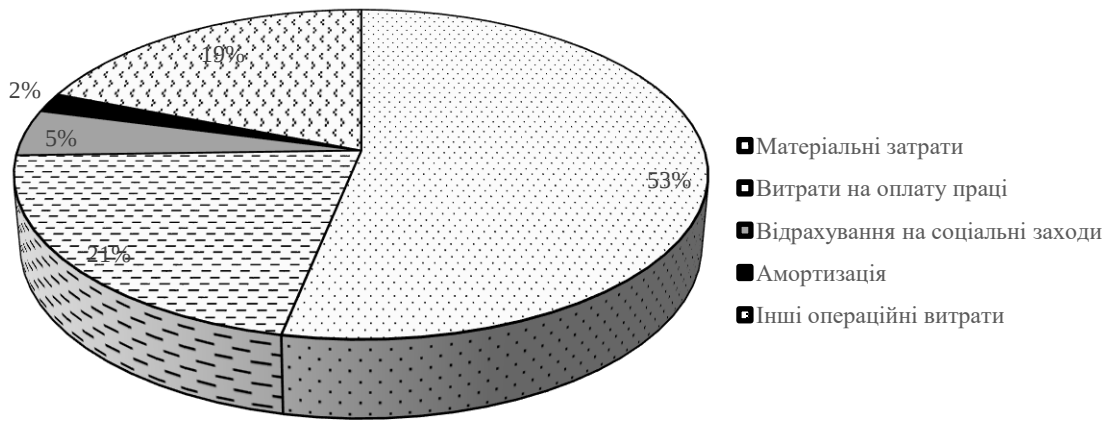


Рисунок 2.4 – Структура витрат ПАТ «Монфарм» у 2022 році

Дослідження обсягів і структури витрат ПАТ «Монфарм» у 2022-2023 роках засвідчило такі їх особливості:

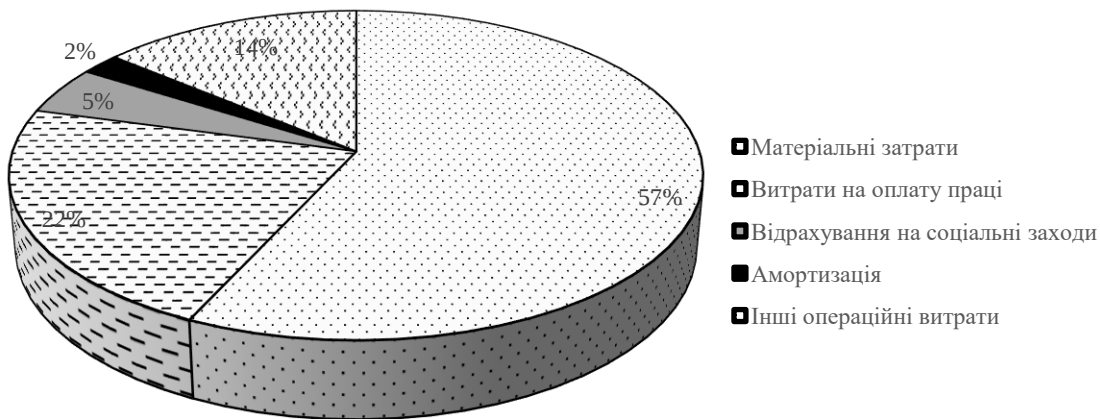


Рисунок 2.5 – Структура витрат ПАТ «Монфарм» у 2023 році

1. Структура витрат в обох роках є сталою із значним переважанням матеріальних витрат;

2. Абсолютний розмір витрат у 2023 році скоротився в порівнянні із витратами у 2022 році за виключенням амортизації, яка зросла, що пояснюється застаріванням основних фондів підприємства;
3. Найбільше за аналізований період змінилися інші операційні витрати, вони зменшилися на 31,63%.

Попри виявлені негативні риси роботи підприємства воно працювало прибутково в обох роках при цьому обсяг прибутку і 2023 році вдвічі переважав обсяг прибутку 2022 року.

В процесі фінансового аналізу підприємства потрібно дослідити рентабельність – відносний економічний показник, що характеризує ефективність виробництва. Показники рентабельності – це основні показники, які характеризують фінансові результати й ефективність діяльності підприємства. Виявимо показники рентабельності ПАТ «Монфарм» (табл. 2.9).

Таблиця 2.9 – Аналіз показників рентабельності підприємства ПАТ «Монфарм»

Показники	Одиниці виміру	Роки		Абсолютне відхилення, тис. грн.	Відносне відхилення, %
		2022	2023		
Рентабельність продажу	%	9,99	20,66	10,67	106,81
Рентабельність активів	%	9,85	19,30	9,45	95,94
Рентабельність власного капіталу	%	12,61	23,83	11,22	88,98
Рентабельність залученого капіталу	%	45,15	101,47	56,32	124,74

Дослідження показників рентабельності підприємства ПАТ «Монфарм» показало, що:

1. Рентабельність продажу у 2023 році в порівнянні із 2022 роком зросла на 106,81%, що свідчить про подвоєння прибутку отриманого на кожну гривню

продажів. Таке зростання свідчить про збільшення прибутковості і ефективності бізнесу;

2. Рентабельність активів у 2022 році складала 9,85%, а у 2023 році зросла до 19,30%, тобто відбулося зростання ефективності використання активів компанії для генерації прибутку. Високе значення показника свідчить про хорошу роботу підприємства, оскільки у 2023 році на кожну гривню використаних активів було отримано 23,83 копійки прибутку, що на 95,94% більше за значення 2022 року;
3. Рентабельність власного капіталу також зросла на 88,98%, що свідчить про підвищення ефективності використання підприємством власного капіталу у 2023 році в порівнянні із 2022 роком;
4. Рентабельність залученого капіталу також зросла із 45,15% у 2022 році до 101,47% у 2023 році, що відображає ефективне використання зовнішнього фінансування.

Отже, аналіз рентабельності ПАТ «Монфарм» засвідчив суттєве покращення його діяльності у 2023 році в порівнянні із 2022 роком (рис. 2.6).

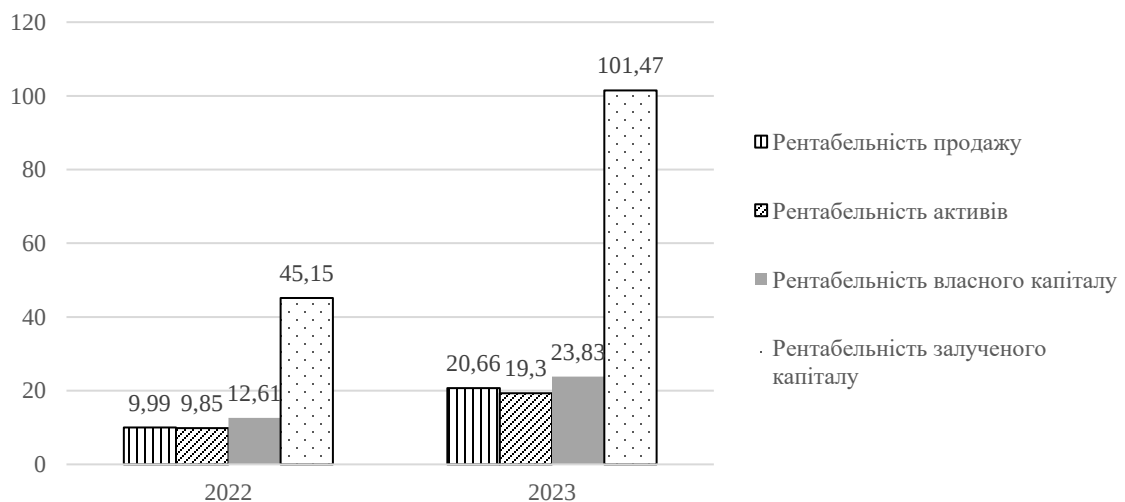


Рисунок 2.6 – Динаміка показників рентабельності ПАТ «Монфарм»

Отже, дослідження фінансового стану ПАТ «Монфарм» виявило досить цікаві закономірності.

Аналіз капіталу та ресурсів підприємства ПАТ «Монфарм» засвідчив їх зростання із 193779,0 тис. грн. у 2022 році до 222692,0 тис. грн. у 2023 році, що свідчить про розширення можливостей підприємства у виробництві продукції. Аналіз основних фінансових показників засвідчив зростання чистого доходу (виручки) від реалізації продукції на 8,85% та чистого прибутку на 125,04%, втім відбулося зниження собівартості реалізовано продукції на 10,57%, що дозволило підприємству отримати зростання ефективності його роботи. Аналіз показників ефективності використання оборотних активів ПАТ «Монфарм» засвідчив певні сповільнення ділової активності. Аналіз витрат засвідчив стабільні тенденції в їх структурі та збільшення загального обсягу. Наслідком такої політики господарювання стало зростання у 2023 році в порівнянні із 2022 роком усіх показників рентабельності.

2.3 Оцінювання інвестиційної привабливості публічного акціонерного товариства «Монфарм»

ПАТ «Монфарм» утримує лідерські позиції на українському фармацевтичному ринку завдяки високому рівню інновацій та значним інвестиційним можливостям. Компанія активно інвестує в науково-дослідницькі проекти, що дає змогу розробляти нові продукти і вдосконалювати вже існуючі. Базовою засадою успіху ПАТ «Монфарм» є стратегія постійного інноваційного розвитку, що сприяє підвищенню конкурентоспроможності підприємства як на внутрішньому, так і на зовнішніх ринках.

Підприємство активно вкладає кошти в придбання обладнання провідних світових брендів, що сприяє підвищенню якості продукції та збільшенню обсягів виробництва. Інвестиції у впровадження сучасних технологій дозволяють не тільки знижувати виробничі витрати, але й покращувати продуктивність праці — це ключові чинники для збереження лідерських позицій підприємства на ринку.

Вагомою перевагою ПАТ «Монфарм» є його акцент на внутрішній ринок, що посилює інвестиційний потенціал компанії. Одним із важливих елементів інвестиційної стратегії підприємства стало застосування цифрових технологій як у виробничих процесах, так і в управлінні. Для оптимізації виробничих операцій підприємство використовує ERP-систему, яка дає можливість знижувати витрати, покращувати контроль якості продукції та забезпечувати фінансову прозорість. Такі кроки позитивно впливають на довіру інвесторів і сприяють зміцненню позицій підприємства на ринку.

Увага до екологічної відповідальності та безпеки є ще однією важливою складовою стратегії підприємства. Впроваджуючи «зелені» технології, підприємство зменшує негативний вплив на навколишнє середовище й покращує екологічні характеристики своєї продукції. Такий підхід підвищує привабливість підприємства для інвесторів, орієнтованих на принципи сталого розвитку. Значну роль у формуванні конкурентоспроможності відіграє інтеграція міжнародних стандартів якості, таких як ISO та GMP. Відповідність цим стандартам забезпечує стабільно високу якість продукції та її відповідність вимогам світового ринку, що відкриває нові можливості для розширення ринків збуту й залучення інвестицій.

Підприємство також активно працює над диверсифікацією продуктового асортименту, що дозволяє задовольняти потреби різних категорій споживачів і зменшувати ризики, пов'язані зі змінами попиту. Розробка нових продуктів сприяє посиленню конкурентоспроможності підприємства та збільшенню його інвестиційної привабливості. Співпраця ПАТ «Монфарм» із науковими установами й університетами відкриває доступ до інноваційних технологій і сприяє створенню нових продуктів. Це розширює перспективи науково-дослідної діяльності компанії, що дозволяє залишатися одним із галузевих лідерів із високим інвестиційним потенціалом. На додаток до всього, високий рівень корпоративного управління є ще одним важливим чинником успіху компанії.

Прозорість фінансової звітності та відкритість перед інвесторами підвищують довіру та знижують їхні ризики. Регулярне оприлюднення діяльності відповідно до міжнародних стандартів, таких як IFRS, свідчить про стабільність компанії і її здатність залучати значні інвестиції для реалізації інноваційних проєктів. Фінансові показники підприємства підтверджують його надійність і ефективність, що важливо для потенційних інвесторів. Висока рентабельність активів і капіталу говорить про перспективність і прибутковість інвестицій у ПАТ «Монфарм». Завдяки стабільній фінансовій стійкості, ПАТ «Монфарм» має можливість залучати великі обсяги інвестицій для впровадження інноваційних проєктів. Фінансові показники компанії свідчать про її надійність та ефективність, що є важливими факторами для потенційних інвесторів. Рівень рентабельності активів та капіталу підтверджує високу прибутковість інвестицій у підприємство.

Важливим чинником для формування інвестиційної привабливості підприємства відіграє професійна підготовка працівників та їхня компетентність. ПАТ «Монфарм» постійно інвестує у підвищення кваліфікації своїх фахівців, що дозволяє зберігати високий рівень продуктивності та забезпечувати якісне виконання інвестиційних проєктів.

Досліджуване підприємство ПАТ «Монфарм» у сучасних умовах демонструє стабільний фінансовий стан, що супроводжується лише незначними коливаннями інших фінансових показників і результативності. Це створює позитивну оцінку перспектив його подальшої діяльності. Водночас, хоча підприємство має високий і відносно стабільний рівень рентабельності, цього недостатньо для забезпечення його значної інвестиційної привабливості в очах учасників інвестиційного та фінансового ринків. Зважаючи на те, що фармацевтичний ринок України характеризується обмеженою кількістю виробників і ознаками монополістичної конкуренції, на інвестиційну привабливість підприємства значною мірою впливають не стільки виробничі аспекти, скільки культура й практика управління. Відтак, на інвестиційну

привабливість фармацевтичного підприємства ПАТ «Монфарм» впливає низка факторів (табл. 2.10).

Таблиця 2.10 – Фактори впливу на інвестиційну привабливість ПАТ «Монфарм»

Показник	Характеристика	
Організаційно-технічні умови		
1. Показники, які позитивно впливають на оцінку:		
інноваційний потенціал	накопичена інформація	3
можливості виробничих потужностей	технічний рівень устаткування	2
стадія життєвого циклу підприємства	зрілість	3
доля продукції на ринку	13% ринку	2
2. Показники, які негативно впливають на оцінку:		
застарілі технології	застосування старих технологій	-4
високий знос обладнання	знос на рівні 60%	-4
виробничий потенціал	рівень виробничих потужностей	-1
рівень конкурентоспроможності продукції	продукція не на рівні з аналогами	-3
Соціальні умови		
1. Показники, які позитивно впливають на оцінку:		
високий інтелектуальний потенціал	кількість інноваційних ідей	3
висока кваліфікація кадрів	проведення атестації	4
2. Показники, які негативно впливають на оцінку:		
низька вартість робочої сили	мінімальна зарплата	-4
соціальні проблем розвитку колективу	відсутність	-1
Якість управління		
1. Показники, які позитивно впливають на оцінку:		
аудит підприємства з компаніями з позитивною репутацією	рівень співпраці	4
наявність ефективної системи внутрішнього контролю	вірна організація праці	3
2. Показники, які негативно впливають на оцінку:		
зворотний зв'язок у системі	недостатньо професіоналізму керівцтву	-2

Окрім внутрішніх факторів впливу на інвестиційну привабливість ПАТ «Монфарм» значний вплив на неї здійснюють низка зовнішніх чинників, зокрема:

1. Очікування подальшого зростання світового фармацевтичного ринку – відкриває українським компаніям можливості для географічного розширення (розвиток експорту) та розширення ринків збуту;

2. Високі темпи зростання українського фармацевтичного ринку - сприяє розширенню продуктового портфеля та збільшенню продажів;
3. Низьке споживання ліків на душу населення – відкриває перспективи збільшення споживання ліків;
4. Фармацевтичний ринок України є ринком, що розвивається, на якому домінують генеричні препарати – це гарна перспектива для виробників оригінальних ліків для консолідації бізнесу (розширення продукції), диверсифікації бізнесу та розширення ринків збуту (угоди M&A);
5. Існуючий науково-дослідний потенціал - виступає основою для розвитку галузі оригінальних лікарських засобів (ОМД) за достатнього фінансування;
6. Використання міжнародних стандартів забезпечення та контролю якості лікарських засобів – сприятиме інтеграції в міжнародні процеси та підвищенню конкурентоспроможності вітчизняних виробників.

Задля формалізації дії зазначених факторів на підприємство потрібно аналітично оцінити їх вплив. Алгоритм оцінки інвестиційної привабливості підприємства буде здійснюватися в такій послідовності:

1. Оцінка показників ефективності господарської діяльності та фінансового стану підприємства;
2. Привласнення балів для кожного показника;
3. Складання рейтингу на основі результатів порівняльної оцінки.

В цьому дослідженні до групи показників ефективності господарської діяльності відносяться:

1. Рентабельність товарів:

$$P_{т\ 2022} = \frac{23320,0}{191104,0} \times 100\% = 22,27\%;$$

$$P_{т\ 2023} = \frac{51297,0}{208011,0} \times 100\% = 24,66\%;$$

2. Балансовий прибуток на 1 грн. сукупних активів:

$$ROA A_{2022} = \frac{23320,0}{193779,0} \times 100\% = 12,03\%;$$

$$ROA A_{2023} = \frac{51297,0}{222692,0} \times 100\% = 23,03\%;$$

3. Балансовий прибуток до власних коштів:

$$ROA_{2022} = \frac{23320,0}{151485,0} \times 100\% = 15,39\%;$$

$$ROA_{2023} = \frac{51297,0}{180341,0} \times 100\% = 28,44\%;$$

4. Балансовий прибуток до величини оборотних коштів:

$$R_{2023} = \frac{23320,0}{150219,0} \times 100\% = 15,52\%;$$

$$R_{2023} = \frac{51297,0}{178827,0} \times 100\% = 28,69\%;$$

Другим критерієм оцінки є показники, які відображають фінансовий стан підприємства, зокрема:

1. Коефіцієнт поточної ліквідності:

$$K_{\text{пл}2022} = \frac{23320,0}{42102,0} = 0,55;$$

$$K_{\text{пл}2023} = \frac{51297,0}{42148,0} = 1,22;$$

2. Коефіцієнт абсолютної ліквідності:

$$K_{\text{абс л}} = \frac{17666,0}{42102,0} = 0,42;$$

$$K_{\text{абс л}} = \frac{6904,0}{42148,0} = 0,16;$$

3. Частка чистого оборотного капіталу в оборотних коштах:

$$K_{\text{чок}2022} = \frac{150219,0 - 17666,0}{150219,0} = 0,88$$

$$K_{\text{чок}2023} = \frac{178827,0 - 6904,0}{178827,0} = 0,96;$$

4. Частка власних коштів в пасивах:

$$K_{\text{абс л}2022} = \frac{151485,0}{193779,0} = 0,78;$$

$$K_{\text{абс л}2023} = \frac{180341,0}{222692,0} = 0,81.$$

Можна також розширити перелік критеріїв оцінювання, аби забезпечити більш ґрунтовний аналіз діяльності підприємства, його платоспроможності, ліквідності балансу та інших показників, що визначають інвестиційну привабливість.

Наступний етап оцінювання інвестиційної привабливості підприємства передбачає бальну оцінку параметрів із використанням умовних даних, регламентованих авторами методики (табл. 2.11).

Бали розподіляються, у відповідність з наступними оцінками:

6. «Найвищий»: 2 бали;
7. «Високий»: 1 бал;
8. «Середній»: 0;
9. «Низький»: - 1 бал;
- 10.«Вкрай низький»: - 2 бали.

Таблиця 2.11 – Бальна оцінка параметрів

Показники / Оцінка	Найвищий	Високий	Середній	Низький	Вкрай низький
Рентабельність товарів	>20%	5-20%	0-5%	-20%-0	<-20%
Прибуток до оподаткування до валюти балансу	>15%	5-15%	0-5%	-10%-0	<-10%
Прибуток до оподаткування до власних засобів	>45%	15-45%	0-15%	-30%-0	<-30%
Прибуток до оподаткування до оборотних засобів	>30%	10-30%	0-10%	-20%-0	<-20%
Поточна ліквідність	>1,3	1,15-1,3	1-1,15	0,9-1,0	<0,9
Абсолютна ліквідність	>0,3	0,2-0,3	0,15-0,2	0,1-0,15	<0,1
Частка чистого оборотного капіталу в оборотних засобах	>22%	12-22%	0-12%	-11%-0	<-11%
Частка власних засобів у майні	>50%	20-50%	10-20%	3-10%	<3%

Далі, бали по кожному показнику множаться на вагу цього показника в рейтинговій оцінці при кредитному фінансуванні. Потім відповідно до їх ваги визначається сума балів за розрахованих показниках. Ваги коефіцієнтів фінансового стану та ефективності господарської діяльності представлені в табл. 2.12.

Таблиця 2.12 – Ваги показників в рейтинговій оцінці при кредитному фінансуванні

Показники	Значення ваги
3. Ефективність господарської діяльності	
1.1 рентабельність товарів	1,6
1.2 балансовий прибуток на 1 грн. сукупних активів	1,2
1.3 балансовий прибуток до власних засобів	0,8
1.4 балансовий прибуток до величини оборотних активів	0,4
4. Фінансовий стан	
2.1 коефіцієнт поточної ліквідності	1,0
2.2 коефіцієнт абсолютної ліквідності	1,6
2.3 частка чистого оборотного капіталу в оборотних засобах	0,8
2.4 частка власних засобів в пасивах	0,6

Сформуємо таблицю розрахованих показників (табл. 2.13).

Таблиця 2.13 – Рейтингова оцінка інвестиційної привабливості ПАТ «Монфарм», бал

Напрямок дослідження	Показник	Ваговий коефіцієнт	Показник	Категорія	Бали
1	2	3	4	5	6
2022 рік					
Ефективність господарської діяльності	Рентабельність діяльності, %	1,6	22,27	2	3,2
	Прибуток на 1 грошову одиницю, %	1,2	12,03	1	1,2
	Прибуток до власних засобів, %	0,8	15,39	1	0,8
	Прибуток до величини оборотних засобів, %	0,4	15,52	1	0,4
Фінансовий стан підприємства	Коефіцієнт поточної ліквідності	1,0	0,55	-2	-2,0
	Коефіцієнт абсолютної ліквідності	1,6	0,42	2	3,2
	Частка чистого оборотного капіталу у власних засобах, %	0,8	88,00	2	1,6
	Частка власних засобів в пасивах, %	0,6	78,00	2	1,2
Інтегральний показник					9,6

Продовження табл. 2.13

1	2	3	4	5	6
2023 рік					
Ефективність господарської діяльності	Рентабельність діяльності, %	1,6	24,66	2	3,2
	Прибуток на 1 грошову одиницю, %	1,2	23,03	2	2,4
	Прибуток до власних засобів, %	0,8	28,44	1	0,8
	Прибуток до величини оборотних засобів, %	0,4	28,69	1	0,4
Фінансовий стан підприємства	Коефіцієнт поточної ліквідності	1,0	1,22	1	1,0
	Коефіцієнт абсолютної ліквідності	1,6	0,16	0	0,0
	Частка чистого оборотного капіталу у власних засобах, %	0,8	96,00	2	1,6
	Частка власних засобів в пасивах, %	0,6	81,00	2	1,2
Інтегральний показник					10,6

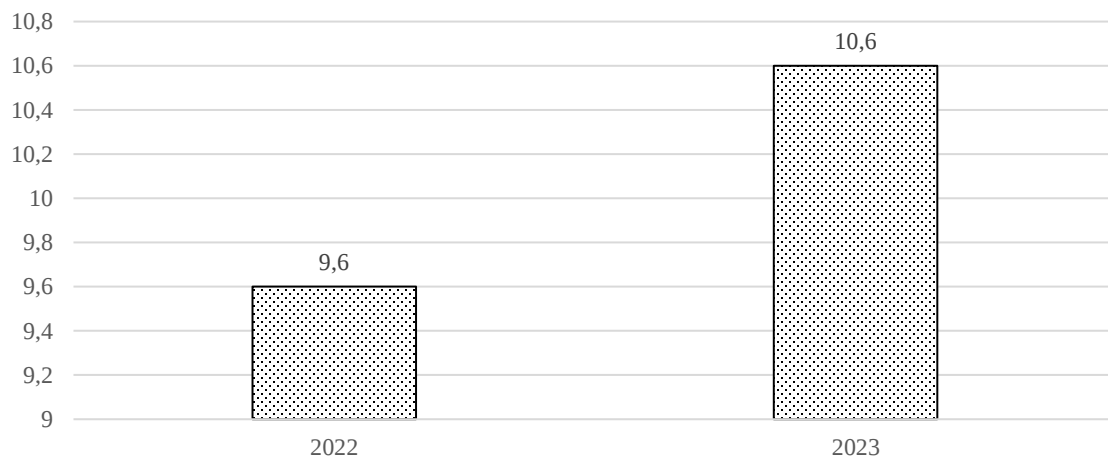


Рисунок 2.7 – Зміна інвестиційної привабливості ПАТ «Монфарм», бал

Отже, за досліджуваний період 2022-2023 років було виявлено зростання інвестиційної привабливості підприємства із 9,6 бали у 2022 році до 10,6 бали в 2023 році, що відображає підвищення ефективності діяльності підприємства.

Попри виявлені позитивні результати діяльності ПАТ «Монфарм» існує низка ризиків, що можуть суттєво знизити інвестиційну привабливість ПАТ «Монфарм», а саме:

1. погіршення фінансового становища підприємств унаслідок поступового уповільнення динаміки економічних процесів (за результатами статистичних

досліджень економічна активність підприємств з початком війни не демонструє покращення);

2. погіршення доступності кредитних ресурсів для реального сектора економіки (високі ставки кредитів та умови доступу до їх отримання) через загострення ситуації у фінансово-банківській сфері держави;
3. ризики зменшення обсягів іноземного інвестування капіталовкладень в Україні внаслідок початку бойових дій;
4. проблема неврегульованості питань корпоративного управління, недотримання прав міноритарних акціонерів щодо участі в управлінні та отриманні достовірної інформації про діяльність акціонерного товариства, розподіленні дивідендів за підсумками діяльності товариств та неможливість перевірити правдивість даної інформації, а відтак — впливати на формування інвестиційної стратегії підприємств;
5. збереження проблеми несприятливого інвестиційного клімату як інтегральної характеристики, що включає недосконалу інституційно-правову базу, нерозвинений фондовий ринок, нестійкість фінансово-кредитної системи, надмірний податковий тиск, неефективне використання амортизаційних відрахувань, неефективність регуляторної діяльності, низький рівень захисту прав приватних інвесторів, високий рівень корупції у сфері інвестиційної діяльності тощо.

При цьому багато потенційних стратегічних інвесторів не дуже зацікавлені у виробничих активах в Україні, оскільки відсутні чіткі регламенти обмеження на експорт та імпорт готової продукції чи сировини для лікарських препаратів, що додатково знижує можливості підприємства заробляти від продажу ліки за кордон.

Отже, за досліджуваний період 2022-2023 років спостерігалось підвищення інвестиційної привабливості підприємства із 9,6 бали у 2022 році до 10,6 бали в 2023 році, що відображає підвищення ефективності діяльності підприємства. Така ситуація є позитивною, втім господарювання в умовах війни потребує додаткової уваги до додаткового формування та забезпечення інвестиційної привабливості.

3 НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПУБЛІЧНОГО АКЦІОНЕРНОГО ТОВАРИСТВА «МОНФАРМ»

3.1 Обґрунтування шляхів підвищення інвестиційної привабливості підприємства публічного акціонерного товариства «Монфарм»

Надходження інвестицій у промисловість безпосередньо залежить від рівня інвестиційної привабливості підприємства. До ключових факторів, що визначають цю привабливість, належать значні обсяги доступних ресурсів для інвестування та мінімальні витрати на їх залучення. Вдосконалення процесів дозволяє створити підприємство, здатне ефективніше демонструвати свою привабливість перед інвесторами, що є важливим як для самого підприємства, так і для інвесторів. Досягнення цієї мети потребує дотримання певної послідовності дій (рис. 3.1), яка сприяє формуванню основних напрямів підвищення інвестиційної привабливості.

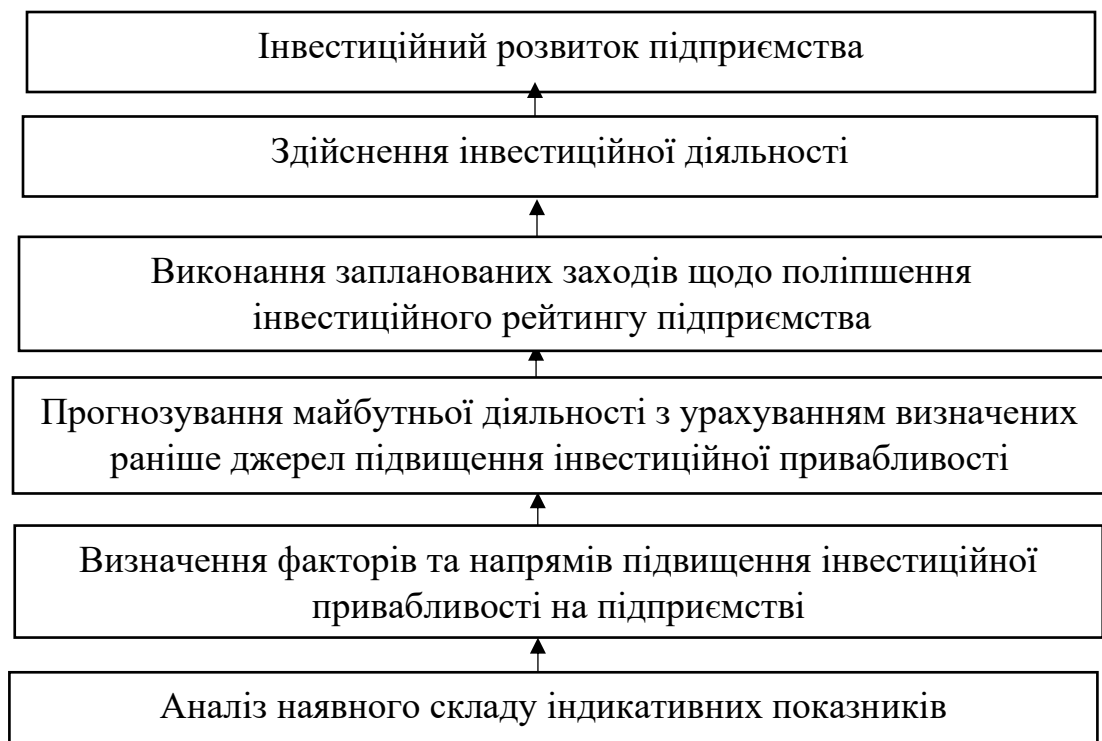


Рисунок 3.1 – Послідовність формування інвестиційної привабливості на промисловому підприємстві

Визначення шляхів підвищення інвестиційної привабливості є ключовою основою для теоретичного обґрунтування проблематики формування належного рівня конкурентоспроможності підприємства на інвестиційному ринку. Це завдання нерозривно пов'язане із загальними чинниками, які формують інвестиційну привабливість. Варто зазначити, що напрями, які сприятимуть її зростанню, можуть суттєво відрізнятися залежно від специфіки кожного типу інвесторів.

Отже, на основі теоретичних досліджень літературних джерел були визначені та узагальнені основні фактори, що сприяють підвищенню інвестиційної привабливості. Ці фактори представлені в таблиці 3.1.

Таблиця 3.1 – Фактори підвищення інвестиційної привабливості підприємства [51]

Фактори	Напрями підвищення інвестиційної привабливості
Фактори прямого впливу на рівень привабливості підприємства	
Фінансові	1. Оптимізація використання основних виробничих фондів на підприємстві; 2. Поліпшення управління та підвищення ефективності застосування оборотних коштів; 3. Зміцнення фінансової позиції підприємства шляхом збільшення ліквідності, забезпечення фінансової стабільності та платоспроможності; 4. Модернізація системи управління прибутковістю підприємства.
Економічні	1. Впровадження маркетингових заходів для оптимізації продажів; 2. Організація і контроль процесів ціноутворення на продукцію промислового підприємства; 3. Запровадження системи моніторингу вартості сировини та комплектуючих матеріалів; 4. Підвищення ефективності роботи підприємства завдяки використанню екологічно безпечного обладнання; 5. Управління та покращення якості продукції.
Фактори опосередкованого впливу на рівень привабливості підприємства	
Кадрові	1. Оптимізація використання соціальних ресурсів підприємства для підвищення їхньої ефективності; 2. Зростання рівня професійності та якості роботи управлінського персоналу;
Інформаційні	1. Впровадження сучасних інформаційних систем для поліпшення діяльності підприємства; 2. Гарантування зручного доступу до внутрішньої інформації; 3. Створення ефективних каналів обміну зовнішньою інформацією.
Фактори підсилення ділової репутації	1. Розроблення дієвої PR-стратегії для покращення репутації підприємства; 2. Формування стабільного та ефективного PR-ресурсу.

Щодо факторів непрямого впливу, зокрема кадрових, доцільно визначити такі напрями: оптимізація ефективності використання трудових ресурсів підприємства та покращення якості діяльності управлінського персоналу.

У контексті інформаційних факторів можна акцентувати увагу на розробці й впровадженні сучасних інформаційних систем в організації, забезпеченні доступності внутрішньої інформації, а також удосконаленні механізмів обміну зовнішньою інформацією.

Особливий інтерес викликають фактори, що сприяють підвищенню ділової репутації. У цьому аспекті варто зосередитися на підвищенні інвестиційної привабливості підприємства через такі напрямки, як впровадження дієвої PR-стратегії та створення надійної PR-платформи.

Серед найбільш важливих факторів формування інвестиційної привабливості можемо відзначити підвищення ефективності використання основних фондів. Оскільки основні засоби на підприємстві характеризуються високим рівнем зносу, у 2022 році він становив 38145,0 тис. грн., а вже у 2023 році сума зносу зросла до 41638,0 тис. грн. вважаємо за доцільне вжити заходів щодо оновлення основних засобів, зокрема вважаємо за доцільне вдатися до модернізації відділу забезпечення якості. Такий захід дозволить:

1. Зменшити витрати робочого часу на перевірку одиниці продукції;
2. Впровадити технологічні новинки у виробництво;
3. Підвищити ефективність використання виробничих площ;
4. Оновити устаткування;
5. Забезпечити надходження споживачу продукції виключно високої якості;
6. Виявити джерела виникнення можливого браку.

Таким чином, сукупність витрат на здійснення такого заходу включатиме:

$$C_{\text{оф}} = C_p + C_{\text{об}} + C_{\text{ін}} \quad (3.1);$$

де C_p – сукупність витрат, необхідних для здійснення ремонту, грн,

$C_{об}$ – сукупність витрат, необхідних для придбання основних фондів, грн,

$C_{ін}$ – сукупність витрат, необхідних для купівлі інструменту вартість якого перевищує 500 гривень, що може використовуватися необмежений термін.

Для здійснення розрахунків капітальних інвестицій потрібно зважати, що вони формуються з питомих показників, які є нормованими та розраховуються на 1 м² загальної корисної площі підприємства та можуть бути розраховані через такі залежності:

$$C_p = C'_p \times F_n, \quad (3.2);$$

$$C_{об} = C'_{об} \times F_n, \quad (3.3);$$

$$C_{ін} = C'_{ін} \times F_n, \quad (3.4);$$

де C_p – середня вартість ремонтних робіт на 1 м² загальної площі модернізації, грн./м² ;

$C_{об}$ – середня вартість устаткування на 1 м² загальної площі модернізації, грн./м² ;

$C_{ін}$ – середня вартість інструменту на 1 м² загальної площі модернізації, грн./м²;

F_n – повна площа відділу забезпечення якості, яка складає 200 м².

Сформуємо середню вартість ремонту, обладнання та інструментів використавши нормативні дані, що залежать від технологічного призначення підприємства, тоді:

Середня вартість приймається з нормативних даних в залежності з від технологічного призначення ремонтного підприємства. Скориставшись нормативними даними, з конструктивних міркувань приймаємо:

$$C_p = 9000 \text{ грн./ м}^2 ;$$

$$C_{об} = 8500 \text{ грн./ м}^2 ;$$

$$C_{ін} = 4000 \text{ грн./ м}^2.$$

Повертаючись до формул 3.2, 3.3 та 3.4 отримаємо:

$$C_p = 9000 \times 200 = 1800000 \text{ грн.};$$

$$C_{об} = 8500 \times 200 = 1700000 \text{ грн.};$$

$$C_{ін} = 4000 \times 200 = 800000 \text{ грн.}$$

$$\text{Тоді: } C_{оф} = 1800000 + 1700000 + 800000 = 4300000 \text{ грн.}$$

При здійсненні ремонту цеху витрати на оплату праці працівників складатимуть:

$$N_{\text{витр}} = 0,01 \times t_H \times C \times E_t, \quad (3.5)$$

де t_H – норми часу, які відповідають трудомісткості ремонту умовної машини представника, та приймається 2164, год.;

C – тарифна ставка робітника, яка приймається за середнім розрядам працівників, грн;

E_t – понаднормовий коефіцієнт, знаходиться в межах, E 1,02....1,03.

В ремонтній майстерні середній розряд робітників, які виконують ремонти приблизно можна прийняти: $D = 3,2$. Погодинну тарифну ставку можна визначити з врахуванням середнього розряду робіт, скориставшись наступною залежністю:

$$C_{3,2} = \frac{(C_{\text{год}4} - C_{\text{год}3}) \times 2}{10} + C_{\text{год}3} \quad (3.6)$$

де N_4 – годинна ставка 4-го розрядів, $N_4 = 118,46$;

N_3 – годинна ставка 3-го розрядів $N_3 = 116,88$;

$N_{3,2}$ – годинна ставка 3,2-го розрядів відповідно.

$$C_{3,2} = \frac{(118,46 - 116,88) \times 2}{10} + 116,88 = 117,20$$

Тоді:

$$N_{\text{вир}} = 0,01 \times 2164 \times 117,20 \times 1,03 = 2612,21$$

Додаткову заробітну плату можна прив'язати до основної за допомогою процентного співвідношення, тобто:

$$C_{\text{дзп}} = \frac{R_d \cdot C_{\text{овир}}}{100}, \quad (3.7)$$

де R_d – відсоткова ставка на додаткову платню, та знаходиться в межах R 7...10%.

$$C_{\text{дзп}} = \frac{8 \cdot 2612,21}{100} = 208,98,$$

Внески на соціальне страхування складуть:

$$C_{\text{соц}} = \frac{R_{\text{соц}} \cdot (C_{\text{о вир}} + C_{\text{д вир}})}{100} \quad (3.8)$$

де $R_{\text{соц}}$ – відсоткова ставка на соціальне страхування, $R_{\text{соц}} = 4,4\%$.

$$C_{\text{соц}} = \frac{4,4 \cdot (2612,21 + 208,98)}{100} = 124,13$$

$$B_{\text{вир}} = 124,13 + 2612,21 + 1,1 = 2737,44$$

Розрахунок витрат на ремонтні матеріали та запасні частини передбачає врахування того, що витрати на матеріали та запасні частини під час поточного ремонту становлять 50-70% від їх вартості при капітальному ремонті. Витрати на загально виробничі витрати розраховуються за формулою:

$$C_{\text{заг. вир.}} = \frac{R_{\text{заг.вир}} \cdot C_{\text{о вир}}}{100} \quad (3.9)$$

де $R_{\text{заг.вир}}$ – відсоткова ставка на загально виробничі витрати, $R_{\text{заг.вир}} = 19\%$ від загальних капітальних вкладень.

$$C_{\text{заг. вир.}} = \frac{19 \cdot 4300000}{100} = 817000$$

Внаслідок зменшення собівартості виробництва за рахунок впровадження нового устаткування річна економія припустимо, що складе близько 2%, тоді економічна ефективність складе:

$$E = \frac{93667,0 + 817,0}{42972 \cdot 0,02} \times 100 = 4,39.$$

Таким чином, економічна ефективність запропонованого заходу із оновлення основних засобів складає 4,39%, що є доцільним заходом для впровадження на підприємстві.

Серед важливих факторів і сфер нарощення інвестиційної привабливості доцільно застосувати їх групування за рівнем впливу, а саме: фінансово-економічні чинники, що безпосередньо впливають на привабливість промислового підприємства, та чинники опосередкованого впливу — кадри, інформація, резерви підвищення ділової репутації тощо.

Іншим економічним фактором, який впливає на формування інвестиційної привабливості, є маркетингова діяльність. Вона дозволяє надавати широку інформацію про продукцію за допомогою рекламної політики, піар-заходів і утримання в різних сегментах ринку що, як наслідок, покращує всі показники діяльності підприємства [52].

Не менш важливим є фактор підвищення ефективності управління ціноутворенням на підприємстві. Він дуже тісно пов'язаний з попереднім фактором, оскільки саме маркетинговий відділ повинен вивчати сегменти ринку, на яких реалізується або планується надання автотранспортних послуг.

Ще одним чинником підвищення інвестиційної привабливості підприємства для інвесторів виступає наявність достатньої інформації про витрати на сировину, витратні матеріали, інструменти та комплектуючі. Тому важливо створити на ринку конкретні організації, основною роллю яких буде моніторинг. Вони допоможуть фірмам отримати точні відомості про ціни на ринку, особливості його функціонування та здійснити найкращий вибір.

Ефективність природоохоронних заходів може бути пов'язана з багатьма факторами і не завжди залежить від самого підприємства. Законодавчі акти, що визначають відповідальність за забруднення навколишнього середовища, містять певні економічні важелі стимулювання впровадження екологічно чистих технологій.

Важливим фактором конкурентоспроможності підприємства є підвищення якості послуг. Це стосується не тільки підвищення якості послуг, а й їх відповідність міжнародним стандартам якості. Наявність величезної кількості вимог до якості набагато збільшує витрати, пов'язані з наданням послуг та їх тестуванням, дозволяє виходити на міжнародний ринок із світовим рівнем цін на послуги.

Соціальні фактори та резерви для зростання інвестиційної привабливості включають впровадження ефективних моделей стимулювання високих результатів, прогресивних форм оплати праці, а також систем заохочення і компенсаційних виплат. Це, в свою чергу, сприяє поліпшенню фінансово-господарських показників

підприємства. Вплив цих факторів можна відстежити під час розрахунку рейтингу інвестиційної привабливості, що відображається у його кінцевому значенні.

Для підвищення ефективності управління на підприємстві важливо забезпечити належну мотивацію кваліфікованих управлінців, що сприятиме максимізації фінансово-економічних результатів.

Серед інформаційних аспектів, що сприяють підвищенню інвестиційної привабливості, особливо важливими є впровадження прогресивних технологій та інформаційних систем. Важливо виділити необхідність інтеграції окремих автоматизованих систем управління на підприємстві. Цей процес не є одноразовою дією, а вимагає серйозного та тривалого підходу.

Серед інших інформаційних елементів, що формують інвестиційну привабливість підприємства, особливо слід акцентувати на ступені відкритості внутрішньої інформації для потенційних інвесторів. Відсутність необхідних даних може призвести до того, що інвестори віднесуть підприємство до категорії об'єктів з високим ризиком, що, в свою чергу, знижує його інвестиційну привабливість.

При аналізі інформаційних потоків підприємства варто уникати їх оцінки як замкнутої системи. Важливе значення має не лише високий рівень автоматизації систем управління всередині підприємства, але й створення стабільних і розвинених інформаційних зв'язків з іншими суб'єктами господарювання, включаючи державні органи, постачальників та споживачів. У межах національної економіки першорядними залишаються заходи, спрямовані на спрощення взаємодії з податковими органами та перехід до виключно електронного документообігу із контрагентами.

Зростання інвестиційної привабливості може бути результатом як прямих змін, наприклад, прискорення оборотності оборотних коштів завдяки зменшенню заборгованості, так і непрямих впливів, таких як підвищення мотивації персоналу, що врешті-решт позитивно позначається на фінансових показниках. Однак взаємозв'язок між такими чинниками та фінансовими показниками складніше відстежити.

Визначення напрямів покращення інвестиційної привабливості виступає важливим індикатором поточного стану й потенціалу підприємства як для потенційних інвесторів, так і для менеджменту компанії. Вихід на нові ринки можливий лише за умови сертифікації якості виробництва й продукції підприємства. Це й було запропоновано як один із ключових організаційних заходів для підвищення інвестиційної привабливості та міжнародної конкурентоспроможності.

Отже, можна зробити висновок, що впровадження визначених заходів щодо підвищення інвестиційної привабливості промислових підприємств сприятиме переходу країни до етапу прискореного економічного розвитку (табл. 3.2).

Таблиця 3.2 – Напрями підвищення інвестиційної привабливості промислових підприємств холдингу

	Назва напрямку підвищення інвестиційної привабливості промислових підприємств холдингу
1	Динамічний маркетинг полягає у впровадженні реклами через різноманітні канали та розширенні географії просування і продажу продукції
2	Зменшення витрат Визначення оптимального обсягу виробництва товарів
3	Стратегічне партнерство Пошук країн-партнерів та налагодження співпраці
4	Технологічна реорганізація Удосконалення виробничих процесів.
5	Прискорення обігу грошових коштів Зменшення обсягів готівкових розрахунків.
6	Мотивація та згуртованість команди Стимулювання співпраці між працівниками різних відділів.
7	Оптимальне використання експортного потенціалу.
8	Розширення асортименту моделей Створення нових продуктів з високим попитом.
9	Удосконалення системи управління бізнес-процесами. Поліпшення системи планування, обліку і контролю базових індикаторів діяльності підприємства
10	Вплив на ризики Систематична оцінка можливих збитків та ухвалення рішень для ефективного управління потенційними ризиками
11	Активна участь у тендерах та розширення асортименту продукції на ринку

Отже, застосування пріоритетних напрямів для підвищення інвестиційної привабливості підприємства дозволяє ефективно управляти його конкурентоспроможністю, що є ключем до подальшого розвитку. Підготовка підприємства до залучення інвестицій повинна бути поетапним, спланованим і чітко структурованим процесом. Для забезпечення ефективності якості потрібно їх згрупувати за такими напрямками покладаючись на внутрішні підприємницькі можливості та управлінський досвід персоналу підприємства:

1. Трансформація структури менеджменту;
2. Перебудова активів;
3. Удосконалення структури майнового фонду;
4. Осучаснення технології виробництва та сервісу (рис. 3.2).

Окремої уваги у вдосконаленні інвестиційної привабливості підприємства варто надати фінансовому стану. Аналіз інвестиційної привабливості ПАТ «Монфарм», проведений через оцінку фінансового стану за допомогою фінансових коефіцієнтів, виявив певні явища та процеси, які негативно позначаються на ефективності діяльності підприємства та зменшують його доходи. Це, в свою чергу, впливає на зниження інвестиційної привабливості компанії. Відтак, заходи впливу на фінансовий стан підприємства з метою залучення більших обсягів інвестицій можуть бути такими:

1. повне завантаження виробничих потужностей сприятиме розширенню господарської діяльності та забезпеченню додаткових доходів. Наразі рівень завантаженості виробничих потужностей є задовільним, проте його можна підвищити шляхом оновлення та модернізації;
2. ефективна цінова політика підприємства, а саме надання послуг складського зберігання товарів іншим суб'єктам господарювання за цінами вище собівартості, що буде позитивно впливати фінансову діяльність ПАТ «Монфарм»;
3. раціональне зменшення обсягів необоротних активів і виробничих запасів, оскільки їх неефективне використання може знижувати інвестиційну



Рисунок 3.2 – Потенційні способи вдосконалення інвестиційної привабливості підприємства [53]

привабливість підприємства, а зношення виробничих фондів – збільшувати витрати на їх утримання;

4. проведення якісної переоцінки основних засобів для виявлення тих, які мають нульову залишкову вартість, оскільки вони фактично зменшують активи підприємства;
5. контроль за правильністю обліку активів, щоб уникнути необхідності коригування вже сформованої фінансової звітності та запобігти виникненню небажаних питань від інвесторів;
6. рішення стосовно майна, яке протягом року не використовується та не планується для подальшого застосування, що дозволить отримати додатковий дохід від його списання;
7. розробка та виконання фінансових планів для контролю реалізації запланованих показників і оперативного реагування на зміни;
8. усунення недоліків у процесі управління витратами, щоб уникнути необґрунтованого завищення їх рівня;
9. удосконалення внутрішнього контролю – підприємству необхідно навчитися своєчасно виявляти та виправляти можливі ризики, які негативно впливають на діяльність;
10. створення плану підвищення кваліфікації персоналу задля покращення професійного рівня працівників;
11. розширення спектру надання платних послуг для забезпечення отримання додаткових доходів;
12. впровадження ефективної маркетингової політики для підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Завдяки реалізації зазначених заходів фінансове становище ПАТ «Монфарм» зможе значно покращитися за рахунок зростання обсягу доходів, що сприятиме залученню значних обсягів інвестицій.

3.2 Розробка механізму вдосконалення інвестиційної привабливості публічного акціонерного товариства «Монфарм» та його економічне обґрунтування

В умовах посилення конкуренції та нестабільності на світовому та місцевих ринках достатньо позитивно зарекомендували себе маркетингові технології в забезпеченні успішної діяльності підприємств. А відповідно і забезпеченні їх інвестиційної привабливості. Оскільки основним способом збільшення інвестиційної привабливості є забезпечення прибуткової роботи відповідно першим кроком у цьому напрямі є збільшення обсягів реалізації продукції. Однак для остаточного забезпечення цього завдання недостатньо створити товар чи послугу, призначити для них ціну та розмістити у зручному для споживача місці. Цей товар залишиться просто непоміченим серед сотень схожих на нього. Більше того, здійснюючи купівлю, споживач з-поміж альтернатив вибере лише те, що він знає, застерігаючи себе у такий спосіб від непередбачуваного ризику, оскільки не знати - означає не хотіти отримати. Відтак, подолати цю проблему можна шляхом використання четвертого елементу комплексу маркетингу – просування, за допомогою якого ПАТ «Монфарм» на основі інформування, переконування, нагадування про себе зможе забезпечити реалізацію своєї продукції. Важливу роль у політиці просування відіграє рекламна діяльність підприємства. Адже завдяки їй підприємство знаходить покупця для товару чи послуги і примушує його їх купувати. Отже, пропонуємо задля підвищення інвестиційної привабливості підприємства використати опосередкований метод – рекламу.

Мета реклами полягатиме в тому, щоб показати, ознайомити споживача з продукцією ПАТ «Монфарм», ознайомити його з якістю, асортиментом, ціною. Від впровадження рекламних заходів позитивний ефект отримають усі зацікавлені сторони (табл. 3.3).

Рекламна політика підприємств тісно пов'язана з політикою розподілу та збуту. Дуже часто у сучасних підприємств виникають питання: що саме рекламувати, як і

Таблиця 3.3 – Зацікавлені сторони в результатах рекламної діяльності підприємства

Перелік	Внесок	Очікування
Керівництво на всіх рівнях управління	Координація якісних, етичних та цінових наголосів рекламних повідомлень	Формування на ринку прихильності та відданості підприємству
Інвестори (акціонери)	Капітал, напрями вдосконалення рекламної діяльності підприємства	Стабільні дивіденди
Інвестори (кредитори)	Позиковий капітал, умови кредитування	Відсотки за кредит, своєчасне повернення кредиту
Персонал	Знання, ідеї, досвід роботи, кваліфікація, професійна підготовка, відданість підприємству	Високий рівень оплати праці, умови праці, отримання додаткових бонусів, забезпечення соціального пакету, підвищення кваліфікації за новітніми технологіями
Клієнти	Лояльність до підприємства	Широкий асортимент високоякісної інноваційної продукції, інноваційних технологій, умови продажу та оплати, система знижок, доброзичливе ставлення,
Постачальники та підрядники	Необхідні активи, нові технологічні процеси, прогресивні процесові інновації, своєчасне виконання замовлень, гнучкі ціни, умови закупок і оплати	Повна й своєчасна оплата поставок, довгострокові контракти
Державні органи	Підтримка виробничої діяльності, надання пільг і дотацій, правове поле діяльності	Податки, внески й збори, наповнення державного й місцевих бюджетів, створення робочих місць
Суспільство	Імідж у засобах масової інформації, висококваліфіковані місцеві фахівці,	Робочі місця для місцевих жителів, економічний і соціальний розвиток регіону, інвестиції в місцеву інфраструктуру,

скільки давати рекламних звернень, якого обсягу, в якому оформленні, як часто оновлювати рекламний інтер'єр закладу, скільки грошей використати на рекламу – все це становить рекламну тактику підприємства.

У контексті зазначеного вище необхідно виявити, чи підприємство має резерви підвищення ефективності маркетингової політики. Зокрема такими резервами ПАТ «Монфарм» є:

1. надання споживачам продукції незмінно високої якості;
2. постійне підвищення рівня задоволення споживачів і всіх зацікавлених сторін, враховуючи ефективну та якісну роботу персоналу із надання основних та додаткових послуг;
3. підвищення ефективності і результативності системи управління якістю надання послуг.

На аналізованому підприємстві низька частка коштів йде на рекламу, оскільки для просування продукції на ринок використовується мережа аптек з якими вже налагоджена комунікація. Рекламна кампанія проводиться на сайті підприємства, на радіо та в газетах, що пов'язано із структурою споживачів. Зокрема продукцією підприємства користуються люди більш старшого віку для яких саме ці види реклами є більш звичними.

Виходячи із специфіки продукції ПАТ «Монфарм» доцільно застосування реклами таких видів:

1. розміщення біг-бордів та сітілайтів;
2. банерна реклама в центрі міста;
3. реклама на місцевому телебаченні та радіо (періодично);
4. реклама на транспорті;
5. розкрутка сайту;
6. реклама на інформаційних Інтернет порталах.

Активне впровадження кожного виду реклами передбачає подачу необхідної інформації у вигляді рекламного звернення чи буклету із зображеннями видів продукції (таблетки, мікстури, настоянки, супозиторії), фірмовою емблемою у якості збірки рекламно-інформаційного повідомлення для потенційних клієнтів.

Наприклад, рекламні блоки на сторінках газет, традиційний вид, який використовується багатьма конкурентами. Для вирізнення інформації про продукцію ПАТ «Монфарм» потрібно:

1. В центрі рекламного повідомлення (на сторінку) розмістити логотип фірми і навколо нього якісні зображення тих проблем, які можуть вирішити фармацевтичні засоби з короткими влучними фразами чи рекламними гаслами, які приваблюють клієнтів.
2. Підбирати фон, на якому буде розміщена рекламна інформація під тематику певної газети з використанням елементів подальшого успіху та позитивних емоцій.
3. Концентрувати увагу на іміджі та діловій репутації підприємства на ринку виробництва фармацевтичної продукції.

Задля формування такої рекламної компанії вважаємо за доцільне звернутися до маркетингового агенства, для його обрання проаналізуємо маркетингові PR-агенства Черкаської області, де розташоване підприємство (табл. 3.4).

Протягом періоду створення рекламної компанії PR-агенством ПАТ «Монфарм» може самостійно вжити окремих заходів щодо стимулювання продажів, зокрема вдосконалити свій сайт, за допомогою ІТ-спеціаліста підприємства, оскільки переважна більшість молодих людей сьогодні все активніше здійснюють он-лайн покупки. Відтак, для покращення функціонування сайту підприємства можна запропонувати такі заходи:

1. Прибрати зі стартової сторінки посилання на застаріли зовнішні ресурси, які підприємство вже протягом багатьох років не підтримує. Мова йде на корпоративну сторінку у LinkedID та на корпоративні презентації у Issuu. Натомість, додати посилання на корпоративний акаунт в Instagram, Facebook, Youtube, Tiktok.

Таблиця 3.4 – PR-агенства Черкаської області

Назва	Назва PR-агенства		
	BANADA	PointeR Agency	PRoector
Послуги	1. Комплексний маркетинг; 2. Інтернет маркетинг & таргетинг; 3. SMM & CONTENT; 4. PR	1. Розробка PR-стратегій, репутаційний аудит; 2. PR та маркетингові дослідження; 3. Зовнішній прес-офіс та PR у соцмережах; 4. Співпраця з лідерами думок; 5. Розробка контенту та реалізація спецпроектів; 6. Антикризові комунікації	1. Розробка PR-стратегії; 2. Презентація компанії в національному інфопросторі; 3. Упаковка та фірмовий стиль; 4. Розробка ESG-стратегії
Створення рекламної продукції (Виготовлення відео-, фотопродукції, розміщення на 3 місяці на місцевому телебаченні та радіо)	1200000 грн.	1000000 грн.	2560000 грн.
Навчання SMM-спеціаліста підприємства веденню соціальних мереж підприємства	300000 грн	400000 грн.	400000 грн.
Час проведення рекламної компанії	3 місяці	3 місяці	3 місяці
Ціна	1500000 грн.	1400000 грн.	2960000 грн.

2. Щотижнево оновлювати новини. Інтервал між двома сусідніми новинами не має перевищувати 5 діб. Усі новини дублювати на англійській версії сайту.

3. Розміщувати інформацію про санітарно-епідеміологічну ситуацію, зміну клімату, погодні умови супроводжуючи доцільними для використання в цей час лікарськими засобами.

4. Змінити контент стартового вікна сайту. Зокрема, видалити зі стартового вікна сайту пропозицію здійснити оглядову екскурсію на підприємство.

5. В розділі «Продукція» надати додаткову інформацію за кожним продуктом. Загальний обсяг контенту доцільно збільшити в 2-3 рази.

6. В розділі «Продукція» у відповідних підрозділах поставити піктограмки та посилання на релевантні продуктові сторінки в соціальних мережах

7. В розділі «Продукція» у відповідних підрозділах поставити піктограмки та посилання на релевантні відео-ролики з YouTube-каналу підприємства.

8. У списку «Продукція» додати пункт на «Продукція на замовлення

9. Розширити контент розділу «Партнерство», в першу чергу надати пояснення щодо 32 міток на карті світу.

10. Зробити польську версію цього розділу сайту, ідентичною до української Відтак, вважаємо за доцільне обрати PR-агенство, яка пропонує найдешевшу ціну, оскільки ПАТ «Монфарм», оскільки:

1. Підприємство активно продає свою продукцію через мережі аптек;
2. Здійснюється участь в тендерних закупівлях для потреб держави;
3. Працюють прямі замовлення через сайт підприємства;
4. Підприємство активно збільшує свої чисті прибутки і не потребує вживання кардинальних заходів.

В таких умовах доцільно буде використати послуги PR-агенства «PointeR Agency», які створять певний набір рекламної продукції на 3 місяці, яку буде розміщена на місцевому телебаченні та радіо і навчать SMM-спеціаліста підприємства ефективному веденню соціальних мереж підприємства.

Оскільки прибутки підприємства є високими, для прикладу у 2023 році підприємство отримало 42972,0 тис. грн. прибутку, то фінансування такої рекламної компанії буде здійснено за рахунок чистого прибутку.

Проаналізуємо регресійну залежність витрат на збут та прибутковості та побудуємо на її основі прогноз потенційно можливого прибутку без застосування рекламних заходів (табл. 3.5; табл. 3.6; рис. 3.3).

Таблиця 3.5 – Вихідні дані

Рік	Витрати на збут, тис. грн.	Прибуток, тис. грн.
2022	5122	19095,0
2023	7110	42972,0

Таблиця 3.6 – Прогноз без PR-агенства:

Часова шкала	Значення	Передбачення	Нижня довірча границя	Верхня довірча границя
5122,0	19095,0			
7110,0	42972,0	42972,0	42972,0	42972,0
9098,0		66849,0	66849,0	66849,0

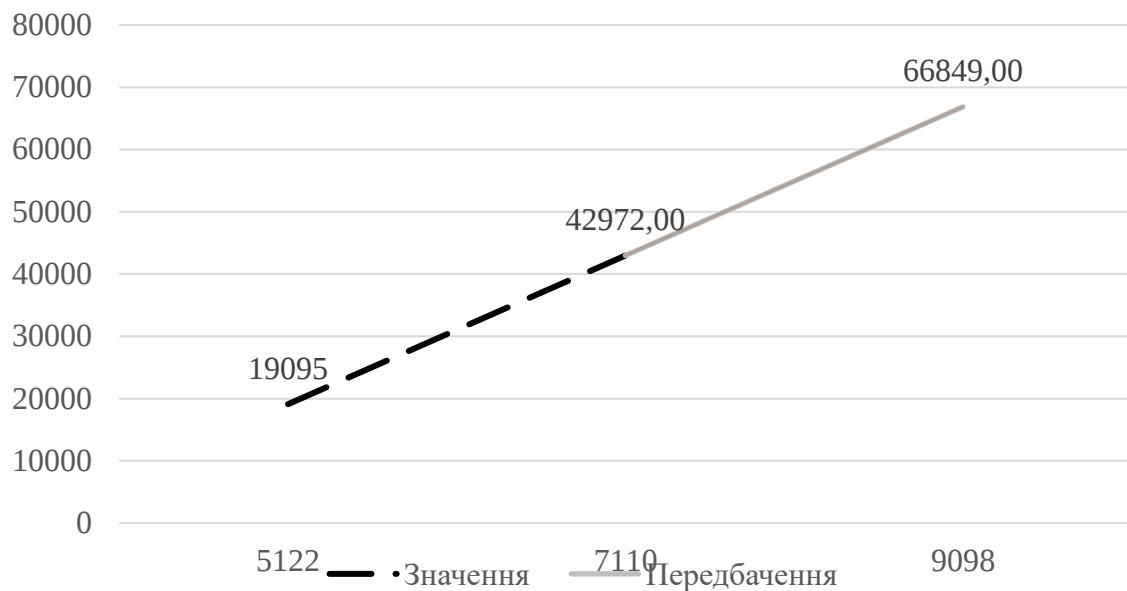


Рисунок 3.3 – Прогноз доходів без використання послуг PR-агенства

На основі запропонованих заходів із вдосконалення реклами побудуємо прогноз зростання прибутку після використання послуг PR-агенства (табл. 3.7; рис. 3.4).

Таблиця 3.7 – Прогноз з PR-агенством:

Часова шкала	Значення	Передбачення	Нижня довірча границя	Верхня довірча границя
5122	19095			
7110	42972	42972	42972,00	42972,00
9098		66849	66849,00	66849,00
9957		77166,07394	77166,07	77166,07

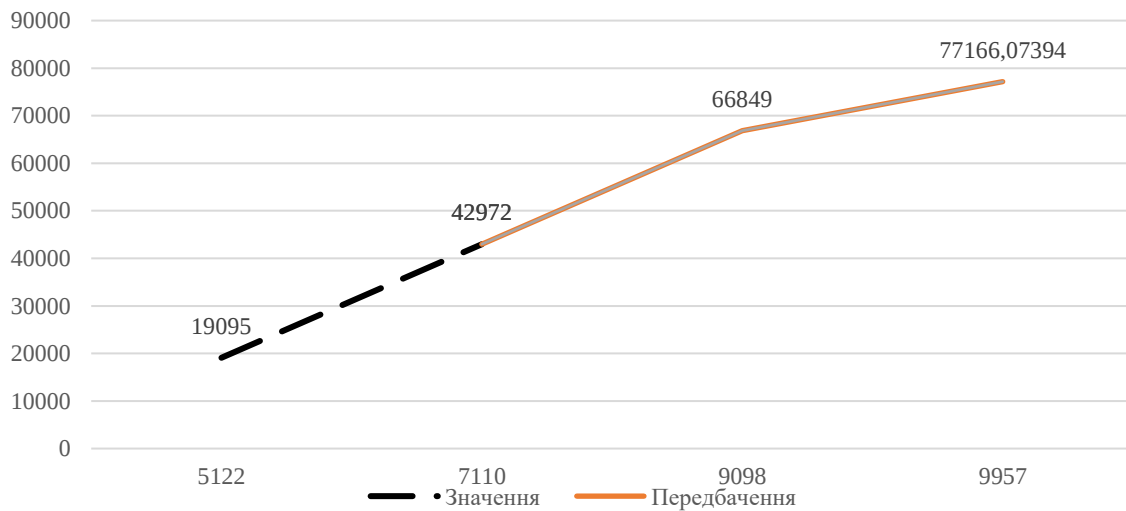


Рисунок 3.4 – Прогноз доходів після використання послуг PR-агенства

$$E_e = \frac{1400,0}{77166,0} = 1,81 \%$$

Ефективність=77166,0 тис. грн. -66849,0 тис. грн. =10317,0 тис. грн.

Таким чином, вдосконалення інвестиційної привабливості підприємства через підвищення обсягів продажів, які призведуть до зростання прибутковості через використання рекламних послуг PR-агенства PointeR Agency є ефективним оскільки забезпечить більш ефективне зростання прибутку. Якщо б і надалі ПАТ «Монфарм» працювало за попередньою математичною залежністю витрат на збут та прибутку, то воно б могло отримати 66849,0 тис. грн. прибутку, а з використанням – 77166,07 тис. грн. прибутку, що на 10317,0 тис. грн. більше. При цьому економічна ефективність запропонованого заходу складе 1,81%. Отже, забезпечене активне зростання прибутку ПАТ «Монфарм» дозволить суттєво підвищити його інвестиційну привабливість та додатково залучити інвесторів для забезпечення перспектив розвитку.

Відповідно до результатів запропонованих заходів, що були розроблені на основі аналізу факторів і причин їх зміни, можуть виробляються поточні та оперативні рішення з регулювання внутрішніх відносин і формування інвестиційної привабливості підприємства. Від час використання послуг PR-агенства можна додатково встановлювати або коригувати планові завдання по кожному напрямку рекламної діяльності, втім ці коригування мають бути відповідні до основного завдання управління інвестиційною привабливістю підприємства – забезпечення позитивної динаміки стану системи інвестиційної привабливості підприємства.

Отже, вживання попередньо запропонованої комбінації робіт PR-агенства та ПАТ «Монфарм» дозволить забезпечити ефективну рекламну кампанію для підприємства, що зумовить збільшення кількості клієнтів, підвищення конкурентоспроможності і як наслідок отримання підприємством більших прибутків, а також дасть змогу привернути нових інвесторів та підвищить його інвестиційну привабливість на ринку виготовлення фармацевтичної продукції.

ВИСНОВКИ

Дослідження теоретично-методичних основ управління інвестиційною привабливістю підприємства на прикладі ПАТ «Монфарм» дозволило зробити такі висновки:

1. Критичне дослідження концептуальних підходів до трактування сутності категорії «інвестиційна привабливість підприємства» дозволило встановити, що це комплекс характеристик, що стосуються його фінансово-господарської та управлінської діяльності, а також перспектив розвитку і можливостей залучення інвестиційних ресурсів задля забезпечення ефективного розвитку в майбутньому.

2. Виконані дослідницькі заходи дозволили встановити, що управління інвестиційною привабливістю підприємства спрямоване на: забезпечення випуску конкурентоспроможної продукції та підвищення її якості; проведення структурної перебудови виробничих процесів; формування належної сировинної бази для ефективної роботи підприємств; розв'язання соціальних проблем, зокрема залучення інвестицій, необхідних для підтримання стабільної роботи підприємств та їх ефективного функціонування, що, у свою чергу, сприятиме подальшому розширенню й розвитку виробництва; модернізацію основних виробничих фондів; підвищення технічного рівня праці та виробничих процесів та інші заходи.

3. Здійснене узагальнення низки методик дослідження інвестиційної привабливості підприємства засвідчило, що оцінка інвестиційної привабливості підприємства є досить складним завданням, яке потребує комплексного проблемно-орієнтованого підходу щодо його вирішення, який повинен базуватися як на аналізі поточного фінансового стану підприємства. Втім, найбільш комплексним і придатним для використання підхід Алексєєвої А. І., яка для детермінації інвестиційної привабливості підприємства пропонує використовувати комплексний показник, що відображає суму оцінених результативних коефіцієнтів, які висвітлюють різні аспекти ефективності діяльності та фінансової стійкості аналізованого підприємства. Цей показник слугує своєрідним індикатором інвестиційної активності.

4. Досліджуваним в бакалаврській кваліфікаційній роботі підприємством було публічне акціонерне товариство «Монфарм» – провідний гравець на ринку України серед виробників лікарських засобів та біологічно активних добавок. ПАТ «Монфарм» стикається з високим рівнем конкуренції від виробників та постачальників як внутрішньої, так і зовнішньої продукції. Конкуренти активно працюють над розширенням асортименту, підвищенням якості та ефективності своїх продуктів, що відображається на динаміці ринку відповідно для активної конкурентної боротьби підприємство потребує додаткових інвестиційних ресурсів.

5. Проведений фінансово-економічний аналіз капіталу та ресурсів підприємства ПАТ «Монфарм» засвідчив їх зростання із 193779,0 тис. грн. у 2022 році до 222692,0 тис. грн. у 2023 році, що свідчить про розширення можливостей підприємства у виробництві продукції. Аналіз основних фінансових показників засвідчив зростання чистого доходу (виручки) від реалізації продукції на 8,85% та чистого прибутку на 125,04%, втім відбулося зниження собівартості реалізовано продукції на 10,57%, що дозволило підприємству отримати зростання ефективності його роботи. Аналіз показників ефективності використання оборотних активів ПАТ «Монфарм» засвідчив певні сповільнення ділової активності. Аналіз витрат засвідчив стабільні тенденції в їх структурі та збільшення загального обсягу. Наслідком такої політики господарювання стало зростання у 2023 році в порівнянні із 2022 роком усіх показників рентабельності.

6. В роботі здійснено аналіз інвестиційної привабливості за досліджуваний період 2022-2023 років, який дозволив виявити зростання інвестиційної привабливості підприємства із 9,6 бали у 2022 році до 10,6 бали в 2023 році, що відображає підвищення ефективності діяльності підприємства. Отже, інвестиційна привабливість ПАТ «Монфарм» є позитивною, втім господарювання в умовах війни потребує додаткової уваги до її формування та забезпечення.

7. У результаті проведеного дослідження з'ясувалося, що підвищення інвестиційної привабливості може бути досягнуто як через пряме поліпшення показників, наприклад, шляхом прискорення обігу оборотних коштів за рахунок

зменшення заборгованості, так і через непрямі методи, такі як підвищення мотивації персоналу, що врешті-решт призведе до покращення фінансових результатів.

Саме тому вкрай важливо визначити напрями підвищення інвестиційної привабливості, які з реально поєднували поточний стан та потенціал підприємства та інтереси як для майбутніх інвесторів, так і для менеджменту компанії. Для цього було запропоновано їх згрупувати покладаючись на внутрішні підприємницькі можливості та управлінський досвід персоналу підприємства за такими напрямками як: трансформація структури менеджменту; перебудова активів; удосконалення структури майнового фонду; осучаснення технології виробництва та сервісу.

8. Відповідно до виявлених тенденцій та особливостей формування інвестиційної привабливості досліджуваного підприємства основний акцент в підвищенні інвестиційної привабливості підприємства було запропоновано зробити на збільшення продажів. Забезпечити виконання цього завдання можна шляхом використання четвертого елементу комплексу маркетингу – просування, за допомогою якого ПАТ «Монфарм» на основі інформування, переконування, нагадування про себе зможе забезпечити реалізацію своєї продукції. Оскільки важливу роль у політиці просування відіграє рекламна діяльність підприємства, було запропоновано до активізації рекламної діяльності залучити PR-агенство PointeR Agency, яке має розробити рекламну компанію, та здійснювати її протягом року. Вартість такого заходу складає 1400,0 тис. грн. В свою чергу такі витрати здійснюючись відповідно до попередньої моделі збуту забезпечать зростання прибутку підприємства на 10317,0 тис. грн. більше. При цьому економічна ефективність запропонованого заходу складе 1,81%. Отже, забезпечене активне зростання прибутку ПАТ «Монфарм» дозволить суттєво підвищити його інвестиційну привабливість.

Отже, вживання попередньо запропонованої комбінації робіт PR-агенства та самостійних заходів ПАТ «Монфарм» дозволить забезпечити ефективну рекламну кампанію для підприємства, що зумовить збільшення кількості клієнтів, підвищення конкурентоспроможності і як наслідок отримання підприємством більших прибутків, а також дасть змогу привернути нових інвесторів та підвищить його інвестиційну привабливість на ринку виготовлення фармацевтичної продукції.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гаврилишин Б. Д., Мочерний С. В., Устенко О. А. Економічна енциклопедія. К.: Академія. 2020, 253 с.
2. Бланк І. О. Управління інвестиціями підприємства. К.: Ніка Центр, 2013. 258 с.
3. Бланк І. О. Управління інвестиціями підприємства. К.: Ніка Центр, 2021. 456 с.
4. Іванов В. Л. Аналіз інвестиційної привабливості на основі комплексної оцінки фінансово-економічної діяльності. *Економіка, менеджмент, підприємництво*. № 6. 2021. С. 11-15.
5. Лоза С. П. Методологічні підходи до оцінювання інвестиційної привабливості: переваги, недоліки та особливості застосування на залізничному транспорті *Збірник наукових праць Державного економіко-технологічного університету транспорту. Сер. : Економіка і управління*. 2022. Вип. 21-22(1). С. 105-121.
6. Майорова Т. В. Інвестиційна діяльність: навчальний посібник. К.: ЦМЛ, 2024. 376 с.
7. Стащук О. В. Методичні засади оцінки інвестиційної привабливості підприємства. *Проблеми науки*. № 3. 2003. С. 22-31.
8. Савчук В. П., Прилипко С. І., Величко Є. Г. Аналіз та розробка інвестиційних проєктів. К.: Абсолют-В. 2019. 126 с.
9. Черваньов А. І. Менеджмент інвестиційної діяльності. К.: Знання, 2020. 447 с.
10. Михайлов В. С., Крехівський О. В. Статистичні оцінки інвестиційної привабливості підприємств і організацій окремих регіонів, форм власності та галузей економіки. *Статистика України*. № 3. 2000. С.18-26.
- 11.Соболь В. А., Кошилєв І. В. Управління інвестиційними процесами. *Економіка та держава*. № 10. 2016. С. 31-33.

12. Краснокутська Н. С. Оцінка інвестиційної привабливості. *Бізнес інформ*. 2020. №4. С. 62-65.
13. Дмитрієв І., Левченко Я. Оцінка і забезпечення інвестиційної привабливості підприємства в контексті регіонального розвитку: монографія. Харків, 2019. 267 с.
14. Коренюк П., Левандівський О. Формування інвестиційної привабливості підприємств галузей національної економіки: монографія. Кам'янське: ДДТУ, 2019. 293 с.
15. Лещук Г. Систематизація підходів до оцінювання інвестиційної привабливості регіону. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2020. № 29. С. 93–97
16. Коюда О. П. Інвестиційна привабливість підприємства в умовах трансформації економіки: автореф. дис. канд. екон. наук: 08.06.01. Харків, 2023. 20 с.
17. Кулик А. М., Корецька О. В. Економічна сутність поняття інвестиційної привабливості. *Вісник НТУ «ХПІ»*. 2018. 15 (1291). URL: <https://core.ac.uk/reader/161787630>
18. Дума О. І. Розроблення методу комплексного оцінювання інвестиційної привабливості підприємства. *Інвестиції: практика та досвід*. 2019. № 12. С. 101–106.
19. Чорна Л. О. Результативна стратегія досягнення інвестиційної привабливості підприємства. *Інвестиції: практика та досвід*, 2008. №24. С. 4-6.
20. Задорожна Я. Є., Дядечко Л. П. Підвищення інвестиційної привабливості підприємництва як напрямок залучення інвестиційних ресурсів. *Інвестиції: практика та досвід*. 2007. №2. 32-35.
21. Ткачук І. І., Спіцина Ю. Г. Сутність поняття «інвестиційна привабливість підприємства». *Проблеми системного підходу в економіці*. 2018. № 5(67). С. 47-49

- 22.Крамаренко К. М. Інвестиційна привабливість підприємства та методичні підходи до її визначення. *Причорноморські економічні студії*, 2016. №10. С. 22-26.
- 23.Носова О. В. Інвестиційна привабливість підприємства. Стратегічні пріоритети. 2022. №1(2). С. 120-126.
- 24.Методика інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємств і організацій. Затверджено наказом Агентства з питань запобігання банкрутству підприємств та організацій від 31.03.1998 р. за № 214/2654. URL: <http://iplex.com.ua/doc.php?code=z0214-98&red=100003e61d614ea0282db3f9cd1c12bca962ec&d=5&st=0>
25. Фінансове забезпечення розвитку підприємств: монографія / [І. О. Бланк та ін.] ; за ред. д-ра екон. наук, проф. І. О. Бланка ; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. К. : КНТЕУ, 2011. 343 с.
26. Борщ Л. М., Герасимова С. В. Інвестування: теорія і практика: Навчальний посібник. Київ: Знання, 2024. 685 с.
- 27.Шпортько Г. Ю., Козенкова Н. П., Козенкова В. Д. Оцінка інвестиційної привабливості промислового підприємства. *Ефективна економіка*. 2014. №11. С. 31–34.
- 28.Хобта В. М. Формування та підвищення інвестиційної привабливості суб'єктів господарювання. *Наукові праці ДонНТУ. Серія: економічна*. 2019. № 36-1. С. 118-125
- 29.Китайчук Т. Інвестиційна привабливість: теоретичний аналіз та впливові фактори. *Економіка та суспільство*. 2023. №54. <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2781/2701>
<https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-54-65> (дата звернення 18.04.2025 р.)
- 30.Чумак Л. Ф., Івченко М. М. Управління інвестиційною привабливістю підприємства. *Бізнесінформ*. 2018. № 9. С.71-76.
- 31.Владимиров С. В., Морозова О. П. Поняття інвестиційної привабливості підприємства. *Економіст*. 2019. № 10. С. 52.

32. Пересада А. А. Управління інвестиційним процесом. К.: Лібра, 2021. 472 с.
33. Лазоренко Т. В., Цветкова О. В. Управління інвестиційною привабливістю підприємства. *Молодий вчений*. 2014. № 12 (15). С. 184-187.
34. Пилипенко О. І. Аналіз інвестиційної привабливості підприємства: огляд методик. *Міжнародний збірник наукових праць*. 2010. Вип. 1 (13). С. 324-330.
35. Горяча О. Л. Інвестиції на привабливість промислового підприємства. *Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу*. 2016. № 1 (33). С. 46-52.
36. Урванцева С. В. Інвестиційна привабливість підприємства: сутність та фактори її формування. *Молодий вчений*. 2014. Вип. 7(2). С. 85–89.
37. Бурковець О. С. Підвищення інвестиційної привабливості промислових підприємств: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.06.01 "Економіка, організація і управління підприємствами" / О. С. Бурковець. Київ. 2023. 42 с.
38. Хорішко К. С. Фінансово-економічні перетворення системи управління розвитком інвестиційної привабливості підприємств. *Інвестиції: практика та досвід*. 2016. № 4. С. 22-24
39. Венгуренко Т. Г., Плахотнюк В. В. Аналіз інвестиційної привабливості України. *Бізнес-інформ*. 2020. № 4. С. 103–111.
40. Про затвердження Положення про порядок здійснення аналізу фінансового стану підприємств, що підлягають приватизації від 26.01.2019: сайт URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/ru/z0121-01#o52>
41. Туріянська М. М., Припотень В. Ю., Кас'янова Л. П., Кац О. А. Розвиток інвестиційної привабливості підприємства нематеріальними активами: монографія. Луганськ: Вид-во «Янтар», 2019. 96 с.
42. Єпіфанова І. Ю., Гладка Г. О. Інноваційний потенціал як передумова сталого розвитку підприємства. Сучасний політичний стан в Україні та розвиток статистики й обліку в умовах глобалізації, загострення енергетичних проблем: колективна монографія. Дніпро: ДНУ імені Олеся Гончара. 2018. С. 20-31.

- 43.Наказ Агентства запобігання банкрутству від 23.02.1998 р. № 22 «Про затвердження Методики інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємств та організацій». URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0214> (дата звернення 11.05.2025 р.)
- 44.Гриньова В. М., Коюда В. О., Лепейко Т. І. Інвестування: навчальний посібник. Х. : ВД "ИНЖЕК", 2024. 404 с.
- 45.Саїнчук Н., Федькович Ю. Теоретичні основи формування інвестиційного клімату України в сучасних складних умовах господарювання. URL: http://www.chteiknteu.cv.ua/herald/content/download/archive/2014/v1/NV-2014-V1_38.pdf
- 46.Дука А. П. Теорія та практика інвестиційної діяльності. Інвестування: уавч. госібник. К.: Каравела, 2024. 432 с.
- 47.Нападовська І. В. Теоретичні та методичні аспекти дослідження інвестиційної привабливості України. *Вісник ДонДует*. 2015. №4(28). С.55-61.
- 48.Чорна Л. О. Результативна стратегія досягнення інвестиційної привабливості підприємства. *Інвестиції: практика та досвід*, 2024. №(24). С. 4-6.
- 49.Мельник О. Г. Системи діагностики діяльності машинобудівних підприємств: полікритеріальна концепція та інструментарій: монографія. Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2020. 344 с.
- 50.Гуменний М. І. Стратегічне управління інвестиційною привабливістю підприємств. *Український журнал прикладної економіки*. 2020. Т. 5. № 4. С. 413–415.
- 51.Очередько О. О. Напрямки підвищення інвестиційної привабливості промислових підприємств холдингу. *Вісник приазовського державного технічного університету Серія: Економічні науки*. 2017. № 34. С. 401-407
- 52.Балацький О. Ф. Управління інвестиціями. Суми. Університетська книга. 2024. 231 с.
- 53.Ігнатенко М. В. Удосконалення інвестиційної привабливості економіки України. *Економічний вісник університету*. 2023. Вип. 31(1). С. 22-29.

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

(обов'язковий)

ПРОТОКОЛ ПЕРЕВІРКИ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

Назва роботи: Удосконалення управління інвестиційною привабливістю підприємства (на прикладі публічного акціонерного товариства «Монфарм»)

Тип роботи: бакалаврська кваліфікаційна робота
(бакалаврська кваліфікаційна робота / магістерська кваліфікаційна робота)

Підрозділ кафедра менеджменту, маркетингу та економіки,
факультет менеджменту та інформаційної безпеки, гр. ЕК-216
(кафедра, факультет, навчальна група)

Коефіцієнт подібності текстових запозичень, виявлених у роботі
системою StrikePlagiarism 3,19 %

Висновок щодо перевірки кваліфікаційної роботи (відмітити потрібне)

- ☒ Запозичення, виявлені у роботі, є законними і не містять ознак плагіату, фабрикації, фальсифікації. Роботу прийняти до захисту
- ☐ У роботі не виявлено ознак плагіату, фабрикації, фальсифікації, але надмірна кількість текстових запозичень та/або наявність типових розрахунків не дозволяють прийняти рішення про оригінальність та самостійність її виконання. Роботу направити на доопрацювання.
- ☐ У роботі виявлено ознаки плагіату та/або текстових маніпуляцій як спроб укриття плагіату, фабрикації, фальсифікації, що суперечить вимогам законодавства та нормам академічної доброчесності. Робота до захисту не приймається.

Експертна комісія:

Вітюк А.В.
(прізвище, ініціали, посада)
Благодир Л.М.
(прізвище, ініціали, посада)

[підпис]
(підпис)
[підпис]
(підпис)

Особа, відповідальна за перевірку [підпис]
(підпис)

Карачина Н.П.
(прізвище, ініціали)

З висновком експертної комісії ознайомлений(-на)

Керівник [підпис]
(підпис)
Здобувач [підпис]
(підпис)

Вітюк А.В.
(прізвище, ініціали, посада)
Чернюк Б.О.
(прізвище, ініціали)

ДОДАТОК Б
(обов'язковий)

ФІНАНСОВА ЗВІТНІСТЬ

ПАТ «Монфарм»

за 2022-2023 роки

Підприємство	ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО "МОНФАРМ"	за ЄДРПОУ	00374870
Територія	Черкаська обл.	за КАТОТТГ	UA710601700100 84282
Організаційно-право ва форма господарювання	Акціонерне товариство	за КОПФГ	230
Вид економічної діяльності	Виробництво фармацевтичних препаратів і матеріалів	за КВЕД	21.20

Середня кількість працівників: 248

Адреса, телефон: 19100 село Аврамівка, вулиця Заводська, 8, 0474623676

Одиниця виміру: тис.грн. без десяткового знака

Складено (зробити позначку "v" у відповідній клітинці):

за національними положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку

за міжнародними стандартами фінансової звітності

v

Баланс
(Звіт про фінансовий стан)

на 31.12.2022 р.

Форма №1

Код за ДКУД 1801001				
Актив	Код рядка	На початок звітної періоду	На кінець звітної періоду	На дату переходу на МСФЗ
1	2	3	4	5
I. Необоротні активи				
Нематеріальні активи	1000	491	1 566	0
первісна вартість	1001	621	1 696	12
накопичена амортизація	1002	(130)	(130)	(12)
Незавершені капітальні інвестиції	1005	0	0	2 208
Основні засоби	1010	43 267	41 795	12 543
первісна вартість	1011	78 037	79 940	24 987
знос	1012	(34 770)	(38 145)	(12 444)
Інвестиційна нерухомість	1015	0	0	0
первісна вартість	1016	0	0	0
знос	1017	(0)	(0)	(0)
Довгострокові біологічні активи	1020	0	0	0
первісна вартість	1021	0	0	0
накопичена амортизація	1022	(0)	(0)	(0)
Довгострокові фінансові інвестиції:				
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	0	20 001
інші фінансові інвестиції	1035	0	0	0
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	0	0	29
Гудвіл	1050	0	0	0
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	0	0
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	0	0
Інші необоротні активи	1090	0	0	2
Усього за розділом I	1095	43 758	43 361	34 783
II. Оборотні активи				
Запаси	1100	55 169	70 730	16 519
Виробничі запаси	1101	38 136	45 475	8 035
Незавершене виробництво	1102	0	83	196

Готова продукція	1103	17 033	25 172	8 288
Товари	1104	0	0	0
Поточні біологічні активи	1110	0	0	0
Депозити перестраховання	1115	0	0	0
Векселі одержані	1120	0	0	40
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	66 741	73 553	19 865
Дебіторська заборгованість за розрахунками:				
за виданими авансами	1130	0	0	0
з бюджетом	1135	32	6	40
у тому числі з податку на прибуток	1136	0	0	0
з нарахованих доходів	1140	0	0	0
із внутрішніх розрахунків	1145	0	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	5 003	4 634	1 685
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	17 666	6 904	560
Готівка	1166	5	1	2
Рахунки в банках	1167	17 661	6 903	558
Витрати майбутніх періодів	1170	0	0	0
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	0	0
у тому числі в:				
резервах довгострокових зобов'язань	1181	0	0	0
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	0	0
резервах незароблених премій	1183	0	0	0
інших страхових резервах	1184	0	0	0
Інші оборотні активи	1190	0	0	8
Усього за розділом II	1195	144 611	155 827	38 717
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	0	0
Баланс	1300	188 369	199 188	73 500

Пасив	Код рядка	На початок звітної періоду	На кінець звітної періоду	На дату переходу на МСФЗ
1	2	3	4	5
I. Власний капітал				
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	1 575	1 575	1 575
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0	0
Капітал у дооцінках	1405	12 872	12 872	0
Додатковий капітал	1410	0	0	7 743
Емісійний дохід	1411	0	0	0
Накопичені курсові різниці	1412	0	0	0
Резервний капітал	1415	0	0	241
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	129 664	144 411	24 394
Неоплачений капітал	1425	(0)	(0)	(0)
Вилучений капітал	1430	(0)	(0)	(0)
Інші резерви	1435	0	0	0
Усього за розділом I	1495	144 111	158 858	33 953
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення				
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	69	77	0
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	0	0	0
Інші довгострокові зобов'язання	1515	115	123	23 251
Довгострокові забезпечення	1520	0	0	0
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0	0	0

Цільове фінансування	1525	0	0	0
Благодійна допомога	1526	0	0	0
Страхові резерви	1530	0	0	0
у тому числі:				
резерв довгострокових зобов'язань	1531	0	0	0
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	0	0	0
резерв незароблених премій	1533	0	0	0
інші страхові резерви	1534	0	0	0
Інвестиційні контракти	1535	0	0	0
Призовий фонд	1540	0	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0	0
Усього за розділом II	1595	184	200	23 251
III. Поточні зобов'язання і забезпечення				
Короткострокові кредити банків	1600	0	0	0
Векселі видані	1605	0	0	1 267
Поточна кредиторська заборгованість за:				
довгостроковими зобов'язаннями	1610	0	0	0
товари, роботи, послуги	1615	34 414	25 913	13 520
розрахунками з бюджетом	1620	1 861	2 188	634
у тому числі з податку на прибуток	1621	679	1 337	0
розрахунками зі страхування	1625	607	644	197
розрахунками з оплати праці	1630	2 257	2 413	419
одержаними авансами	1635	0	0	0
розрахунками з учасниками	1640	0	0	0
із внутрішніх розрахунків	1645	0	0	0
страховою діяльністю	1650	0	0	0
Поточні забезпечення	1660	772	3 148	259
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	4 163	5 824	0
Усього за розділом III	1695	44 074	40 130	16 296
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	0	0
Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	0	0
Баланс	1900	188 369	199 188	73 500

Керівник

Домашук Богдан Борисович

Головний бухгалтер

Марчук Оксана Василівна

Підприємство

ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО
"МОНФАРМ"Дата
за ЄДРПОУ

КОДИ
01.01.2022
00374870

Звіт про фінансові результати
(Звіт про сукупний дохід)
за 2022 рік
Форма №2

I. Фінансові результати

			1801003
			Код за ДКУД
Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	191 104	167 321
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, передані у перестраховання	2012	(0)	(0)
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(104 734)	(96 541)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	(0)	(0)
Валовий:			
прибуток	2090	86 370	70 780
збиток	2095	(0)	(0)
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	0
Інші операційні доходи	2120	3 923	3 481
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	0	0
Адміністративні витрати	2130	(28 744)	(24 021)
Витрати на збут	2150	(5 122)	(4 487)
Інші операційні витрати	2180	(33 107)	(33 072)
Витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	0	0
Витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	0	0
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	23 320	12 681
збиток	2195	(0)	(0)
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	209	379
Інші доходи	2240	0	356
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	(8)	(153)
Втрати від участі в капіталі	2255	(0)	(0)
Інші витрати	2270	(0)	(166)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290	23 521	13 097

збиток	2295	(0)	(0)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-4 426	-2 513
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	19 095	10 584
збиток	2355	(0)	(0)

II. Сукупний дохід

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	0
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0
Накопичені курсові різниці	2410	0	0
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Інший сукупний дохід	2445	0	0
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	0	0
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	(0)	(0)
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	0	0
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	19 095	10 584

III. Елементи операційних витрат

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	94 727	88 817
Витрати на оплату праці	2505	37 981	31 467
Відрахування на соціальні заходи	2510	8 089	6 498
Амортизація	2515	3 394	3 207
Інші операційні витрати	2520	33 867	24 649
Разом	2550	178 058	154 638

IV. Розрахунок показників прибутковості акцій

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600	6 301 624	6 301 624
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	6 301 624	6 301 624
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	3,030170	1,679570
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	3,030170	1,679570
Дивіденди на одну просту акцію	2650	0,00	0,00

Керівник

Домащук Богдан Борисович

Головний бухгалтер

Марчук Оксана Василівна

КОДИ
01.01.2023
00374870
UA710601700100 84282
230
21.20

107

Середня кількість працівників: 222

Адреса, телефон: 19100 село Аврамівка, вулиця Заводська, 8, 0474623676

Одиниця виміру: тис.грн. без десяткового знака

Складено (зробити позначку "v" у відповідній клітинці):

за національними положеннями (стандартами) бухгалтерського
обліку за міжнародними стандартами фінансової звітності

v

Баланс

(Звіт про фінансовий стан)

на 31.12.2023 р.

Форма №1

1801001

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду	На дату переходу на МСФЗ
1	2	3	4	5
I. Необоротні активи				
Нематеріальні активи	1000	1 566	2 115	0
первісна вартість	1001	1 696	2 245	12
накопичена амортизація	1002	(130)	(130)	(12)
Незавершені капітальні інвестиції	1005	0	0	2 208
Основні засоби	1010	41 795	42 255	12 543
первісна вартість	1011	79 940	83 893	24 987
знос	1012	(38 145)	(41 638)	(12 444)
Інвестиційна нерухомість	1015	0	0	0
первісна вартість	1016	0	0	0
знос	1017	(0)	(0)	(0)
Довгострокові біологічні активи	1020	0	0	0
первісна вартість	1021	0	0	0
накопичена амортизація	1022	(0)	(0)	(0)
Довгострокові фінансові інвестиції:				
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	0	20 001
інші фінансові інвестиції	1035	0	0	0
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	0	0	29
Гудвіл	1050	0	0	0
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	0	0
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	0	0
Інші необоротні активи	1090	0	0	2
Усього за розділом I	1095	43 361	44 370	34 783
II. Оборотні активи				
Запаси	1100	70 730	72 614	16 519
Виробничі запаси	1101	45 475	39 470	8 035
Незавершене виробництво	1102	83	71	196
Готова продукція	1103	25 172	33 073	8 288
Товари	1104	0	0	0

Поточні біологічні активи	1110	0	0	0
Депозити перестрахування	1115	0	0	0
Векселі одержані	1120	0	0	40
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	73 553	84 017	19 865
Дебіторська заборгованість за розрахунками:				
за виданими авансами	1130	0	0	0
з бюджетом	1135	6	19	40
у тому числі з податку на прибуток	1136	0	0	0
з нарахованих доходів	1140	0	0	0
із внутрішніх розрахунків	1145	0	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	4 634	11 420	1 685
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	6 904	33 756	560
Готівка	1166	1	4	2
Рахунки в банках	1167	6 903	33 752	558
Витрати майбутніх періодів	1170	0	0	0
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	0	0
у тому числі в:				
резервах довгострокових зобов'язань	1181	0	0	0
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	0	0
резервах незароблених премій	1183	0	0	0
інших страхових резервах	1184	0	0	0
Інші оборотні активи	1190	0	0	8
Усього за розділом II	1195	155 827	201 826	38 717
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	0	0
Баланс	1300	199 188	246 196	73 500

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду	На дату переходу на МСФЗ
1	2	3	4	5
I. Власний капітал				
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	1 575	1 575	1 575
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0	0
Капітал у дооцінках	1405	12 872	12 872	0
Додатковий капітал	1410	0	0	7 743
Емісійний дохід	1411	0	0	0
Накопичені курсові різниці	1412	0	0	0
Резервний капітал	1415	0	0	241
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	144 411	187 377	24 394
Неоплачений капітал	1425	(0)	(0)	(0)
Вилучений капітал	1430	(0)	(0)	(0)
Інші резерви	1435	0	0	0
Усього за розділом I	1495	158 858	201 824	33 953
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення				
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	77	75	0
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	0	0	0
Інші довгострокові зобов'язання	1515	123	131	23 251
Довгострокові забезпечення	1520	0	0	0
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0	0
Благодійна допомога	1526	0	0	0
Страхові резерви	1530	0	0	0
у тому числі:				
резерв довгострокових зобов'язань	1531	0	0	0
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	0	0	0
резерв незароблених премій	1533	0	0	0

інші страхові резерви	1534	0	0	0
Інвестиційні контракти	1535	0	0	0
Призовий фонд	1540	0	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0	0
Усього за розділом II	1595	200	206	23 251
III. Поточні зобов'язання і забезпечення				
Короткострокові кредити банків	1600	0	0	0
Векселі видані	1605	0	0	1 267
Поточна кредиторська заборгованість за:				
довгостроковими зобов'язаннями	1610	0	0	0
товари, роботи, послуги	1615	25 913	27 929	13 520
розрахунками з бюджетом	1620	2 188	5 196	634
у тому числі з податку на прибуток	1621	1 337	4 159	0
розрахунками зі страхування	1625	644	660	197
розрахунками з оплати праці	1630	2 413	2 497	419
одержаними авансами	1635	0	0	0
розрахунками з учасниками	1640	0	0	0
із внутрішніх розрахунків	1645	0	0	0
страховою діяльністю	1650	0	0	0
Поточні забезпечення	1660	3 148	5 552	259
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	5 824	2 332	0
Усього за розділом III	1695	40 130	44 166	16 296
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	0	0
Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	0	0
Баланс	1900	199 188	246 196	73 500

Керівник

Домашук Богдан Борисович

Головний бухгалтер

Марчук Оксана Василівна

Дата за ЄДРПОУ

КОДИ

01.01.2023

00374870

Підприємство

ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО

«МОНФАРМ»

**Звіт про фінансові
результати (Звіт про
сукупний дохід)**

Кол за ЛКУЛ 1801003

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	208 011	191 104
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, передані у перестраховування	2012	(0)	(0)
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(93 667)	(104 734)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	(0)	(0)
Валовий: прибуток	2090	114 344	86 370
збиток	2095	(0)	(0)
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	0
Інші операційні доходи	2120	1 369	3 923
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	0	0
Адміністративні витрати	2130	(30 461)	(28 744)
Витрати на збут	2150	(7 110)	(5 122)
Інші операційні витрати	2180	(26 845)	(33 107)
Витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	0	0
Витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	0	0
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	51 297	23 320
збиток	2195	(0)	(0)
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	1 474	209
Інші доходи	2240	0	0
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	(8)	(8)
Втрати від участі в капіталі	2255	(0)	(0)
Інші витрати	2270	(0)	(0)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	52 763	23 521
збиток	2295	(0)	(0)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-9 791	-4 426
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після	2305	0	0

оподаткування			
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	42 972	19 095
збиток	2355	(0)	(0)

II. Сукупний дохід

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	0
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0
Накопичені курсові різниці	2410	0	0
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Інший сукупний дохід	2445	0	0
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	0	0
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	(0)	(0)
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	0	0
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	42 972	19 095

III. Елементи операційних витрат

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	94 477	94 727
Витрати на оплату праці	2505	37 003	37 981
Відрахування на соціальні заходи	2510	7 818	8 089
Амортизація	2515	3 505	3 394
Інші операційні витрати	2520	23 156	33 867
Разом	2550	165 959	178 058

IV. Розрахунок показників прибутковості акцій

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600	6 301 624	6 301 624
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	6 301 624	6 301 624
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	6,819190	3,030170
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	6,819190	3,030170
Дивіденди на одну просту акцію	2650	0,00	0,00

Керівник

Домашук Богдан Борисович

Головний бухгалтер

Марчук Оксана Василівна

ДОДАТОК В
(обов'язковий)

ІЛЮСТРАТИВНА ЧАСТИНА

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ПРИВАБЛИВІСТЮ
ПІДПРИЄМСТВА (НА ПРИКЛАДІ ПУБЛІЧНОГО АКЦІОНЕРНОГО
ТОВАРИСТВА «МОНФАРМ»)

Таблиця 1 – Мета, об'єкт, предмет та завдання роботи

Мета роботи	вивчення сутності, методичних засад та управління інвестиційною привабливістю підприємства, а також розробка заходів щодо удосконалення управління інвестиційною привабливістю підприємства
Об'єкт дослідження	процес формування інвестиційної привабливості на приватному акціонерному товаристві «Монфарм».
Предмет дослідження	теоретико-методичні та прикладні аспекти управління інвестиційною привабливістю на приватному акціонерному товаристві «Монфарм».
Завдання дослідження	- розглянути поняття інвестиційної привабливості підприємства; - провести дослідження особливостей управління інвестиційною привабливістю підприємства; - розкрити методичні засади оцінювання інвестиційної привабливості підприємства; - здійснити організаційно-економічну характеристику приватного акціонерного товариства «Монфарм»; - провести аналізування динаміки основних економічних показників діяльності ПрАТ «Вінницький дослідний завод»; - оцінити інвестиційну привабливість приватного акціонерного товариства «Монфарм»; - обґрунтувати шляхи підвищення інвестиційної привабливості підприємства приватного акціонерного товариства «Монфарм»; - розробити механізм вдосконалення інвестиційної привабливості приватного акціонерного товариства «Монфарм» та здійснити його економічне обґрунтування.

Таблиця 2 – Критичний аналіз дефініції поняття «інвестиційна привабливість підприємства»

Науковець	Сутність
О. П. Коюда [16]	Інвестиційна привабливість підприємства – це комплексна характеристика, що відображає здатність реалізувати свій інвестиційний потенціал і залучати інвестиційні ресурси, базується на економічних, соціальних, організаційних
А. М. Кулик, О. В. Корецька [17]	Інвестиційна привабливість – багатошарова інтегрована характеристика, яка охоплює економічні, фінансові, виробничі та організаційні напрями роботи підприємства, відповідно до вимог потенційних інвесторів
О. І. Дума [18]	Інвестиційна привабливість – це поєднання якісних і кількісних характеристик підприємства, що відображають його цінність та перспективи розвитку, які сприяють надходженню інвестицій, враховуючи інтереси інвестора
Л. О. Чорна, В. С. Андрієць [19]	Інвестиційна привабливість – це взаємозв’язок економічних (інвестиції) та психологічних (привабливість) характеристик, які відповідають вимогам інвесторів і забезпечують результат при прийнятому рівні ризику
Я. Є. Задорожна, Л. П. Дядечко [20]	Інвестиційна привабливість – це сукупність різних чинників, що змінюються в залежності від цілей інвесторів, особливостей виробничої та технічної роботи підприємства, а також його економічного розвитку
І. І. Ткачук, Ю. Г. Спіцина [21]	Інвестиційна привабливість – це набір виробничих і фінансових умов, що включають кількісні та якісні показники, які характеризують потенційні можливості та економічні переваги об’єкта порівняно з іншими варіантами для інвестування
К. М. Крамаренко [22]	Інвестиційна привабливість визначається сукупністю чинників, що можуть змінюватися в залежності
О. В. Носова [23]	Інвестиційна привабливість підприємства визначається здатність генерувати стабільні фінансові результати та забезпечувати перспективи зростання, а також рівнем ризиків
Методика інтегральної оцінки [24]	Інвестиційна діяльність визначається рівнем задоволення фінансових, організаційних, виробничих та інших вимог інвестора, що може оцінюватися значеннями відповідних показників, зокрема інтегральної оцінки

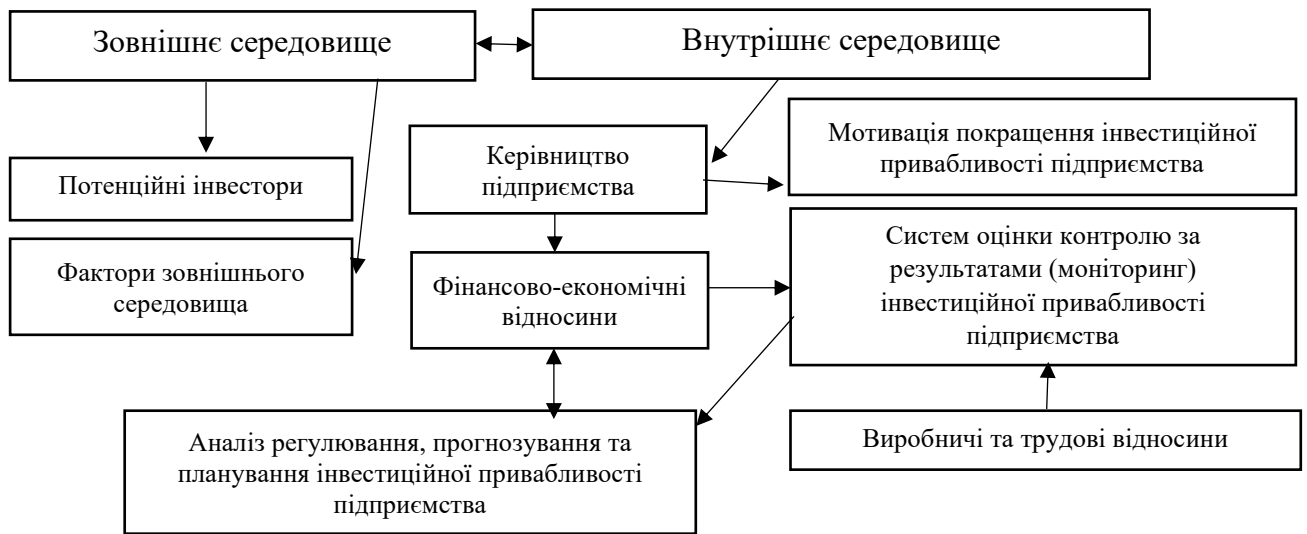


Рисунок 1 – Процес управління інвестиційною привабливістю підприємства

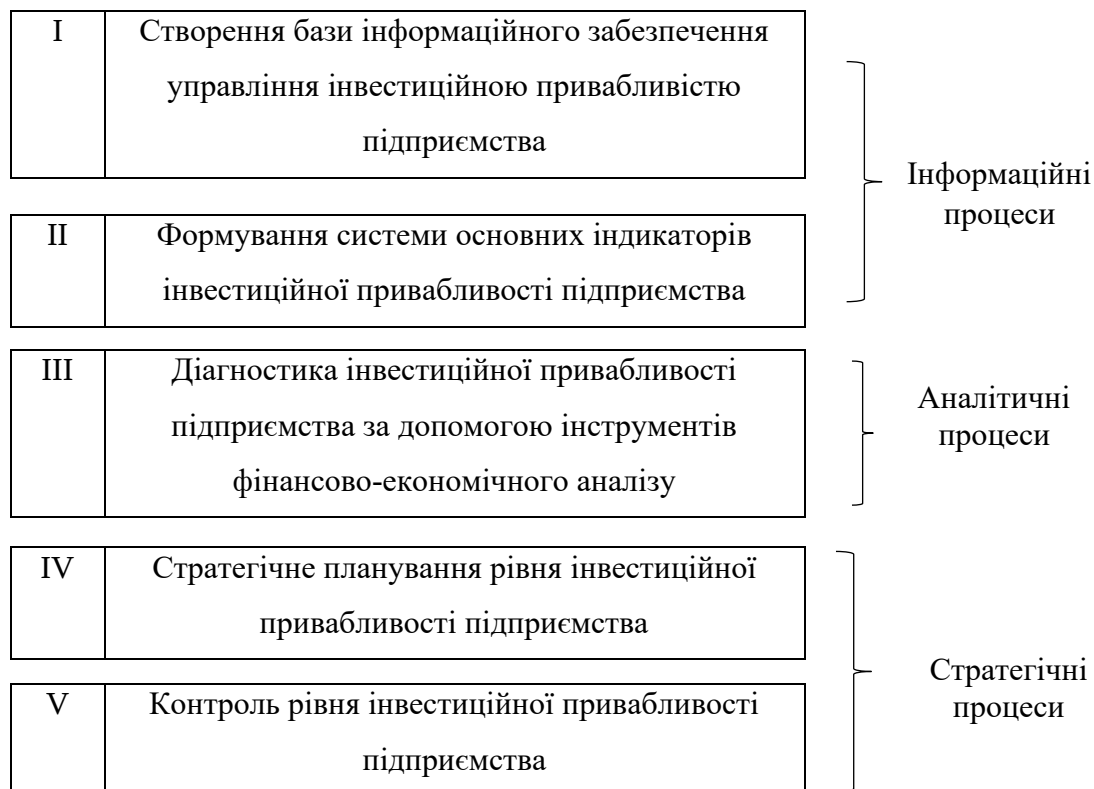


Рисунок 2 – Етапи процесу управління інвестиційною привабливістю підприємства

Таблиця 3 – Аналіз основних підходів до оцінки інвестиційної привабливості підприємств

Методичний підхід	Основні положення підходу	Переваги	Недоліки
Інтегральна оцінка інвестиційної привабливості	Проводиться за такими етапами: оцінка фінансового стану; визначення вагомості показників на основі експертних оцінок; визначення розмаху варіаційної множини; визначення ранжованого значення за кожним показником; розрахунок інтегрального показника.	Всебічна оцінка інвестиційної привабливості підприємства	Складність у порівнянні багатьох різноспрямованих показників; потребує значної інформаційної бази
Метод рейтингової оцінки	Оцінка фінансового стану підприємства за наступними показниками: ліквідності, платоспроможності, фінансової стійкості, ділової активності, неплатоспроможності, ймовірності банкрутства	Простота та зрозумілість у використанні, не потребує залучення експертів.	Складність вибору еталону для порівняння
Метод експертних оцінок	Передбачає наступні етапи: - Визначення експертами вагомості показників; - Аналіз показників в динаміці; - Визначається інвестиційна привабливість підприємства.	Можливість адаптації показників і факторів під потреби інвесторів; поглиблений аналіз певних галузей економіки.	Складність залучення незалежних експертів з високим рівнем їх професіоналізму; суб'єктивний характер отриманих результатів; залежність результатів від кваліфікації експертів
Метод порівнянь	Передбачає оцінку складових інвестиційного процесу: порівняння об'єктів інвестування, інвесторів та чинників інвестиційної привабливості.	Простота та у застосуванні та інтерпретації	Залежить від наявності активно функціонуючого ринку об'єктів-аналогів; залежність від стабільності ринку
Матричний метод	Передбачає поєднання оцінки впливу фінансово-економічних чинників та маркетингових показників діяльності підприємства	Об'єктивна оцінка фінансової ситуації та потенційних можливостей підприємства	Дані про поточний стан підприємства не завжди можна екстраполювати в майбутнє

Таблиця 4 – SLEPT-аналіз ПАТ «Монфарм»

Фактори	Значення	Оцінка	Вага	Зважена оцінка
Соціальні (S)				
Кваліфікація кадрів	працюють досвідчені та висококваліфіковані робітники	+5	0,4	+2
Корпоративна соціальна відповідальність	відсутня чітко визначена корпоративна відповідальність	-3	0,1	-0,3
Досвід роботи у галузі	досвід роботи у галузі	+4	0,1	+0,4
Зв'язки з громадськістю	організація періодично звітує перед громадськістю про проведені заходи	+4	0,2	+0,8
Кількість персоналу	в компанії працює більше сотні працівників	+3	0,1	+0,3
Мотивація персоналу	рідкісні випадки появи вакансій на ринку праці, що свідчить про низьку плинність кадрів	+4	0,1	+0,4
Юридичні (L)				
Правові обмеження	законодавчі обмеження на випуск продукції	-5	0,6	-3
Державне регулювання	негативні зміни державного регулювання	-3	0,4	0,4
Економічні (E)				
Обсяг виробництва і реалізації продукції	підприємство щомісяця виготовляє та реалізовує великий обсяг продукції; посідає перше місце з продажу ферментних препаратів, суппозиторіїв, пеллетированих лікарських форм	+4	0,1	0,4
Рекламна компанія	недостатня рекламна кампанія	-3	0,15	-0,45
Чистий прибуток	за останні три роки компанія отримувала чистий прибуток, тому має можливість вкладати кошти в нові напрями розвитку	+5	0,1	+0,1
Асортимент продукції	компанія володіє широким асортиментом продукції, але може продовжити його розширення	+4	0,1	0,4
Виробництво іноземних аналогів	завдяки досвіду роботи ТОВ «Астрафарм» може виготовляти іноземні аналоги	+3	0,05	+0,15
Економічна криза	криза в економіці країни	-3	0,1	-0,3
Інфляція	високі темпи інфляції	-3	0,05	-0,15
Валовий національний продукт	падіння темпів виробництва валового національного продукту	-3	0,05	-0,15
Конкуренція	посилення конкуренції з боку іноземних постачальників; виробництво товарів-замінників конкурентами	-4	0,2	0,8
Політичні (P)				
Нестабільність у країні	політична і соціальна нестабільність у країні	-3	0,7	-2,1
Субсидії та дотації	державна стимулює розвиток підприємств завдяки наданню субсидій та дотацій	-1	0,3	-0,3
Технологічні (T)				
Система комунікацій	розгалужена система комунікацій	+5	0,4	+2
Рівень автоматизації	високий рівень автоматизації	+4	0,6	+2,4

Таблиця 5 – Таблиця SWOT-аналізу ПАТ «Монфарм»

№	Сильні сторони	№	Слабкі сторони
1	Великий асортимент продукції та його нарощування	1	Орієнтування на ціни інших виробників
2	Відомість торгової марки	2	Залежність від посередників в реалізації товару
3	Наявність ліцензій, сертифікатів якості та велика кількість патентів	3	Залежність від національного ринку
4	Реінвестування до 90% прибутку		
5	Сучасні технології виробництва та дослідження		
6	Активна інноваційна діяльність		
7	Висококваліфіковані працівники		
8	Конкурентний продукт в своєму ціновому сегменті		
9	Розвинуте до та після продажне обслуговування		
10	Розвинуті канали збуту		
11	Лідерська позиція на ринку		
№	Можливості	№	Загрози
1	Задовольняти військові потреби країни в лікарських výroбах та препаратах	1	Обмеження цін на деякі лікарські засоби
2	Збільшення попиту на вітчизняну продукцію	2	Відтік споживачів з країни, розрив ланцюгів поставок та виробництва продукції
3	Впровадження нових більш ефективних технологій та поява більш ефективних засобів	3	Зменшення обсягів ринку лікарських засобів та загострення конкуренції за гроші споживачів
4	Полегшення та пришвидшення цифрової комунікації із споживачами і референтними групами	4	Можливе технологічне відставання від конкурентів
		5	Зменшення частки ринку та доходів

Таблиця 6 – Аналіз капіталу та ресурсів підприємства ПАТ «Монфарм»

Показники	Одиниці виміру	Роки		Абсолютне відхилення, тис. грн.	Відносне відхилення, %
		2022	2023		
Сукупний капітал	тис. грн	193779,0	222692,0	28913,0	14,92
Власний капітал	тис. грн	151485,0	180341,0	28856,0	19,05
Середня вартість залученого капіталу	тис. грн	42294,0	42351,0	57,0	0,13
Основні засоби	тис. грн	42531,0	42025,0	-506,0	-1,19
за первинною вартістю на початок року	тис. грн	78037,0	79940,0	1903,0	2,44
за первісною вартістю на кінець року	тис. грн	79940,0	83893,0	3953,0	4,94
знос на кінець року	тис. грн	38145,0	41638,0	3493,0	9,16
середньорічна вартість основних засобів	тис. грн	42531,0	42025,0	-506,0	-1,19
Нематеріальні активи	тис. грн	1029,0	1841,0	812,0	78,91
за первинною вартістю на кінець року	тис. грн	1696,0	1971,0	275,0	16,21
за залишковою вартістю на кінець року	тис. грн	1596,0	2115,0	519,0	32,52
знос (накопичена амортизація) на кінець року	тис. грн	130,0	140,0	10,0	7,69
середня вартість нематеріальних активів	тис. грн	1029,0	1841,0	812,0	78,91
Оборотні активи	тис. грн	150219,0	178827,0	28608,0	19,04
усього на початок року	тис. грн	144611,0	155827,0	11216,0	7,76
усього на кінець року	тис. грн	155827,0	201826,0	45999,0	29,52
Запаси на початок року	тис. грн	55169,0	70730,0	15561,0	28,21
Запаси на кінець року	тис. грн	70730,0	72714,0	1984,0	2,81
Дебіторська заборгованість на початок року	тис. грн	66741,0	73553,0	6812,0	10,21
Дебіторська заборгованість на кінець року	тис. грн	73533,0	84017,0	10484,0	14,26
Грошові кошти та їх еквіваленти на початок року	тис. грн	17666,0	6904,0	-10762,0	-60,92
Грошові кошти та їх еквіваленти на кінець року	тис. грн	6904,0	33756,0	26852,0	388,93
Середньооблікова чисельність	осіб	248	222	-26,0	-10,48

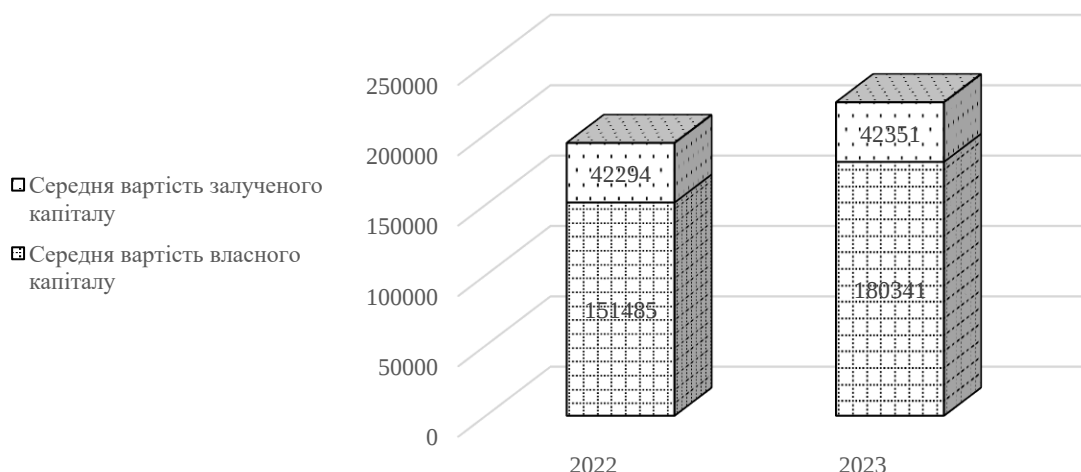


Рисунок 3 – Структура капіталу ПАТ «Монфарм», тис. грн.

Таблиця 7 – Аналіз економічних та фінансових результатів діяльності підприємства ПАТ «Монфарм»

Показники	Роки		Абсолютне відхилення, тис. грн.	Відносне відхилення, %
	2022	2023		
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції, тис. грн	191104,0	208011,0	16907,0	8,85
Обсяг реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), %	100,00	100,00	0,0	0,00
Собівартість реалізованої продукції, тис. грн	104734,0	93667,0	-11067,0	-10,57
Прибуток (збиток) від операційної діяльності, тис. грн	23320,0	51297,0	27977,0	119,97
Валовий прибуток, тис. грн	86370,0	114344,0	27974,0	32,39
Чистий прибуток (збиток), тис. грн	19095,0	42972,0	23877,0	125,04
Фонд оплати праці усіх працівників, тис. грн	37981,0	37003,0	-978,0	-2,57

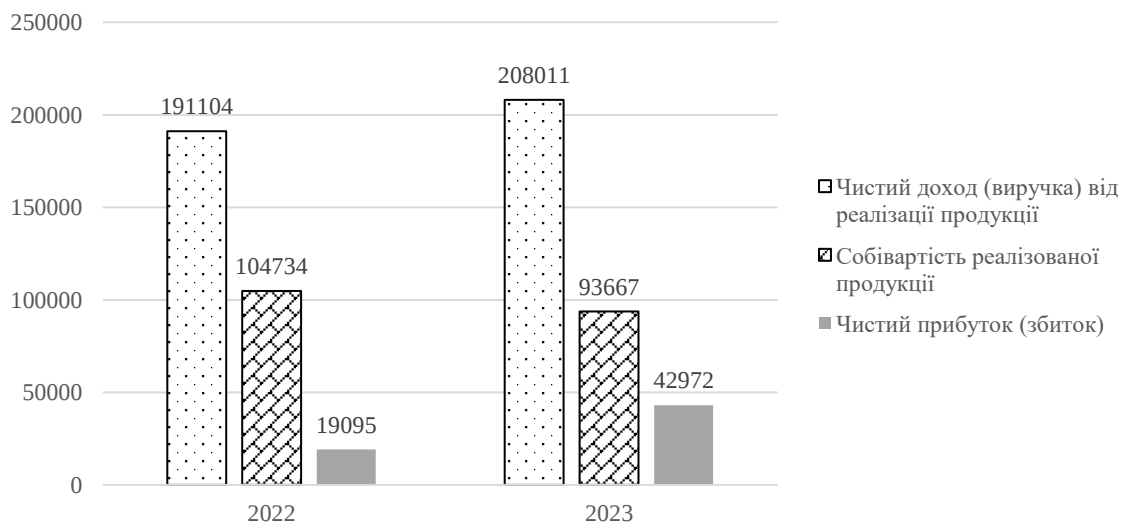


Рисунок 4 – Основні фінансові показники діяльності ПАТ «Монфарм»

Таблиця 8 – Аналіз показників ефективності використання ресурсів підприємства ПАТ «Монфарм»

Показники	Одиниці виміру	Роки		Абсолютне відхилення, тис. грн.	Відносне відхилення, %
		2022	2023		
Продуктивність праці одного працівника	тис. грн. / особа	770,58	936,99	166,41	21,60
Середньомісячна заробітна плата одного працівника	тис. грн	12,76	13,89	1,13	8,86
Коефіцієнт зносу основних засобів	%	48,88	52,09	3,21	6,57
Коефіцієнт оновлення основних засобів	%	2,38	4,71	2,33	97,90
Коефіцієнт вибуття основних засобів*	%	1,38	3,71	2,33	168,84
Фондовіддача	тис. грн	4,49	4,95	0,46	10,24
Фондоозброєність праці працівників	тис. грн./ особу	171,5	189,3	17,8	10,38
Коефіцієнт обіговості оборотних засобів	обороти	1,27	1,16	-0,11	-8,66
Середній період обороту оборотних засобів	дні	283	310	27	9,54
Коефіцієнт обіговості активів	обороти	0,99	0,93	-0,06	-6,06
Середній період обороту активів		364	387	23	6,32
Коефіцієнт обіговості дебіторської заборгованості за товари, роботи, послуги	обороти	2,86	2,83	-0,03	-1,05
Середній період обороту дебіторської заборгованості	дні	126	127	1	0,79
Коефіцієнт обіговості запасів	обороти	3,46	2,94	-0,52	-15,03
Середній період зберігання запасів	дні	104	122	18	17,31
Тривалість операційного циклу	дні	230	249	19	8,26

Таблиця 9 – Аналіз показників рентабельності підприємства ПАТ «Монфарм»

Показники	Одиниці виміру	Роки		Абсолютне відхилення, тис. грн.	Відносне відхилення, %
		2022	2023		
Рентабельність продажу	%	9,99	20,66	10,67	106,81
Рентабельність активів	%	9,85	19,30	9,45	95,94
Рентабельність власного капіталу	%	12,61	23,83	11,22	88,98
Рентабельність залученого капіталу	%	45,15	101,47	56,32	124,74

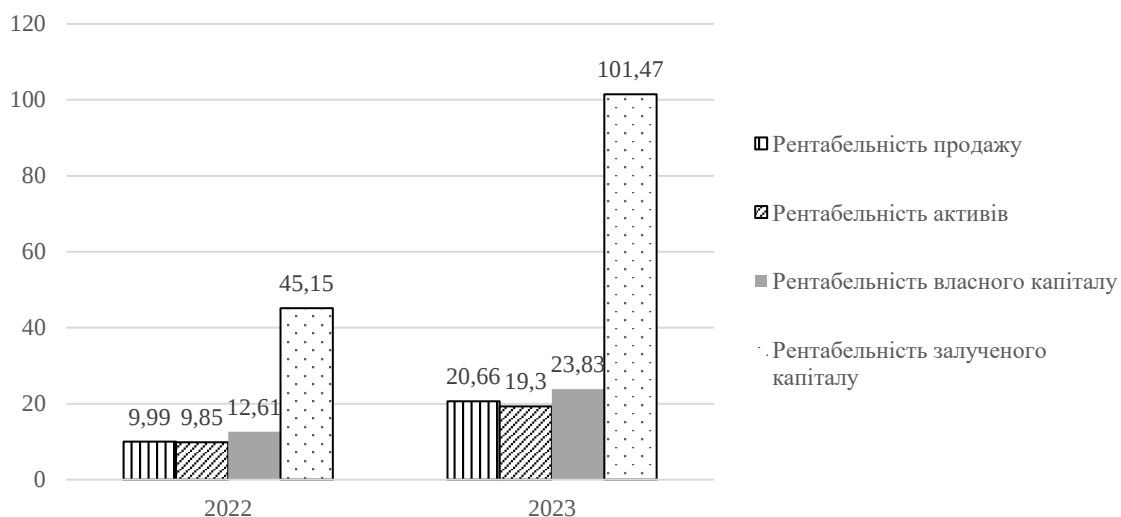


Рисунок 5 – Динаміка показників рентабельності ПАТ «Монфарм»

Таблиця 10 – Фактори впливу на інвестиційну привабливість ПАТ «Монфарм»

Показник		Характеристика	
Організаційно-технічні умови			
1. Показники, які позитивно впливають на оцінку:			
інноваційний потенціал		накопичена інформація	3
можливості виробничих потужностей		технічний рівень устаткування	2
стадія життєвого циклу підприємства		зрілість	3
доля продукції на ринку		13% ринку	2
2. Показники, які негативно впливають на оцінку:			
застарілі технології		застосування старих технологій	-4
високий знос обладнання		знос на рівні 60%	-4
виробничий потенціал		рівень виробничих потужностей	-1
рівень конкурентоспроможності продукції		продукція не на рівні з аналогами	-3
Соціальні умови			
1. Показники, які позитивно впливають на оцінку:			
високий інтелектуальний потенціал		кількість інноваційних ідей	3
висока кваліфікація кадрів		проведення атестації	4
2. Показники, які негативно впливають на оцінку:			
низька вартість робочої сили		мінімальна зарплата	-4
соціальні проблем розвитку колективу		відсутність	-1
Якість управління			
1. Показники, які позитивно впливають на оцінку:			
аудит підприємства з компаніями з позитивною репутацією		рівень співпраці	4
наявність ефективної системи внутрішнього контролю		вірна організація праці	3
2. Показники, які негативно впливають на оцінку:			
зворотний зв'язок у системі		недостатньо професіоналізму керівцтву	-2

Таблиця 11 – Рейтингова оцінка інвестиційної привабливості ПАТ «Монфарм», бал

Напрямок дослідження	Показник	Ваговий коефіцієнт	Показник	Категорія	Бали
2022 рік					
Ефективність господарської діяльності	Рентабельність діяльності, %	1,6	22,27	2	3,2
	Прибуток на 1 грошову одиницю, %	1,2	12,03	1	1,2
	Прибуток до власних засобів, %	0,8	15,39	1	0,8
	Прибуток до величини оборотних засобів, %	0,4	15,52	1	0,4
Фінансовий стан підприємства	Коефіцієнт поточної ліквідності	1,0	0,55	-2	-2,0
	Коефіцієнт абсолютної ліквідності	1,6	0,42	2	3,2
	Частка чистого оборотного капіталу у власних засобах, %	0,8	88,00	2	1,6
	Частка власних засобів в пасивах, %	0,6	78,00	2	1,2
Інтегральний показник					9,6
2023 рік					
Ефективність господарської діяльності	Рентабельність діяльності, %	1,6	24,66	2	3,2
	Прибуток на 1 грошову одиницю, %	1,2	23,03	2	2,4
	Прибуток до власних засобів, %	0,8	28,44	1	0,8
	Прибуток до величини оборотних засобів, %	0,4	28,69	1	0,4
Фінансовий стан підприємства	Коефіцієнт поточної ліквідності	1,0	1,22	1	1,0
	Коефіцієнт абсолютної ліквідності	1,6	0,16	0	0,0
	Частка чистого оборотного капіталу у власних засобах, %	0,8	96,00	2	1,6
	Частка власних засобів в пасивах, %	0,6	81,00	2	1,2
Інтегральний показник					10,6

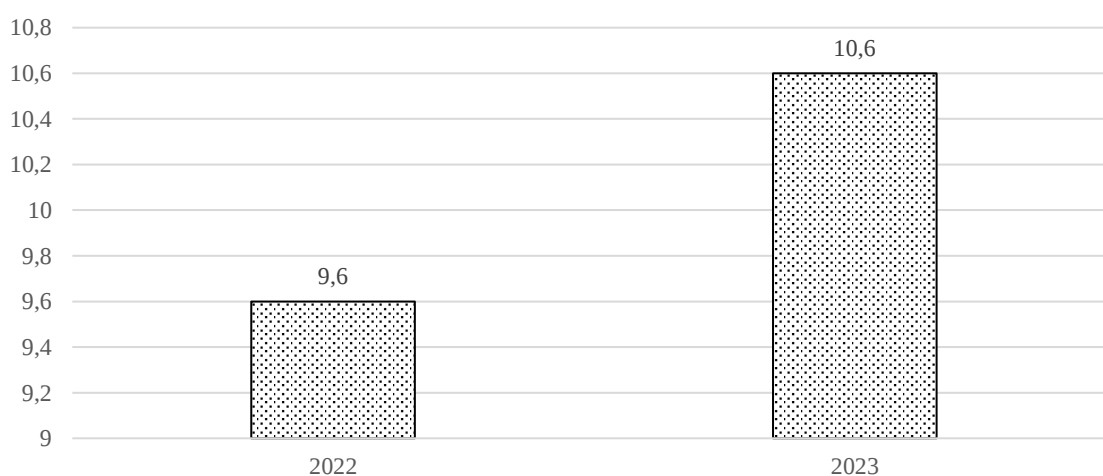


Рисунок 6 – Зміна інвестиційної привабливості ПАТ «Монфарм», бал

Таблиця 12 – Напрями підвищення інвестиційної привабливості промислових підприємств холдингу

	Назва напрямку підвищення інвестиційної привабливості промислових підприємств холдингу
1	Динамічний маркетинг, тобто впровадження реклами через різні джерела та розширення географії просування та збуту продукції.
2	Мінімізація витрат. Встановлення оптимального значення обсягу виробництва продукції.
3	Стратегічне партнерство. Пошук країн-партнерів та встановлення взаємозв'язків.
4	Технологічна реструктуризація. Оптимізація виробничого процесу.
5	Прискорення обороту грошових коштів. Скорочення обсягів готівкових розрахунків.
6	Мотивація та єдність персоналу. Заохочення співробітництва працівників між різними відділами.
7	Максимальна реалізація експортного потенціалу.
8	Розширення модельного ряду. Розробка нової продукції високого попиту.
9	Удосконалення системи управління бізнес-процесами. Поліпшення системи планування, обліку і контролю за основними показниками діяльності підприємства
10	Управління ризиками. Регулярна оцінка ймовірного збитку й прийняття рішень щодо управління потенційними ризиками.
11	Активна участь у тендерах та диверсифікація продукції у межах ринку.

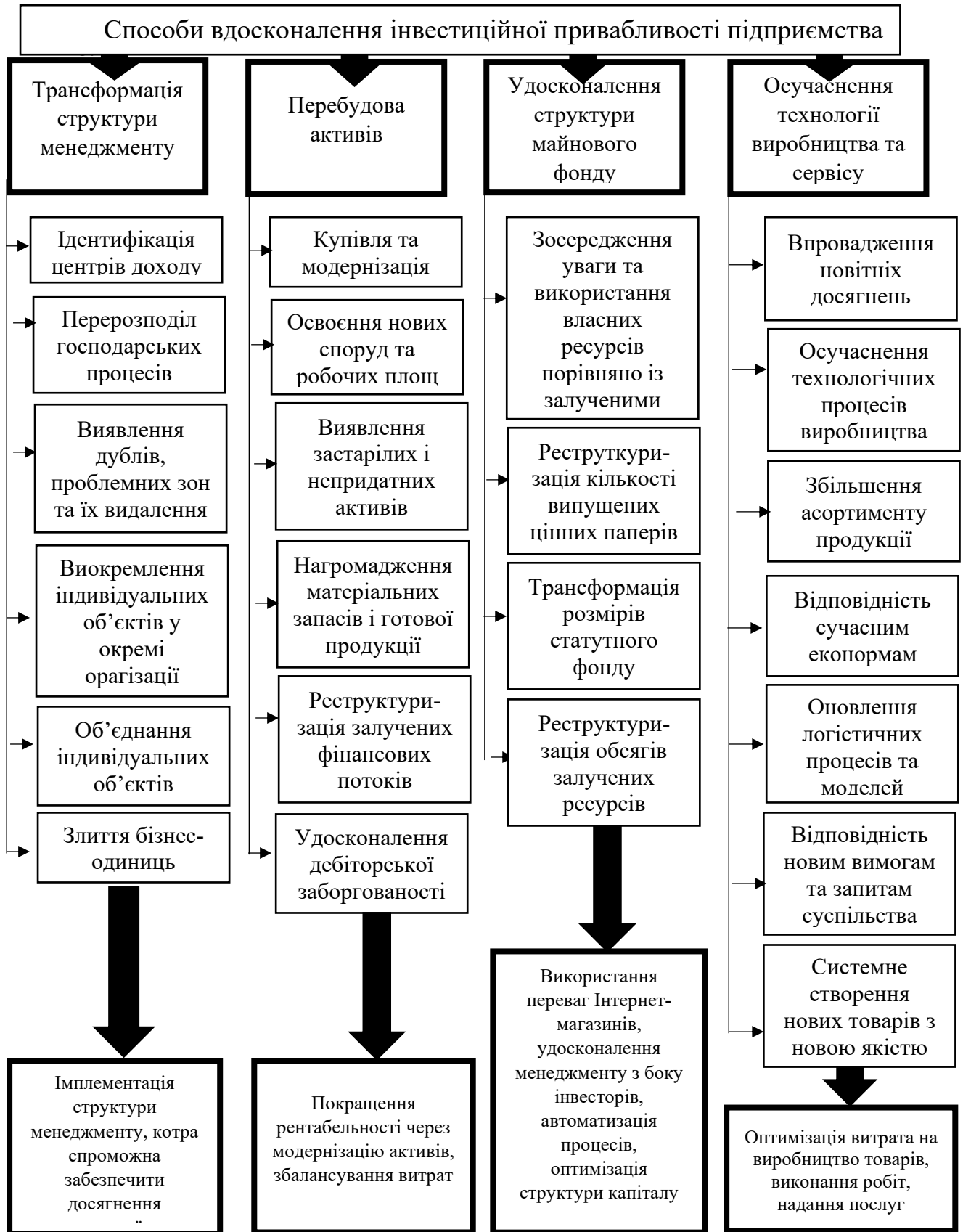


Рисунок 7 – Потенційні способи вдосконалення інвестиційної привабливості підприємства

Таблиця 13 – Вихідні дані

Рік	Витрати на збут, тис. грн.	Прибуток, тис. грн.
2022	5122	19095,0
2023	7110	42972,0

Таблиця 14 – Проноз без PR-агенства:

Часова шкала	Значення	Передбачення	Нижня довірча границя	Верхня довірча границя
5122,0	19095,0			
7110,0	42972,0	42972,0	42972,0	42972,0
9098,0		66849,0	66849,0	66849,0

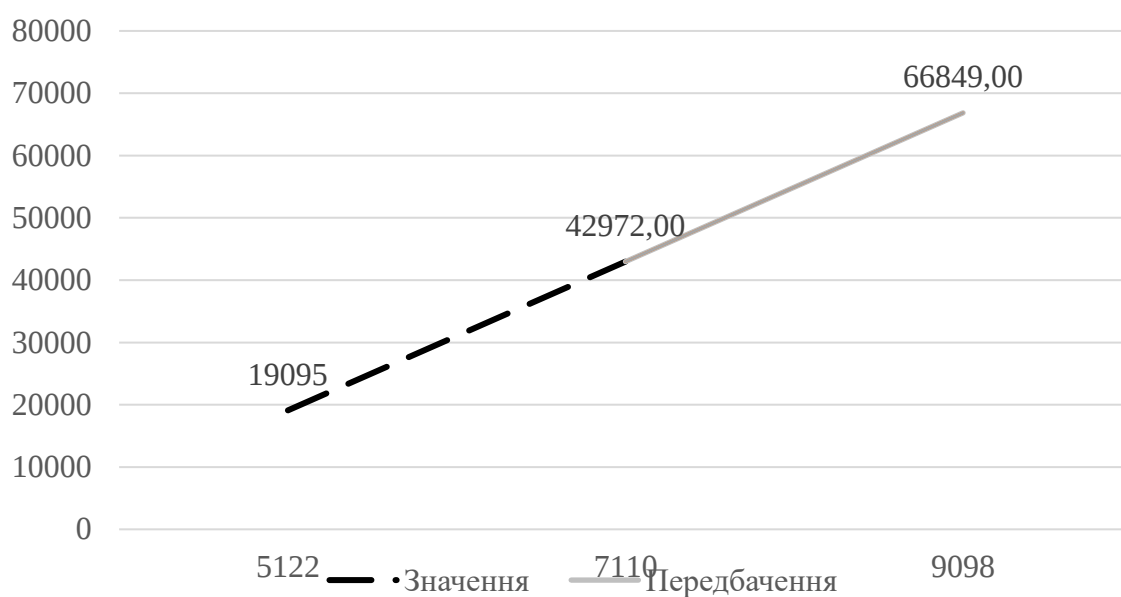


Рисунок 8 – Прогноз доходів без використання послуг PR-агенства

Таблиця 15 – Прогноз з PR-агенством

Часова шкала	Значення	Передбачення	Нижня довірча границя	Верхня довірча границя
5122	19095			
7110	42972	42972	42972,00	42972,00
9098		66849	66849,00	66849,00
9957		77166,07394	77166,07	77166,07

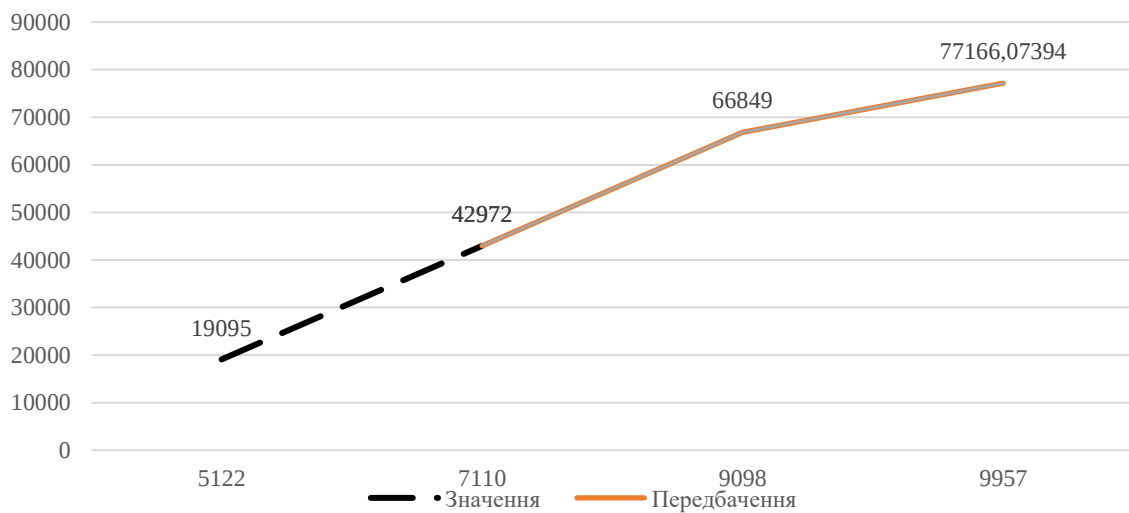


Рисунок 9 – Прогноз доходів після використання послуг PR-агенства

$$E_e = \frac{1400,0}{77166,0} = 1,81 \%$$

Ефективність=77166,0 тис. грн. -66849,0 тис. грн. =10317,0 тис. грн.