

Вінницький національний технічний університет  
Факультет менеджменту та інформаційної безпеки  
Кафедра фінансів та інноваційного менеджменту

## Пояснювальна записка

до магістерської кваліфікаційної роботи

на тему «УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ПРИВАБЛИВІСТЮ  
ПІДПРИЄМСТВ МОЛОЧНОЇ ГАЛУЗІ (НА ПРИКЛАДІ  
ПРИВАТНОГО АКЦІОНЕРНОГО ТОВАРИСТВА «ВМЗ «РОШЕН»»)

08-43. МКР.005.00.134ПЗ

Виконав: студентка 2 курсу,  
групи МФК-18 м  
спеціальності 073 – Менеджмент  
(освітня програма – Менеджмент  
фінансово-кредитної діяльності)  
Гладка Д. О.

Керівник: к.е.н., доц., доц. каф. ФІМ  
наук. ступінь, вч. звання

Єпіфанова Ірина Юріївна \_\_\_\_\_  
ПІБ Підпис

Рецензент: декан ФМІБ, проф. каф. ЕПВМ  
наук. ступінь, вч. звання

Небава Микола Іванович \_\_\_\_\_  
ПІБ Підпис

Вінницький національний технічний університет  
Факультет менеджменту та інформаційної безпеки  
Кафедра фінансів та інноваційного менеджменту

Спеціальність 073 – Менеджмент  
(освітня програма – Менеджмент фінансово-кредитної діяльності)

ЗАТВЕРДЖУЮ  
завідувач кафедри ФІМ  
д.е.н., професор Зянько В. В.

«08» жовтня 2019 р.

### ЗАВДАННЯ НА МАГІСТЕРСЬКУ КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТЦІ

Гладкій Діані Олександрівні

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема проекту (роботи): Управління інвестиційною привабливістю підприємств  
молочної галузі (на прикладі ПрАТ «ВМЗ «Рошен»)

Керівник проекту (роботи) Єпіфанова Ірина Юріївна, к.е.н., доц. каф. ФІМ

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджена наказом ВНТУ від «02» жовтня 2019 року № 254.

2. Строк подання студентом проекту (роботи): «03» грудня 2019 року

3. Вихідні дані до проекту (роботи): Гладка Д. О. Інвестиційна привабливість як  
економічна категорія / Д. О. Гладка // Молодь в науці: дослідження, проблеми,  
перспективи: матеріали І конференції. – 2018. – [Електронний ресурс]. – Режим  
доступу:

<https://conferences.vntu.edu.ua/index.php/mn/mn2018/paper/viewFile/3843/3174>;

Гладка Д. О. Методичні підходи до оцінки інвестиційної привабливості  
промислових підприємств / Єпіфанова І. Ю., Гладка Д. О. // Вісник Одеського  
національного університету ім. І. І. Мечнікова. Секція «Економіка» – 2019. – Том  
24. – Вип. 4 (77). С. 49-53.; Макуєва С. Р. Оценка инвестиционной

привлекательности предприятия на основе рейтингового показателя /  
С. Р. Макуєва, И. А. Михайлова // Современные исследования социальных  
проблем. – 2013. – Выпуск 6 (26).– [Електронний ресурс]. – Режим  
доступу: <http://journal-s.org/index.p1>.; Офіційний сайт Держстату України

[Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>; Гладка Д. О.  
Ринок молочної галузі: стан та тенденції розвитку - [Електронний ресурс] /  
Джеджула В. В, Єпіфанова І. Ю., Гладка Д. О. // Економіка та суспільство - 2018.  
– №18. – С. 382-388. – Режим доступу: <http://economyandsociety.in.ua/journal-18/25-stati-18/2261-dzhedzhula-v-v-epifanova-i-yu-gladka-d-o>;

Офіційний сайт  
ПрАТ «Вінницький молочний завод «Рошен» [Електронний ресурс]. — Режим

доступу: <http://vmz.roshen.com/>; Єпіфанова І. Ю. Підвищення інвестиційної привабливості підприємства як напрямок залучення інвестиційних ресурсів / І. Ю. Єпіфанова // Экономические науки. Инвестиционная деятельность и фондовые рынки; форма № 1 «Баланс», форма № 2 «Звіт про фінансові результати» ПрАТ «Вінницький молочний завод «Рошен» за 2016-2018 роки; (додаток Б.)

---

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити):

у першому розділі – дослідити теоретичні основи управління інвестиційною привабливістю підприємств молочної галузі;

у другому розділі – проаналізувати стан управління інвестиційною привабливістю підприємств молочної галузі;

у третьому розділі – запропонувати напрями удосконалення процесу управління інвестиційною привабливістю прат «вмз «рошен» та підприємств молочної галузі.

5. Перелік графічного матеріалу: Таблиці: Систематизація підходів до визначення сутності інвестиційна привабливість, Основні підходи та методи оцінки інвестиційної привабливості, Бальна оцінка параметрів інвестиційної привабливості підприємства, Ваги показників в рейтинговій оцінці при кредитному фінансуванні, Експорт молочної продукції за 2014-2018 рр. в дол. США, Імпорт молочної продукції за 2014-2018 рр. в дол. США, Аналіз фінансового стану ПрАТ «ВМЗ «Рошен», Вихідні дані для проведення факторного аналізу чистого прибуткуПрАТ «ВМЗ «Рошен», Фінансові результати діяльності ПрАТ «ВМЗ «Рошен», Вихідні дані для проведення оцінки інвестиційної привабливості ПрАТ «ВМЗ «Рошен», Бальна оцінка розрахованих показників інвестиційної привабливості ПрАТ «ВМЗ «Рошен», Система заходів, щодо вдосконалення органолептичних характеристик продукції ПрАТ «ВМЗ «Рошен» як запоруки її високої якості, Перелік необхідних заходів для перевірки ідеї нового бренду, Підбір брендингових фірм в Україні. Рисунки: Зовнішні та внутрішні фактори впливу на інвестиційну привабливість, Частки експорту виробників молочної продукції України, перше півріччя 2019 р., Динаміка зміни кількість поголів'я корів станом на 1 січня відповідного року, Аналіз виробництва молокопродуктів у 2014-2018 рр, Організаційна структура ПрАТ ВМЗ «Рошен», Виробнича структура ПрАТ ВМЗ «Рошен», Динаміка рентабельності товарів ПрАТ «ВМЗ «Рошен», Динаміка зміни балансового прибутку ПрАТ «ВМЗ «Рошен», Динаміка коефіцієнтів абсолютної та поточної ліквідності ПрАТ «ВМЗ «Рошен», Динаміка частки власних засобів в пасивах ПрАТ «ВМЗ «Рошен», Динаміка комплексного показника інвестиційної привабливості ПрАТ «ВМЗ «Рошен», Заходи підвищення інвестиційної привабливості, Основні елементи системи заходів збільшення розміру інвестицій, Проблеми та шляхи вирішення питання підвищення інвестиційної привабливості ПрАТ «ВМЗ «Рошен», Процес посилення іміджу ПрАТ «ВМЗ «Рошен».

6. Консультанти розділів роботи:

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Спеціальна частина	д.е.н., професор Зянько В. В.	Дата видачі завдання студенту 08. 10.2019 р.	Дата виконання завдання студентом 08. 10.2019 р

7. Дата видачі завдання «08» жовтня 2019 р.

**КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН**

Назва етапів магістерської кваліфікаційної роботи (МКР)	Строк виконання етапів проекту ( роботи )	Примітка
Формування та затвердження теми магістерської кваліфікаційної роботи (МКР)	червень-вересень	
Виконання теоретичної частини МКР. Перший рубіжний контроль виконання МКР (1-й розділ МКР)	ІІІ декада жовтня	
Виконання аналітичної частини МКР. Другий рубіжний контроль виконання МКР (2-й розділ МКР)	ІІ декада листопада	
Розробка рекомендацій та пропозицій. Третій рубіжний контроль виконання МКР (3-й розділ МКР)	І декада грудня	
Перевірка МКР на плагіат. Попередній захист МКР	ІІ декада грудня	
Рецензування МКР	ІІ декада грудня	
Захист МКР	ІІІ декада грудня (за графіком)	

Завдання видав науковий керівник \_\_\_\_\_ к.е.н., доц., доц. каф. ФІМ  
( підпис) науковий ступінь, вчене звання (посада)

Єпіфанова І. Ю.  
прізвище та ініціали

Завдання отримав студент \_\_\_\_\_  
( підпис)

Гладка Д. О.  
прізвище та ініціали

## АНОТАЦІЯ

У магістерській кваліфікаційній роботі досліджено економічну суть інвестиційної привабливості підприємства та особливості управління нею, проаналізовано методики аналізу управління інвестиційною привабливістю підприємства, здійснено оцінювання ефективності економічної діяльності та фінансового стану ПрАТ «Вінницький молочний завод «Рошен», запропоновано напрями удосконалення процесу управління інвестиційною привабливістю досліджуваного підприємства та підприємств молочної галузі.

*Ключові слова:* інвестиційна привабливість, управління, молочна галузь, фінансовий стан, аналіз, показники.

## ANNOTATION

In the master's qualification work the economic essence of the investment attractiveness of the enterprise and features of its management were investigated, the methods of analysis of the management of the investment attractiveness of the enterprise were analyzed, the evaluation of the efficiency of economic activity and financial condition of PJSC «Vinnytsia Dairy Plant «Roshen», directions of improving the process of investment management improvement were proposed enterprises of the dairy industry.

*Keywords:* investment attractiveness, management, dairy industry, financial status, analysis, indicators.

## ЗМІСТ

ВСТУП	7
1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ПРИВАБЛИВІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ МОЛОЧНОЇ ГАЛУЗІ	11
1.1 Сутність інвестиційної привабливості підприємства як економічної категорії	11
1.2 Фактори впливу на управління інвестиційною привабливістю підприємств молочної галузі	16
1.3 Методичні підходи до оцінки управління інвестиційною привабливістю підприємств молочної галузі	21
Висновок до розділу 1	30
2 ОЦІНКА СТАНУ УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ПРИВАБЛИВІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ МОЛОЧНОЇ ГАЛУЗІ	31
2.1 Сучасний стан та тенденції розвитку молочної галузі України	31
2.2 Загальна характеристика діяльності ПрАТ «Вінницький молочний завод «Рошен»	39
2.3 Аналіз основних показників діяльності підприємства за 2016-2018 роки	44
2.4 Оцінка ефективності управління інвестиційною привабливістю ПрАТ «Вінницький молочний завод «Рошен»	56
Висновок до розділу 2	65
3 НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ПРИВАБЛИВІСТЮ ПРАТ «ВМЗ «РОШЕН» ТА ПІДПРИЄМСТВ МОЛОЧНОЇ ГАЛУЗІ	67
3.1 Рекомендації з удосконалення процесу управління інвестиційною привабливістю підприємств молочної галузі	67
3.2 Розробка механізму удосконалення процесу управління інвестиційною привабливістю ПрАТ «Вінницький молочний завод «Рошен»	74
Висновок до розділу 3	83
ВИСНОВКИ	85
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	87
ДОДАТКИ	95
Додаток А	96

## ВСТУП

**Актуальність теми.** Економічне зростання України та її окремих регіонів потребує використання інтенсивних чинників розвитку та тісно пов'язане з доступністю та наявністю необхідних ресурсів. За таких умов показником розвитку економіки є рівень залучення коштів вітчизняних та іноземних інвесторів, у тому числі й коштів міжнародних фінансових організацій. Умовою економічного та технологічного зростання окремих суб'єктів господарської діяльності, галузей економіки, регіонів та країни в цілому є ефективна інвестиційна діяльність, яка визначається інвестиційною привабливістю, яка характеризує здатність залучати та використовувати наявні фінансові ресурси. Зважаючи на рівень економічного розвитку, проблема залучення інвестицій є надзвичайно актуальною, оскільки інвестиційний потенціал як підприємств, так і країни загалом використовується недостатньо ефективно.

Зокрема, в умовах сьогодення виробництво молочної продукції займає провідне місце в агропромисловому комплексі держави. В Україні високий економічний, природно-кліматичний, трудовий потенціал розвитку молочної галузі. Разом із тим виробництво молочної продукції має динаміку щорічного скорочення, тому для подолання цієї кризи необхідно проаналізувати сучасний стан виробництва та реалізації молочної продукції, виявити причини негативних явищ та надати рекомендації щодо подальшого розвитку.

Питання, пов'язані з дослідженням інвестиційної привабливості та були предметом зацікавлення таких вітчизняних та зарубіжних учених, як: І. Бережна, І. Бланк, С. Буткевич, М. Войнаренко, Н. Гапак, А. Данилов, Я. Задорожна, а проблемам дослідження розвитку ринку молока та молочної продукції присвячено праці Т. Л. Керанчука, Н. В. Овсієнка, М.І. Бутенка, Т. Г. Дудар, С. В. Васильчака, В.О. Рибінцева, О. В. Моргуна та ін.

**Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.** Магістерська кваліфікаційна робота виконувалась відповідно до напряму

наукових досліджень кафедри фінансів і кредиту «Дослідження сучасних тенденцій фінансових, грошово-кредитних та інноваційних процесів в Україні».

**Мета і завдання дослідження.** Метою роботи є формування рекомендації з удосконалення процесу управління інвестиційною привабливістю підприємств молочної галузі та розробка механізму удосконалення процесу управління інвестиційною привабливістю ПрАТ «ВМЗ «Рошен».

Для досягнення визначеної мети необхідно виконати наступні завдання:

- дослідити економічну сутність інвестиційної привабливості;
- визначити та описати фактори впливу на інвестиційну привабливість підприємства;
- провести огляд методик оцінки інвестиційної привабливості підприємств;
- оцінити сучасний стан та тенденції розвитку молочної галузі України;
- проаналізувати основні показники діяльності підприємства за 2016-2018 роки;
- здійснити оцінку ефективності управління інвестиційною привабливістю підприємства;
- навести рекомендації з удосконалення процесу управління інвестиційною привабливістю підприємств молочної галузі;
- розробити механізм удосконалення процесу управління інвестиційною привабливістю підприємства.

**Об'єкт і предмет дослідження.** Об'єктом дослідження є показники діяльності молочної галузі та процес управління інвестиційною привабливістю ПрАТ «ВМЗ «Рошен». Предметом дослідження виступають теоретико-методичні та прикладні засади формування механізму управління інвестиційною привабливістю підприємства.

**Методи дослідження.** Методологічну основу магістерської кваліфікаційної роботи становить діалектичний метод пізнання. В процесі дослідження використовувались методи аналізу, синтезу, групування, типізації, порівняння, економіко-математичного моделювання та ін. Ряд методів і прийомів



економічних досліджень базуються на економічних та логічних висновках, розрахунковому конструктивізмi.

### **Наукова новизна одержаних результатів:**

- удосконалено та сформовано авторське поняття інвестиційної привабливості підприємства - це комплексна характеристика об'єкта майбутнього інвестування, або сукупність показників фінансово-економічного стану, управлінської діяльності, що в змозі задовольнити вимоги інвесторів (с. 11-16);
- систематизовано фактори прямого та непрямого впливу на інвестиційну привабливість підприємства (с. 16-21);
- систематизовано сучасні методики оцінювання управління інвестиційною привабливістю підприємства (с. 21-25);
- удосконалено процес управління інвестиційною привабливістю на підприємстві - розроблено механізм удосконалення процесу управління інвестиційно привабливістю шляхом впровадження нової лінії молочних продуктів, що дозволить підвищити рівень інвестиційної привабливості та рівень прибутку підприємства (с. 77-83).

**Практичне значення одержаних результатів** полягає в тому, що отримані в роботі теоретичні положення, висновки та методичні рекомендації доведені до рівня конкретних рекомендацій та механізму з удосконалення процесу управління інвестиційною привабливістю, що дозволить залучити інвестиції у ПрАТ «ВМЗ «Рошен» для збільшення прибутку та підвищення фінансової стійкості підприємства. Наукові і практичні положення щодо удосконалення процесу управління інвестиційн можуть бути впроваджені безпосередньо у виробничу та реалізацію складову діяльності підприємства.

**Особистий внесок здобувача.** Магістерська кваліфікаційна робота є самостійно виконаною науковою працею, в якій автором опрацьовано засади формування рекомендації з удосконалення процесу управління інвестиційною привабливістю підприємств молочної галузі та розроблено механізм удосконалення процесу управління інвестиційною привабливістю ПрАТ «ВМЗ «Рошен».

Наукові положення, висновки та рекомендації, що виносяться на захист, одержані автором самостійно. З наукових праць, опублікованих у співавторстві, у магістерській роботі використано лише ті положення, які розроблено автором особисто.

**Апробація результатів магістерської кваліфікаційної роботи.** Основні положення і результати виконаного дослідження доповідались на таких науково-практичних конференціях: Міжнародна науково-практичної конференція «Економічні підсумки 2016 року: досягнення, тенденції та перспективи», секція 2 «Економіка та управління національним господарством», Одеський національний університет ім. І. І. Мечникова, 2016 рік; XLVI Науково-технічна конференція факультету менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, 2017 рік; Молодь в науці: дослідження, проблеми, перспективи: матеріали I конференції, Вінницький національний технічний університет, 2018 рік; XLVIII Науково-технічна конференція факультету менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, 2019 рік; Молодь в науці: дослідження, проблеми, перспективи, секція фінансів та інноваційного менеджменту, Вінницький національний технічний університет, 2019 рік;

**Наукові публікації.** За темою магістерської кваліфікаційної роботи здобуто призове місце у II турі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт зі спеціалізації «Менеджмент інвестиційної та інноваційної діяльності» (2019 рік); опубліковано дев'ять наукових праць, в тому числі одна колективна монографія, три статті у фахових виданнях України та три тези доповідей на конференціях [9; 10; 39; 50; 54; 55; 56.].

**Структура і зміст магістерської кваліфікаційної роботи.** Магістерська кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, використаних джерел, додатків. Загальний обсяг роботи становить сторінок, включаючи чотирнадцять таблиць, п'ятнадцять рисунків, дев'ять додатків і список використаної літератури із сімдесяти двох найменувань.

# 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ПРИВАБЛИВІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ МОЛОЧНОЇ ГАЛУЗІ

## 1.1. Сутність інвестиційної привабливості підприємства як економічної категорії

Перехід України до міжнародного економічного співробітництва та створення фінансових інститутів визначають важливість розвитку українських підприємств на основі їх інвестиційної привабливості. Рівень інвестиційної привабливості є основним показником, який є вирішальним у питанні залучення підприємством інвестицій.

Низька інвестиційна привабливість вітчизняної економіки уповільнює процеси залучення коштів у її розвиток. Умови господарювання, що склалися вимагають постійних інвестицій у процеси функціонування як окремих галузей економіки, так і суб'єктів господарювання, що їх представляють.

Зростання рівня інвестиційної привабливості є тією умовою, що буде сприяти розвитку інвестиційної діяльності та формування відповідного інвестиційного клімату в Україні. Об'єктивна оцінка інвестиційної привабливості українських підприємств дасть змогу залучити відповідні кошти у розвиток вітчизняної економіки та сприяти її подальшому розвитку..

Аналіз літературних джерел показав, що інвестиційну привабливість як економічну категорію вчені почали досліджувати нещодавно (80-90-х роках ХХ ст). У сучасній економічній літературі відсутнє однозначне трактування поняття «інвестиційна привабливість» (табл. 1.1).

Необхідно зазначити, що «інвестиційна привабливість» розглядається економістами та фахівцями органів управління на макро- і мікрорівнях, а також на рівні галузі в цілому й окремого господарюючого об'єкта (підприємства).

Інвестиційна привабливість держави визначається великими консалтинговими компаніями або спеціалізованими державними установами.

Таблиця 1.1 – Систематизація підходів до визначення сутності інвестиційна привабливість

Автор	Інвестиційна привабливість – це
В.О. Коюда, Т.І. Лепейко, О.П. Коюда [1, с. 126]	Сукупність характеристик фінансово-господарської та управлінської діяльності підприємства, перспектив розвитку та можливостей залучення інвестиційних ресурсів
Т. С. Колмикова [2, с. 68]	Категорія, яка характеризується: ефективністю використання майна підприємства, його платоспроможністю, стійкістю фінансового стану, можливістю розвиватися на основі підвищення доходності капіталу, техніко-економічного рівня виробництва, якості і конкурентоздатності продукції
Н.С. Краснокутська [3, с. 63]	Сукупність економіко-психологічних характеристик й діяльності підприємства, які задовольняють вимоги інвестора
Н. Макарій [4, с. 54]	Справедлива кількісна та якісна характеристика зовнішнього та внутрішнього середовища об'єкта потенційно можливого інвестування
Т.В. Майорова [5, с. 144]	Інтегральна характеристика з точки зору наявного фінансового стану, можливостей розвитку техніко-економічного та організаційного рівня виробництва, соціальної безпеки та інформаційної забезпеченості
А. С. Понін [6, с. 118]	Система або поєднання різних об'єктивних ознак, засобів, можливостей, які обумовлюють в сукупності потенційний платоспроможний попит на інвестиції в певній країні, регіоні, галузі тощо
Д. В. Дежинов [7, с. 46]	Сукупність сприятливих інвестиційних, інноваційних умов і переваг, які принесуть інвестору додатковий прибуток і зменшать ризик вкладень
В. Калугін [8, с. 16]	Сукупність об'єктивних і суб'єктивних умов, що сприяють або перешкоджають процесу інвестування національної економіки на макро-, мікро- та мезорівнях

В цілому інвестиційна привабливість підприємства розглядається як 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 [9, с. 2; 10, с. 27].

Інвестиційну привабливість підприємства на рівні регіону оцінюють територіальні органи державної влади за такими критеріями: рейтинг досліджуваного об'єкта на регіональному ринку, рівень впливу на соціально-економічний розвиток регіону, яке відношення територіальних органів державної влади до підприємства тощо. Дана оцінка являється основою формування ефективної регіональної інвестиційної політики. Потенційними

інвесторами являються як і регіональні органи державної влади, так і великі фінансово-кредитні компанії.

Інвестиційна привабливість підприємств на рівні галузі виходить з огляду на потребу відділення галузевих підприємств, здатних самостійно здійснювати виробничий процес від підприємств, що потребують фінансових вкладень з боку держави або пільгового кредитування. Дана оцінка дає змогу формувати інвестиційну стратегію розвитку галузі.

Досить цікавою є також точка зору І. А. Бланка, який терміну «інвестиційна привабливість» дає визначення, як характеристики переваг та недоліків підприємства з використанням системи показників рентабельності, фінансової стійкості, платоспроможності, оборотності капіталу та активів (якщо акції передбачаються вперше), а також рівня віддачі акціонерного капіталу, балансової вартості однієї акції тощо (якщо акції тривалий період обертаються на фондовому ринку) [11, с. 420].

Досить широко трактує інвестиційну привабливість підприємства О. В. Стащук: «це економічна та соціально-економічна доцільність інвестування, підвищення ефективності залучення інвестиційних ресурсів для розвитку підприємства, що базується на узгодженні інтересів та можливостей інвестора та реципієнта для забезпечення досягнення цілей для кожного з них при прийнятому рівні доходності та ризику інвестицій» [12, с. 205].

Інші автори такі, як А. Г. Завгородній, Г. Л. Вознюк, Т. С. Смовженко вважають, що інвестиційна привабливість — це узагальнена характеристика переваг і недоліків інвестування окремих об'єктів чи напрямів з позиції конкретного інвестора. При цьому відрізняють інвестиційну привабливість окремих регіонів, галузей економіки, реальних проектів, окремих фінансових (фондових) інструментів [13, с. 55].

Дещо інакше 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 [14, с. 104].

Спіфанова І. Ю. зазначає, що інвестиційна привабливість – це не виключно фінансово-економічний показник, а й модель системи кількісних і якісних показників, що оцінюють зовнішнє середовище (політичне, економічне, соціальне, правове) і позиціонування об'єкта в зовнішньому середовищі, його фінансово-технічний потенціал і дає змогу варіювати кінцевий результат [15, с. 1].

Суттєво звужують поняття «інвестиційної привабливості» П. Т. Саблук, М. І. Кісіль, та зводять його до «можливості створення на підприємстві умов для реалізації інвестиційного проекту і забезпечення оптимального співвідношення між ефективністю вкладень і рівнем ризику» [16, с. 21].

Оскільки поняття «інвестиційна привабливість» є досить широким - важливим є здійснення її класифікації, зокрема зазначимо, що інвестиційна привабливість поділяється за:

1. За рівнями оцінки:
  - 1.1 інвестиційна привабливість макрорівня ( держава, регіон, галузь);
  - 1.2 інвестиційна привабливість мікрорівня (галузь діяльності об'єкта інвестування, підприємство).
2. За факторами формування:
  - 2.1 абсолютна (між об'єктом та суб'єктом інвестування не існує будь-яких перепон);
  - 2.2 відносна (між об'єктом та суб'єктом існують певні перешкоди);
3. За періодом оцінки:
  - 3.1 перспективна (можлива у майбутньому періоді за умови дотримання певних визначених умов);
  - 3.2 поточна (на теперішній момент часу);

3.2 потенційна (з метою спрогнозувати інвестиційну привабливість на майбутнє).

4. За специфікою галузі:

4.1 інвестиційна привабливість машинобудівних, авіаційних, транспортних підприємств;

4.2 інвестиційна привабливість будівельних компаній, торговельних підприємств та інші [17, с. 8; 18, с. 16].

Інвестиційна привабливість зовнішнього середовища для підприємства (регіону, галузі, країни) має опосередкований вплив на інвестиційну привабливість підприємств, по-перше, тому, що підприємство - це відкрита система; по-друге, зовнішні фактори здійснюють універсальний вплив і представляють собою, для потенційних інвесторів, не менш важливу роль, ніж певний об'єкт інвестування.

Також пропонується класифікація інвестиційної привабливості з позицій суб'єктів, які її оцінюють для прийняття управлінських рішень, виділяючи при цьому інвестиційну привабливість:

1. Для самого підприємства, яке одночасно може виступати і як об'єкт, так і суб'єкт інвестування, оскільки збіг наявності вільних коштів і вигідних напрямків укладень представляє саме інвестування (до того ж підприємство повинне знати, які його переваги та шанси у боротьбі за залучення такого рідкісного ресурсу, як капітал, порівняно з іншими підприємствами);

2. Для власників тимчасово незалученого капіталу – потенційних кредиторів та інвесторів, які здійснюють оцінку та співставляють ризики багатьох варіантів вкладення капіталу та зупиняють вибір на найбільш ефективному;

3. Для групи інвесторів-конкурентів, які змагаються за можливість вкладення свого капіталу в «найкраще» підприємство, що може призвести до успішної реалізації поставлених цілей;

4. Для держави, яка зацікавлена, по-перше - у розширеному відтворенні й достатньому фінансуванні національної економіки, по-друге, у розвитку

визначених галузей для здійснення своїх регулятивних функцій [19, с. 56; 20, с. 262].

Відповідно, інвестиційну привабливість підприємства з погляду типів інвесторів можна розглядати також:

– з погляду реального інвестора: інвестиційна привабливість підприємства – це комплексна характеристика підприємства, яка свідчить про його виробничі, технологічні, кадрові, управлінські, фінансово-економічні, товарні та інші параметри, що формують підстави для задоволення інтересів та потреб інвесторів у межах набуття ними права власності підприємством та/або отримання значного прибутку на вкладений капітал на засадах участі в управлінні;

– з погляду фінансового інвестора: інвестиційна привабливість підприємства – це комплексна характеристика підприємства, що відображає економічні вигоди та ризики вкладання інвестором капіталу у цінні папери підприємства [21, с. 383; 22, с. 302].

Отже, розглядаючи інвестиційну привабливість підприємства науковці достатньо часто вкладають у дану категорію відмінне змістове наповнення, залежно від їхніх пріоритетних цілей. Інвестиційна привабливість - це комплексна характеристика об'єкта майбутнього інвестування, або сукупність показників фінансово-економічного стану, управлінської діяльності, що в змозі задовольнити вимоги інвесторів.

## 1.2 Фактори впливу на управління інвестиційною привабливістю підприємств молочної галузі

Для успішного управління інвестиційною привабливістю потрібно розуміти, що на її формування здійснюють вплив певні фактори. Узагальнюючи всю сукупність чинників впливу на інвестиційну привабливість Н. А. Корнева поділяє їх на: економічні, політичні, організаційно-правові, законодавчі, соціальні і соціокультурні, екологічні,



виробничі, інноваційні, інфраструктурні, споживчі, кримінальні, фінансові, ресурсно-сировинні, трудові, інституціональні, тобто ті, що характеризують економічний потенціал [23, с. 109; 24, с. 2]. Інші ж вчені В. М. Гончаров, М. М. Білоусова, Н. М. Гуляєва та Н. К. Рябченко дану сукупність чинників розділили на зовнішні та внутрішні, або прямої та непрямої дії (рис. 1.1):



Джерело: розроблено за даними [25, с. 2; 26, с. 34]

Рисунок 1.1 – Зовнішні та внутрішні фактори впливу на інвестиційну привабливість

Розглянемо більш конкретно кожен із факторів зовнішнього впливу:

1. Вплив природно-географічного фактора оцінюється через параметри місцезнаходження суб'єкта господарської діяльності, рівень зайнятості та безробіття в регіоні, наявність потенційної робочої сили залежно від її кваліфікаційного рівня та спеціалізації, сприятливість географічних характеристик, вартість оренди землі, близькість до ресурсно-рекреаційних джерел, робочої сили, комунікацій, можливість утилізації побічних продуктів і знищення відходів на місці або самовивезенням.

2. Аналізуючи господарську діяльність підприємства з точки зору її відповідності існуючим нормативним актам з екології, охорони довкілля, санітарно-гігієнічним нормам, обчислюючи фінансові та інші витрати задля зниження негативного впливу на навколишнє середовище, при виявлених відхиленнях від цих норм інвестор доповнює дослідження інвестиційної привабливості підприємства за впливом екологічного чинника.

3. Правові чинники розглядаються через чинні ставки оподаткування суб'єктів господарської діяльності, амортизаційну політику держави, митні правила, наявність податкових пільг при здійсненні інвестиційних проектів, умови кредитування тощо.

4. Стабільність політичної системи, наявність чи відсутність конфліктів між політичними опонентами, частотність зміни урядів, кількість політичних скандалів, ступінь довіри до влади тощо наповнює в моделі оцінки впливу факторів модуль політичних чинників.

5. Сукупність чинників впливу грошово-кредитної сфери, банківської системи та інших складових інфраструктури економіки, механізмів експортно-імпортних операцій, інфляційних процесів, коливання курсу національної валюти, рівня ресурсної безпеки та потенціалу інвестування, фінансової стабільності, наявності вільних трудових ресурсів, відповідної професійної кваліфікації і вартості складає системи економічних чинників.

6. Законодавчі чинники характеризуються впливом норм Конституції, загальних і спеціальних галузей права, що захищають права власності і інвесторів, і передбачають пряму дію і механізми справляння, а також ефективністю судової системи на діяльність суб'єкта господарювання [27, с. 87].

7. Соціальні чинники визначаються впливом суспільства на діяльність підприємства, вподобань споживачів, соціального становища та платоспроможністю населення.

Аналогічно розглянемо кожен із факторів внутрішнього впливу:

1. Вплив організаційного чинника розглядається через оцінку ефективності існуючого комплексу заходів з поєднання живої праці з матеріальними елементами виробництва, організації праці з точки зору використання різноманітних її форм; організації і технології управління. Це дозволяє здійснювати планування заходів з організації виробництва з урахуванням можливостей залучення інвестиційних ресурсів.

2. Оцінювання інвестиційної привабливості за трудовим чинником передбачає аналіз кваліфікаційного, демографічного складу працівників. За невідповідності кадрового складу прогресивним зразкам оцінюють можливості його перепідготовки, фінансові та часові витрати, необхідні для досягнення трудовим колективом відповідного рівня кваліфікаційних параметрів, і форми збільшення підприємством людського капіталу. Крім того, є необхідним визначення факторів і резервів зростання продуктивності праці; принципів організації оплати праці та форм матеріального заохочення підвищення її ефективності.

3. Розглядаючи ресурсно-сировинний чинник, оцінюють доступність отримання необхідних матеріалів, у потрібних видах і кількості, сировини і комплектуючих виробів, кон'юнктури їх ринку, умови здійснення логістичних заходів і стосунків, їх вартість та наближеність підприємства до сировинної бази.

4. Врахування впливу комерційного чинника базується на аналізі потенційної місткості ринку та наступних його змінах з метою прогнозування масштабів майбутньої діяльності підприємства – об'єкта інвестиційних вкладень, його потреби в інвестиційних ресурсах, витратомісткості господарської діяльності та прибутків майбутніх періодів.

5. Оцінюючи інвестиційну привабливість підприємства за технічним чинником, аналізують існуючі та необхідні для його розвитку основні засоби за їх складом, структурою, у тому числі і віковою, їх потужність, продуктивність, рівень та час фактичного використання, за відповідністю використовуваних виробничих технологій світовим стандартам, рівнем

науково-технічної підготовки, обґрунтовують висновки про можливість збільшення нагромаджень підприємства, які залежать від використання основних засобів. За виявлення в процесі аналізу відставань обчислюють витрати щодо усунення [28, с. 86; 29, с. 186].

6. Досліджуючи вплив споживчих чинників, встановлюють спроможність суб'єкта господарювання створити якісний продукт чи послугу для задоволення потреб населення, які відповідають сучасним критеріям якості.

7. Діяльність суб'єктів підприємницької діяльності щодо створення, освоєння, здійснення якісно нових видів техніки, предметів праці, об'єктів інтелектуальної власності, технологій, а також впровадження досконаліших форм організації праці й управління господарською діяльністю підприємства, спрямованих на підвищення прибутковості підприємства і зменшення періоду окупності інвестиційного проекту, вимірюється через вплив інноваційних чинників.

8. Виробничий аспект оцінки передбачає дослідження сукупності засобів і предметів праці у вартісній формі та грошових активів, необхідних для ведення господарської діяльності підприємства, а також наявність та ефективне використання будівель, споруд, машин, устаткування та інших засобів з метою отримання прибутку та підвищення потенціалу підприємства.

9. Аналіз показників дохідності, рентабельності, прибутковості, ліквідності, ділової активності, фінансової стійкості суб'єкта господарської діяльності з врахуванням терміну окупності інвестиційних вкладень та їх прибутковості спрямований на оцінку фінансово-аналітичних чинників.

10. Чинник конкурентноспроможності відчувається через здатність суб'єкта господарювання адекватно реагувати на зміни зовнішнього середовища та здійснювати ефективну політику завоювання чи утримання певного сегменту ринку [30, с. 25; 31, с. 120].

Отже, всі розглянуті фактори, що комплексно характеризують інвестиційну привабливість підприємства, тісно взаємодіють та взаємовпливають один на одного.

Інвестиційна привабливість підприємства є комплексом як якісних так і кількісних показників, що всебічно оцінюють спроможність примноження інвестованого капіталу і є похідною характеристикою від інвестиційного клімату в державі, і як інтегральний показник, що формується під впливом факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, визначає бажання чи відмову інвестора вкладати капітал у такий інструмент як підприємство.

### 1.3 Методичні підходи до оцінки управління інвестиційною привабливістю підприємств молочної галузі

Оцінка інвестиційної привабливості включає в себе, насамперед, аналіз ефективності інвестиційної діяльності досить часто зводиться до оцінювання інвестиційних проєктів. Від того, наскільки якісно виконана така оцінка, залежить правильність ухвалення остаточного рішення про прийнятність конкретного інвестиційного проєкту для підприємства.

Кожна з методик і підходів аналізу та оцінки інвестиційної привабливості підприємства має свою специфіку, але їх призначення до того, щоб встановити доцільність інвестування коштів в аналізоване підприємство. Найбільш використовуваною є методика оцінки інвестиційної привабливості на основі фінансових показників.

Для оцінки інвестиційної привабливості існують різні підходи та методи, найбільш застосовуваними з них є: метод експертних оцінок; метод рейтингової оцінки; інтегральна оцінка інвестиційної привабливості; метод порівнянь; матричний метод; трикутник прибутковості; диференційований підхід.

Таблиця 1.2 – Основні підходи та методи оцінки інвестиційної привабливості

Назва методу, підходу	Зміст методики	Перспективи використання
Метод експертних оцінок [32, с. 50]	Заснований на різносторонньому аналізі та складається з декількох етапів: по-перше - експерт надає власну оцінку значущості показників, тобто обирає найбільш важливі; по-друге - проводиться аналітика цих показників у динаміці; по-третє - формуються висновки щодо інвестиційної привабливості підприємства.	Можливість адаптації під потреби конкретних інвесторів показників і факторів, які досліджуються, а також можливість здійснення поглибленого аналізу привабливості певних галузей економіки.
Метод рейтингової оцінки [33, с. 86]	Передбачає оцінку фінансового стану підприємства, шляхом розрахунку таких показників: ліквідності, платоспроможності, фінансової стійкості, ділової активності, неплатоспроможності та ймовірності банкрутства.	Дана методика не потребує додаткового залучення експертів та є простою і зрозумілою до використання.
Інтегральна оцінка інвестиційної привабливості затверджена наказом Агентства з питань запобігання банкрутству підприємств та організацій [34, с. 8]	Оцінка проводиться за такими етапами: 1) оцінка фінансового стану об'єкта інвестування; 2) визначення вагомості групових та одиничних показників на основі експертних оцінок; 3) визначення частки розмаху варіаційної множини; 4) визначення ранжованого значення за кожним показником; 5) розрахунок інтегрального показника.	Дає можливість всебічно оцінити інвестиційну привабливість підприємства.
Метод порівнянь [35, с. 54]	В процесі оцінки охоплюються такі основні складові інвестиційного процесу: порівняння між об'єктами інвестування; між суб'єктами інвестування (інвесторами); між умовами інвестування (чинниками інвестиційної привабливості).	Підхід є простий у застосуванні та інтерпретації, отримані дані спираються на фінансову та статистичну звітність, він коректується з огляду на відмінності порівнюваних об'єктів.
Матричний метод [36, с. 21]	Під час оцінки поєднується вплив фінансово-економічних факторів та маркетингових показників діяльності підприємства.	Забезпечує достатньо об'єктивне бачення фінансової ситуації та потенційні можливості підприємства, в яке передбачається вкласти інвестиції.

<b>Продовження таблиці 1.2</b>		
Трикутник прибутковості [37, с. 134]	Інвестиційна привабливість підприємств розглядається з точки зору учасника ринку цінних паперів. Пропонована методика базується на оцінці динаміки індексних та інших показників активності фондового ринку.	Це єдиний підхід, який дозволяє спрогнозувати майбутні вигоди.
Диференційований підхід [38, с. 23]	Основу методики складає диференційований підхід до обґрунтування рівня привабливості та положення підприємства на ринку. Комплексне вирішення проблеми оцінки інвестиційної привабливості підприємства на загальному і системному рівнях.	Дає можливість визначити контрольні точки інвестиційної привабливості, встановити параметри, за якими підприємство не відповідає рівню еталона.

Сучасні фірми використовують відразу декілька методів, для того, щоб виявити найбільш надійний та вигідний варіант інвестування. Інвестиційна діяльність на підприємстві завжди спрямована на підвищення ефективності його роботи, що в кінцевому підсумку виражається в отриманні, а потім і збільшенні прибутку [39, с. 2].

Для здійснення оцінки інвестиційної привабливості використовують різні фінансові коефіцієнти. Їх склад формується у відповідності до цілей та глибини аналізу. Варто зауважити, що коефіцієнти мають найбільший зміст у тому випадку, коли можна простежити їх ріст (спад) за певний період, наприклад, 3-5 років, або провести порівняльний аналіз, наприклад: до і після реалізації інвестиційного проекту.

Основним джерелом інформації під час оцінювання інвестиційної привабливості є бухгалтерська (фінансова) звітність підприємства за два останні календарні роки та останній звітний період, а саме: бухгалтерський баланс Ф1 (річний або квартальний), звіт про дебіторську або кредиторську заборгованість (Ф1 — б), звіт про фінансові результати діяльності підприємства (Ф2), звіт про фінансово — майновий стан (Ф3), примітки до річної фінансової звітності (Ф5) та при необхідності, роз шифровки

дебіторсько-кредиторської заборгованості, структури запасів, готової продукції, основних фондів, тощо [40, с. 155].

Однобічність підходу до оцінювання інвестиційної привабливості на основі фінансових показників намагаються виправити автори комплексних методик. Ці методики всебічно оцінюють інвестиційну привабливість підприємств, певним чином ураховуючи перспективи розвитку об'єкта інвестування, але мають той істотний недолік, що потребують аналізу різнопланових чинників, які не завжди мають числове вираження, а тому існує необхідність залучення експертів для здійснення обґрунтованої оцінки, що пов'язано з додатковими витратами. Крім того, урахування великої кількості показників не свідчить про те, що вони дійсно відображають інвестиційну привабливість підприємства [41, с. 899; 42, с. 114].

Узагальнюючи досліджені вище методики, слід відзначити, що комплексна оцінка інвестиційної привабливості повинна відповідати таким критеріям:

1. Характеризувати інвестиційну привабливість, виходячи з інтересів різних груп користувачів: самого підприємства й окремих груп інвесторів, зацікавлених в ефективності вкладання коштів;

2. Використовувати в процесі оцінки майбутніх об'єктів інвестування методи аналізу, що сприятимуть більш чіткому уявленню про фінансовий стан;

3. Містити оптимальну кількість критеріїв і показників оцінки, що характеризують окремі складові інвестиційно-інноваційної привабливості підприємства;

4. Чітко визначати ступінь корисності реалізації інвестиційно-інноваційних проектів для всіх учасників процесу інвестування.

З огляду на зазначені вище умови для об'єктивності методики, вважаємо найбільш доцільною методику запропоновану російськими вченими А. І. Алексєєвою та Ю. В. Васильєвим [43, с. 254], яка передбачає оцінювання комплексного показника, 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.

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

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

Де  $k_i$  – вага критерію;  $P_i$  – рейтингова оцінка  $i$ -го критерію;  $n$  – кількість критеріїв.

Алгоритм оцінки інвестиційної привабливості підприємства буде виглядати наступним чином:

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 даному 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:

$$P_T = \frac{ЧП}{С} \times 100 \quad (1.2)$$

2. Балансовий 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:

$$ROTA = \frac{\text{ПДО}}{A} \times 100\% \quad (1.3)$$

3. Балансовий 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:

$$ROA = \frac{\text{ПДО}}{K} \times 100\% \quad (1.4)$$

4. Балансовий 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:

$$R = \frac{\text{ПДО}}{OA} \times 100\% \quad (1.5)$$

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. Формула розрахунку показника:

$$K_{\text{пл}} = \frac{OA}{ПЗ} \quad (1.6)$$

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:

$$K_{\text{абс л}} = \frac{ГК}{ПЗ} \quad (1.7)$$

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

$$K_{\text{чок}} = \frac{OA - ПЗ}{OA} \times 100 \% \quad (1.8)$$

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:

$$K_{\text{ВКП}} = \frac{ВК}{ПБ} \times 100 \% \quad (1.9)$$

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. 1.2).

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.

Таблиця 1.3 – Бальна оцінка параметрів інвестиційної привабливості підприємства

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

*Джерело: [43, с. 255]*

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. 1.3.

Запропонована методика дозволяє оцінювати підприємства різні за формами власності, галузевої приналежності, організаційно-правовою формою і розміром в залежності від типів інвесторів для вирішення поставлених завдань. Також до позитивних сторін даної оцінки можна віднести порівняльну простоту розрахунків, оскільки в сучасних умовах доступні величезні обсяги інформації, а запропонована методика дозволяє в короткі терміни отримати дані про привабливість вкладення капіталу в те або інше підприємство.

Таблиця 1.4 – 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

*Джерело: [43, с. 257]*

Недоліком такого методу може виступати неповний аналіз фінансового стану суб'єктів господарської діяльності, що може призвести до похибок. Варто відзначити, що рейтингова оцінка не дозволяє зробити прогноз про зміни інвестиційної привабливості, що, в свою чергу, звужує рамки застосування даної методики.

В умовах обмеженості фінансових ресурсів аналіз інвестиційної привабливості підприємства на основі рейтингової оцінки є важливим,

оскільки кожен інвестор може вибрати з різних альтернатив найбільш ефективну відповідно до обмежень і вимог до повернення коштів.

### Висновок до розділу 1

Отже, розгляд існуючих підходів до визначення сутності «інвестиційна привабливість» показав, що нею є 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.

Виділено та детально описано ряд факторів зовнішнього (непрямого) та внутрішнього (прямого) впливу на інвестиційну привабливість. Відповідно, до зовнішніх факторів відносять: природно-географічні, екологічні, правові, політичні, економічні, законодавчі, соціальні; до внутрішніх чинників: організаційні, трудові, ресурсні, комерційні, технічні, споживчі, інноваційні, виробничі, фінансово-аналітичні, конкурентоспроможність.

Існують різні методики аналізу та оцінки інвестиційної привабливості, вони мають свої особливості, але основним їх призначенням є встановлення доцільності інвестування коштів в аналізоване підприємство. Найчастіше використовують методику оцінки інвестиційної привабливості на основі фінансових показників.

Оцінювання комплексного показника представляє собою суму оцінених результативних коефіцієнтів (рентабельність товарів, прибуток до оподаткування до валюти балансу, прибуток до оподаткування до власних засобів, прибуток до оподаткування до оборотних засобів, поточна ліквідність та інші), вони розкривають різні аспекти ефективності діяльності та стійкості фінансового стану підприємства.

Матеріали даного розділу висвітлено в працях [1; 10; 39], зазначених в переліку посилань.

## 2 ОЦІНКА СТАНУ УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ПРИВАБЛИВІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ МОЛОЧНОЇ ГАЛУЗІ

### 2.1 Сучасний стан та тенденції розвитку молочної галузі України

Ринок молока та молочних продуктів в Україні є однією із найважливіших та найбільш перспективних складових агропромислового ринку. Він знаходиться у числі двадцяти п'яти найбільших світових виробників молока. За даними IFCN, у 2019 році Україна з виробництва коров'ячого молока зайняла 22 місце в світі [44].

Від його розвитку залежить задоволення потреб населення України у життєво необхідних продуктах харчування, що виробляються з молока. На функціонування ринку молока здійснює вплив ряд факторів: стан виробництва, ринкова інфраструктура, дієвість ринкових механізмів, платоспроможність споживачів.

Галузь молока, до складу якої входять підгалузі: маслоробна, сироробна, молочноконсервна підгалузі, а також виробництво продукції з незбираного молока, на сьогодні є провідною у структурі харчової індустрії України [45, с. 359; 46, с. 134]. Молочна продукція займає вагомe місце у споживанні населення - частка витрат на молочні продукти становить 15% від сумарних витрат на харчування (це четверте місце після хлібобулочних, м'ясних, борошняних та макаронних виробів).

На сьогоднішній день функціонує близько 350 підприємств з переробки молока, з яких 80 виробляють 90% суцільномолочної продукції [47, с. 99; 48, с. 27]. У зв'язку із значною конкуренцією на ринку можна виділити ряд лідерів, які займають найбільші частки ринку: ДП «Лакталіс-Україна, ТОВ «Данон», ТОВ «ТерраФуд», ТОВ «Люстдорф», ПрАТ «Молочний альянс», ПрАТ «Вінницький молочний завод «Рошен», ТОВ «Група компаній Альянс», ПАТ «Вімм-Білл-Данн Україна», ПрАТ «Комбінат «Придніпровський», ПрАТ «Тернопільський молокозавод» та багато інших.

Керівництво даних підприємств вкладає значні кошти в модернізацію виробництва та покращення якості молока та молочних продуктів, слідує та, відповідним чином, реагує на зміни кон'юнктури ринку, постійно покращує та розширює асортимент видів продукції з метою покращення процесу виробництва продукції, збільшенням обсягів реалізації продукції та отримання чистого прибутку.

Частки експорту підприємств молочної продукції першого півріччя 2019 р. у відсотковому значенні зображено на рисунку 1 [44]. Лідируючі позиції займають такі молокоперобні підприємства-експортери України (рис. 2.1):

1. ПрАТ «Вінницький молочний завод «Рошен»: - 26 %;
2. «Мілкільд Інтермаркет» - 15 %
3. «Яготинський маслозавод» - 11 %;

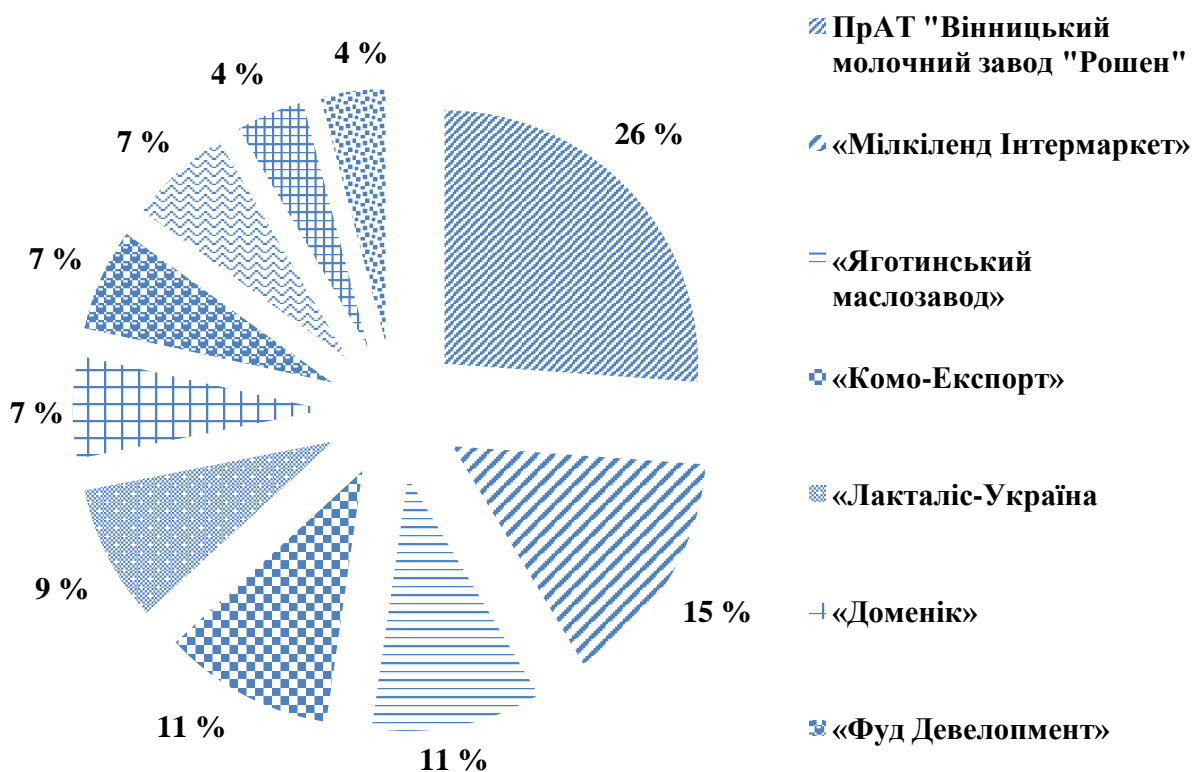


Рисунок 2.1 – Частки експорту виробників молочної продукції України, перше півріччя 2019 р.



За даними Державної служби статистики України, чисельність корів в Україні за 2018 рік зменшилася на 68 тис. голів – до 2041 млн., велика рогата худоба на фермах продовжує «вимирати», і з 1996 року прослідковується поступове зниження її чисельності (рис. 2.2) [49]. Причому продуктивність виробництва молока вітчизняними підприємствами за останні роки зростає, так у 2018 році середній надій на корову склав 5595 кг мол./кор., що на 0,7 % більше у порівнянні з 2017 роком, коли середній надій складав 5555 кг мол./кор. Дане підвищення відбулося за рахунок покращення технологій виробництва молока та більш якісних показників стада молочних корів у сільськогосподарських підприємствах. У Китаї, наприклад, він менше – 2000 кг мол./корову, і це є середній показник.

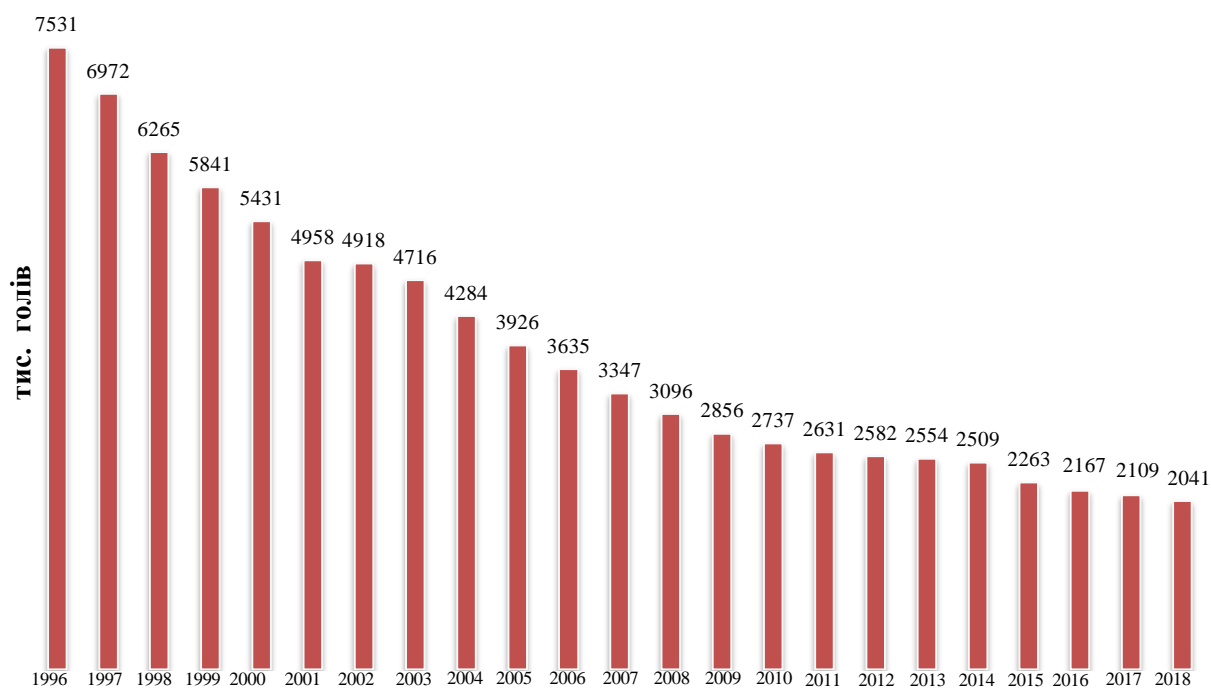


Рисунок 2.2 – Динаміка зміни кількості поголів'я корів станом на 1 січня відповідного року

З кожним роком молочний ринок України суттєво скорочує обсяги експорту, через втрату ринку збуту в окремих країнах СНД, та поступово нарощує їх імпорт. Це негативним чином відображається як на українських підприємствах, які займаються виробництвом та переробкою молока

(зумовлюється зменшення потужностей), так і на зовнішньоторговельний баланс. За даними Державної служби статистики України, у січні – грудні 2018 року Україна експортувала молочних продуктів на загальну суму 263592,5 тис.дол. США, що на 6,4 % менше, ніж у відповідний період 2017 року (281624,5 тис.дол. США), та на 18,6 % менше, ніж у 2014 році (-60204,6 тис.дол. США). На зниження обсягу експорту молока та молочних продуктів, за досліджуваний період, значною мірою вплинула заборона поставок молочної продукції в Росію та складність доставки товару в країни Середньої Азії.

Левову частку експорту молокопродуктів становить масло вершкове – 48,8 % від загального експорту молокопродуктів у перерахунку на молоко, також, варто відмітити що в порівнянні 2018 р. до 2014 р. загальна сума експорту масла вершкового та інших жирів зросла на 171,6 % (81251,7 тис. дол. США), дана тенденція зумовлена різким збільшенням обсягів експорту до Європи (в основному Франція), країн СНД та Африки.

Наступну позицію в загальній сумі експорту молока та молочних продуктів займає молоко та вершки згущені – 22,4 % (59047,1 тис. дол. США); сири – 11,7 % (30797,8 тис. дол. США), також доцільно вказати, що обсяги експорту всіх видів сиру 2018 р. відносно 2014 р. скоротились на 74,4 % (або на 89271,9 тис. дол. США) – головною причиною негативної тенденції є закриттям російського ринку у 2015 р.; 8,3 % (або 21927,7 тис. дол. США) в загальних обсягах експорту за 2018 р. припадає на молочна сироватку; 5,6 % (або 14733,8 тис. дол. США) становить молоко та вершки незгущені, доречі в загальній сумі експорту за даною продукцією спостерігається позитивна тенденція в 2018 р. до 2014 р. – збільшення на 211,9 % (або на 10010,5 тис. дол. США).

Також 3,2 % (або 8479,7 тис. дол. США) в загальному обсязі експорту займає маслянка (табл. 2.1) [49].

Імпорт молокопродуктів в Україні станом на 2018 рік є низьким, так як він є не вигідним через збільшення світових цін на молокопродукти. За

досліджуваний період (з 2014 р. по 2018 р.) спостерігається поступова тенденція до зниження обсягів імпорту молочної продукції (93076,9 тис. дол. США), у порівнянні з 2014 р. (149021,7 тис. дол. США), на суму 55944,8 тис. дол. США, або 37,5 %.

Таблиця 2.1 – Експорт молочної продукції за 2014-2018 рр. в дол. США

Найменування продукції	Експорт, тис. дол. США						2018 р. до 2014 р.	
	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.	2018 р. до 2014 р.		
						Абс. відх., тис. дол	Відн. відх., %	
Молоко та вершки, незгущені та без додання цукру	4723,3	4619,1	5430,2	9733,7	14733,8	10010,5	211,9	
Молоко та вершки, згущені та з доданням цукру	121074,4	89300,8	73672,1	80585,3	59047,1	-62027,3	-51,2	
Маслянка, коагульовані молоко та вершки, йогурт, кефір та інші ферментовані або сквашені (бактеріальними заквасками) молоко та вершки, згущені або незгущені	3973,6	3334,0	2582,1	4179,8	8479,7	4506,1	113,4	
Молочна сироватка, продукти, що складаються з натуральних компонентів молока	26601,3	15510,7	14340,4	24827,8	21927,7	-4673,6	-17,6	
Масло вершкове та інші жири, вироблені з молока; молочні пасти	47354,7	29945,3	37534,0	129787,7	128606,4	81251,7	171,6	
Сири всіх видів і кисломолочний сир:	120069,7	34936,0	24317,9	32510,2	30797,8	-89271,9	-74,4	
Всього:	323797,1	177645,9	157876,8	281624,5	263592,5	-60204,6	-18,6	

В 2018 році Україною імпортувалися такі види молочних продуктів: сири всіх видів – 71,8 % від загального імпорту молочної продукції (66807,6 тис. дол. США); маслянка – 8,5 % (7898,3 тис. дол. США); масло вершкове – 8 % (7471,8 тис. дол. США); молоко та вершки згущені – 6,1 % (5709,2 тис. дол. США); молочна сироватка – 3,4% (3122 тис. дол. США); молоко та вершки не згущені – 2,2 % (2068 тис. дол. США) (табл. 2.2).

Імпорт усіх видів молочної продукції у 2018 році є значно меншим ніж 2014 році, однак впродовж 2015-2018 років спостерігається стійка тенденція до нарощення обсягів імпортованої молочної продукції (табл. 2) [4].

Таким чином, обсяги реалізації українськими товаровиробниками молочної сировини власного виробництва за всіма напрямками та її імпорт посприяли формуванню платоспроможного ринку молочної продукції для населення держави та відповідний експортний потенціал.

Таблиця 2.2 – Імпорт молочної продукції за 2014-2018 рр. в дол. США

Найменування продукції	Імпорт, тис. дол. США						
	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.	2018 р. до 2014 р.	
						Абс. відх., тис. дол	Відн. відх., %
Молоко та вершки, незгущені та без додання цукру	3933,0	829,4	1061,5	1444,2	2068,0	-1865,0	-47,4
Молоко та вершки, згущені та з доданням цукру	12405,4	1666,4	2137,6	3769,4	5709,2	-6696,2	-54,0
Маслянка, коагульовані молоко та вершки, йогурт, кефір та інші ферментовані або сквашені (бактеріальними заквасками) молоко та вершки, згущені або не згущені	12344,4	3658,0	3942,4	5617,0	7898,3	-4446,1	-36,0
Молочна сироватка, продукти, що складаються з натуральних компонентів молока	4800,0	2096,2	1605,9	2368,6	3122,0	-1678,0	-35,0
Масло вершкове та інші жири, вироблені з молока; молочні пасти	47931,4	2575,7	3790,1	4479,1	7471,8	-40459,6	-84,4
Сири всіх видів і кисломолочний сир:	67607,4	23430,1	29876,5	47125,0	66807,6	-799,8	-1,2
Всього:	149021,7	34255,9	42414,1	64803,2	93076,9	-55944,8	-37,5

Як видно з рисунку 2.3, за деякими товарними групами спостерігається стійка тенденція до нарощення обсягів виробництва продукції: у 2018 р. виробництво сиру (свіжого, сичужного, плавленого) зросло на 47,4 % в порівнянні з 2014 р., а в порівнянні з аналогічним періодом (тобто 2017 р.) обсяги зросли на 4,08 %; молоко і вершки має аналогічну тенденцію – відповідні темпи нарощування обсягу виробництва становили 60,2 % та 6,4 %; морозиво та лід харчовий – збільшення на 6,8 % до 2014 р. та 1,98 % до 2017 р.; казеїн та казеїнати – відслідковується поступова динаміка до зростання обсягів – 51,3 % до 2014 р. та 2,8 до 2017 р.

П'ять груп товарів за якими прослідковується зменшення обсягів виробництва молочних продуктів у 2018 році: обсяги виробництва молока та вершків мають негативну динаміку та відносно 2014 р. відображається зменшення виробництва на 14,1 %, або зменшення на 3,81 % відносно аналогічного періоду (частка в загальному обсязі – 40,1 %).

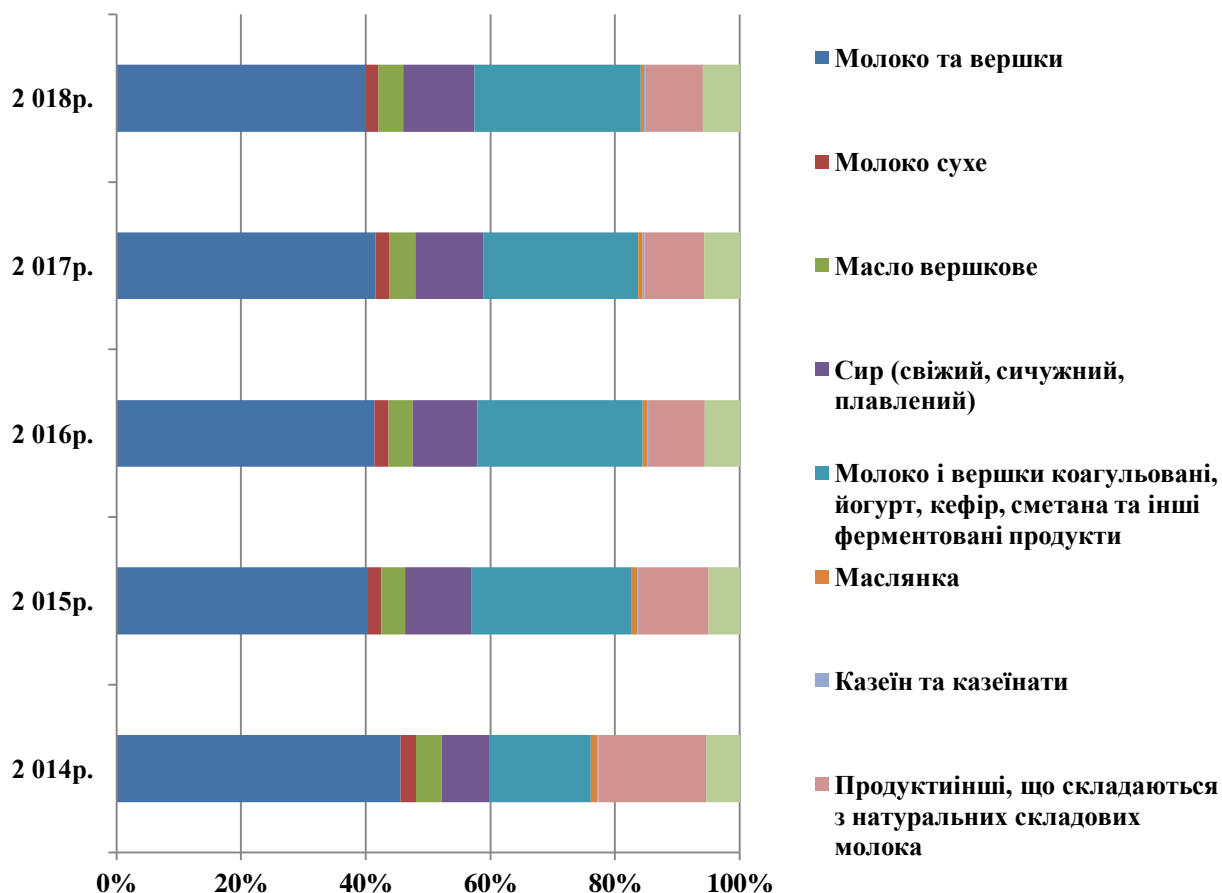


Рисунок 2.3 – Аналіз виробництва молокопродуктів у 2014-2018 рр.

Продукти інші, що складаються з натуральних складових молока (частка в загальному обсязі виробництва молока та молочних продуктів становить 9,3 %) – зменшення на 47,5 % відносно до 2014 р., або зменшення на 3,7 % відносно 2017 р.; масло вершкове (частка в загальному обсязі – 4 %) – спостерігається зменшення 6,2 % відносно 2014 р. та зменшення на 3,4 % відносно до аналогічного періоду; молоко сухе (частка в загальному обсязі – 1,9 %) – спостерігається зменшення на 21,7 % відносно до 2014 р. та на 14,1 % відносно 2017 р.; маслянка (частка в загальному обсязі виробництва молока та молочних продуктів становить 0,5 %) – зменшення на 56,2 % відносно до

2014 р., або зменшення на 35,3 % відносно 2017 р. [49]. Така ситуація стала наслідком скорочення потенційних ринків збуту української продукції в Росії та зменшенням кількості великої рогатої худоби [50, с. 387]. Отже, до основних проблем сучасного українського ринку молочної продукції можна віднести:

1. Зменшення поголів'я корів та відсутній достатній рівень якісної сировини, для виробництва різних видів продукції, також існує проблема недостатньої кількості лабораторій для визначення якості молока та молочних продуктів;

2. Значна втрата міжнародних ринків збуту і, як наслідок, на сьогодні наявний невеликий ринок збуту продукції, така ситуація сприяє скороченню виробництва молочної продукції підприємствами, або ліквідації виробництва;

3. Низький технологічний рівень на виробництвах, відсутність сучасного обладнання (багато сировини псується під час неналежного транспортування від виробника до переробного підприємства);

4. Зниження рівня внутрішнього споживання через кризові явища в Україні;

5. Недостатній рівень структуризації та кооперації підприємств.

Виходячи з наявних проблем, основними напрямками покращення стану молочного ринку України є:

1. Стимуляція, з боку держави (створення належного пільгового податкового режиму), до створення ферм великої рогатої худоби, що дасть змогу більшити обсяги сировини, відповідно модернізація обладнання та покращення якості молочних продуктів;

2. Пошук та налагодження міжнародних зв'язків з країнами, для експорту продукції, також забезпечення належного транспортування молока та молочної продукції;

3. Створення інтегрованого та кооперованого виробництва (ефективна система менеджменту на підприємстві).

## 2.2 Загальна характеристика діяльності ПрАТ «Вінницький молочний завод «Рошен»

Приватне акціонерне товариство «Вінницький молочний завод «Рошен» (далі - Товариство) засноване, як Закрите акціонерне товариство «Бершадьмолоко» шляхом реорганізації (перетворення) орендного підприємства «Бершардський молочноконсервний комбінат» у Закрите акціонерне товариство «Бершадьмолоко» відповідно до Установчого договору про створення Закритого акціонерного товариства «Бершадьмолоко», протоколу №3 Установчої конференції від 10 березня 1998 року. Засновниками Товариства виступили члени організації орендарів орендного підприємства «Бершардський молочноконсервний комбінат». На дату заснування Товариства засновниками купувалися 27170 акцій, що становило 100 % статутного капіталу Товариства на момент його створення.

Згідно з рішенням загальних зборів акціонерів від 15.04.2011 р. найменування Закритого акціонерного товариства «Бершадьмолоко» було змінено на Публічне акціонерне товариство «Бершадьмолоко», у зв'язку із необхідністю приведення діяльності Товариства у відповідність до Закону України «Про акціонерні товариства».

Згідно з рішенням загальних зборів акціонерів від 15.04.2014 р. найменування Публічного акціонерного товариства «Бершадьмолоко» було змінено на Публічне акціонерне товариство «Вінницький молочний завод «Рошен».

Рішенням загальних зборів акціонерів Товариства від 24.04.2017 р. найменування Публічного акціонерного товариства «Вінницький молочний завод «Рошен» змінено на Приватне акціонерне товариство «Вінницький молочний завод «Рошен», у зв'язку зі зміною типу акціонерного товариства.

Приватне акціонерне товариство «Вінницький молочний завод «Рошен» є повним правонаступником всіх прав та обов'язків Публічного акціонерного товариства «Вінницький молочний завод «Рошен».

Товариство створене та діє на підставі чинного законодавства України, зокрема: Цивільного кодексу України, Господарського кодексу України, Закону України «Про акціонерні товариства», тощо, а також Статуту Товариства.

Учасниками (акціонерами) Товариства є:

- Дочірнє підприємство «Кондитерська корпорація «Рошен» володіє 85,8578 % акцій;
- ТОВ «Центрально - Європейська кондитерська компанія» володіє 10,7811 % акцій;
- фізичні особи в кількості 455 осіб володіють 3,3611 % акцій [51].

Продукція виробництва ПрАТ ВМЗ «Рошен» найбільшого підприємства в Східній Європі, обладнаного найсучаснішими технологічними лініями провідних європейських фірм.

Підприємство ПрАТ ВМЗ «Рошен», має свою організаційну та виробничу структуру. Товариство є підприємством з найбільш складною управлінською структурою, що обумовлено так званою акціонерною власністю. Тому акціонерні товариства за загальним правилом мають два контрольні органи – вищий контрольний та контрольний (відповідно спостережна рада і ревізійна комісія) та вищий орган АТ – загальні збори. Виконавчим органом АТ є правління товариства, а посадовими особами правління – його голова та члени правління.

Організаційна структура ПрАТ ВМЗ «Рошен», представлена на рис. 2.4.

Виробнича структура є частиною загальної структури підприємства, а саме виробничі підрозділи, які випускають продукцію, а також обслуговуючі та допоміжні служби, які допомагають у випуску продукції.

Виробнича структура ПрАТ ВМЗ «Рошен», має цехову побудову і складається з основного виробництва, що містить у собі основні і допоміжні цехи та обслуговуючого господарства (рис. 2.5).



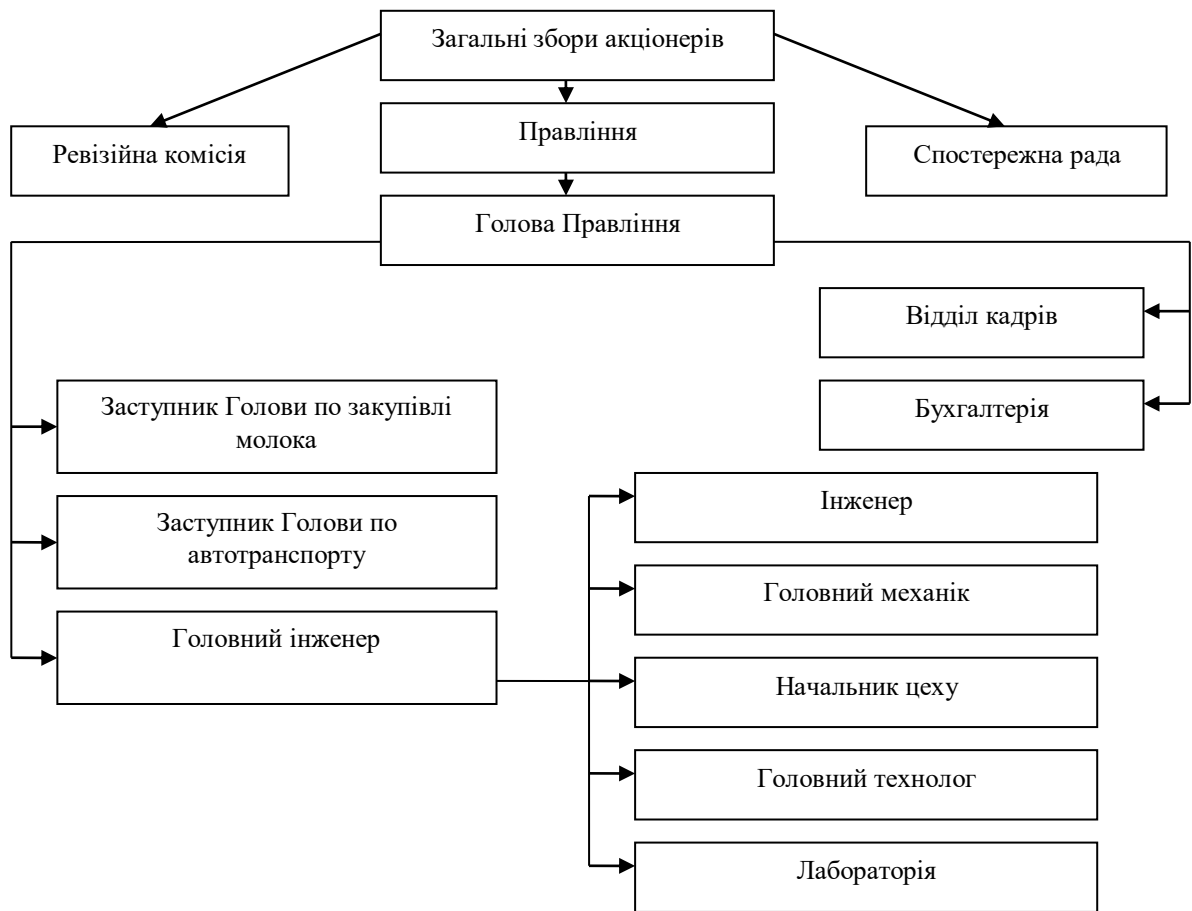


Рисунок 2.4 – Організаційна структура ПрАТ ВМЗ «Рошен»

На чолі ПрАТ ВМЗ «Рошен», стоїть директор у підпорядкуванні якого знаходяться головний бухгалтер, завідуючий лабораторією, головний інженер, заступник директора по транспорту, заступник директора по заготівлі.

Кожній з вищенаведених посад підпорядковуються спеціалісти відповідних функціональних відділів (наприклад, бухгалтерія ПрАТ ВМЗ «Рошен», очолювана головним бухгалтером має наступну структуру: заступник головного бухгалтера, головний економіст, бухгалтер по зарплаті, бухгалтер-касир, бухгалтер по заготівлі молока, бухгалтер по транспорту).

Майно ПрАТ ВМЗ «Рошен», складається з основних засобів та обігових коштів, також цінностей, вартість яких відображено в балансі підприємства. Виробничі потужності підприємства дозволяють щодня переробляти 600 тонн сирого молока, а ретельна селекція і постійний лабораторний контроль створюють умови для виробництва молочних продуктів, безпеку і високу

якість яких підтверджено, а також міжнародними сертифікатами (ISO9001, ISO22000, Halal, Kosher і ін.), Так і відгуками наших постійних партнерів: Nestle, Unilever, Mondelez і багатьох інших.

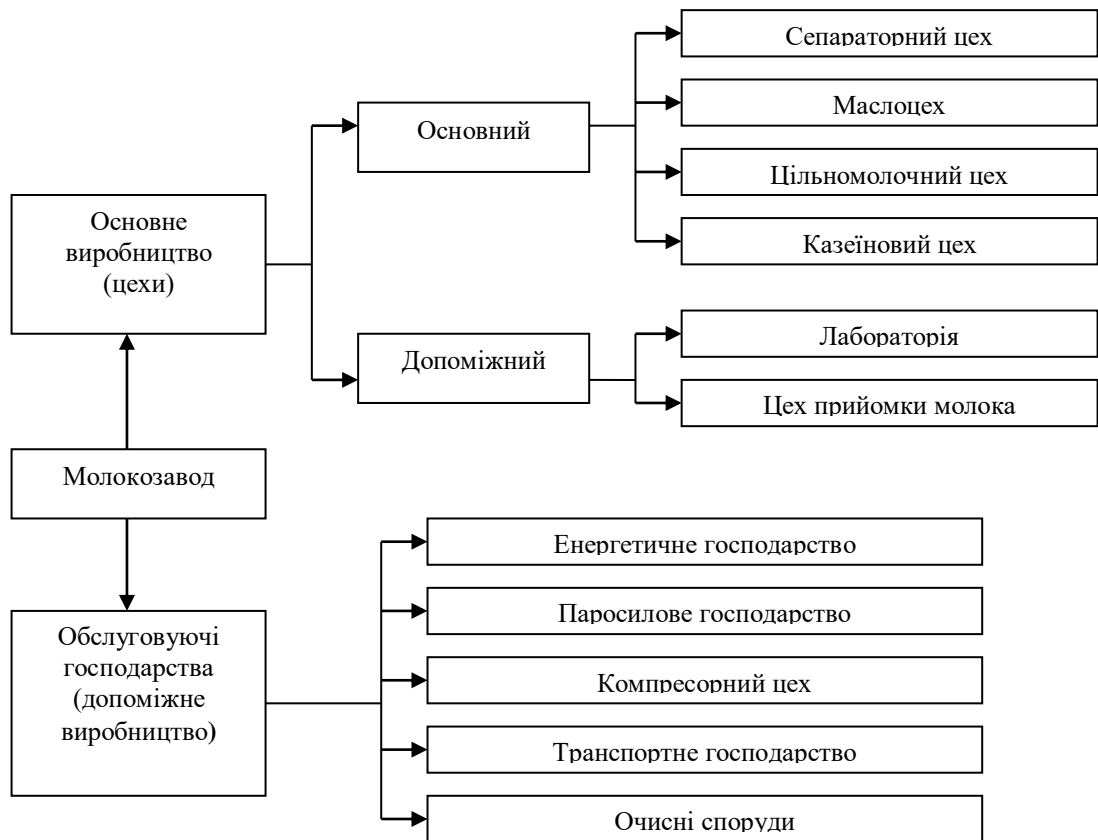


Рисунок 2.5 – Виробнича структура ПрАТ ВМЗ «Рошен»,

На сьогоднішній день виробляються наступні продукти екстра-класу: сухе знежирене молоко; сухе незбиране молоко; сухі вершки; масло солодковершкове і кисловершкове; дегідрований молочний жир (AMF).

Компанія безпосередньо виробляє: молоко сухе жирністю до 1,5 %; молоко сухе жирністю більше 1,5 % не підсоложене; молоко сухе жирністю більше 1,5 % інше; масло вершкове жирністю до 85 %; масло вершкове жирністю більше 85 %.

Види економічної діяльності: перероблення молока та виробництво сиру; збирання, очищення та розподілення води; оптова торгівля молочними продуктами, яйцями, олію, тваринним маслом та жирами; роздрібна торгівля молоком, молочними продуктами та яйцями; роздрібна торгівля іншими

продовольчими товарами; здавання в оренду власного нерухомого майна; оренда автомобілів.

Компанія експортує товари в такі країни: Афганістан, Албанія, Алжир, Азербайджан, Багамські острови, Бахрейн, Бангладеш, Вірменія, Ботсвана, Бразилія, Білорусь, Канада, Китай, Колумбія, Кіпр, Грузія, Німеччина, Греція, Індонезія, Іран, Ізраїль, Йорданія, Кувейт, Киргизстан, Ліван, Малайзія, Маврій, Молдова, Оман, Нігерія, Пакистан, Перу, Саудівська Аравія, В'єтнам, Сирія, Об'єднані Арабські Емірати, Єгипет.

Продукція ПрАТ «Вінницький молочний завод «Рошен» відповідає таким стандартам якості – ISO: ISO9001, ISO22000, Halal, Kosher і ін.

Підприємство є одним із лідерів з виготовлення молочної продукції в Україні. Сучасні потужності дозволяють переробляти понад 300 тонн молока за добу.

ПрАТ «Вінницький молочний завод «Рошен» після постійних реконструкцій і оновлення сировинно-технічної бази, виробляє продукцію, яка за своєю якістю і дизайну не поступається світовим аналогам.

Основними видами продукції, що виробляє підприємство та за рахунок продажу яких отримало практично 100% доходу за звітний 2016 рік, є така готова продукція як: масло тваринне, сири, сирні продукти, суха сироватка, цільно-молочна продукція.

Основними постачальниками молока для ПрАТ «Вінницький молочний завод «Рошен» є сільськогосподарські підприємства та населення Бершадського району, а також регіони Вінницької області.

Ціни на сировину постійно зростають, на що впливає техпроцес виробництва продукції товариства при сезонному зборі молока. Перспективною діяльністю є виробництво сиру, однак сировини (молока) недостатньо, результатом чого є також зростання цін на продукцію.

У планах підприємства є випуск нових видів сиру.

Основними ризиками в діяльності Товариства є велика залежність від банківських кредитів, зменшення сировинної зони, низька якість сировини,

велика собівартість продукції, несвоєчасні платежі замовників, зростання цін на сировину та матеріали.

Методи продажу, які використовує товариство - зацікавлення клієнтів у підтриманні стосунків з підприємством за рахунок оптимальної ціни та високої якості продукції. Маркетингові дослідження ринку довели доцільність укладання угод з великими оптовими фірмами, не дивлячись на жорсткі умови постачання, співпраця з ними дає стабільні замовлення.

### 2.3 Аналіз основних показників діяльності підприємства за 2016-2018 роки

Фінансовий стан підприємства – це комплексне поняття, яке є результатом взаємодії всіх елементів системи фінансових відносин підприємства, визначається сукупністю виробничо-господарських факторів і характеризується системою показників, що відображають наявність, розміщення і використання фінансових ресурсів [52, с. 3].

Аналіз фінансового стану підприємства дає якісну та кількісну інформацію про його діяльність, яка необхідна для багатьох суб'єктів ринку.

В той же час з метою її достовірності, використання у процесі управлінських рішень доцільно використовувати коефіцієнтний або комплексний метод, адже вони є найбільш обширними і охоплюють всі сфери діяльності підприємства. Дані методи представляють підприємство і всі його зв'язки як взаємопов'язану систему рухів фінансових ресурсів, що дає змогу найширше оцінити його фінансовий стан [52, с. 5].

Використовуючи дані фінансової звітності підприємства, наведені в додатку А, проведемо аналіз фінансового стану ПрАТ «ВМЗ «Рошен».

Рентабельність продажу, яка характеризує ефективність діяльності та показує величину прибутку або ж збитку, що надходить підприємству в кожній гривні від продажу продукції, товарів, робіт, послуг, визначається за формулою [53, с. 75]:

$$\text{Рент}_{\text{прод.}} = \frac{\text{ФРОД}}{\text{ЧД}} \times 100\%, \quad (2.1)$$

де ФРОД – фінансовий результат від операційної діяльності;  
ЧД - чистий дохід (виручка) від реалізації продукції.

$$2016 \text{ рік: } \text{Рент}_{\text{прод.}} = \frac{3868}{1505637} \times 100\% = 0,25 \%;$$

$$2017 \text{ рік: } \text{Рент}_{\text{прод.}} = \frac{127766}{2180085} \times 100\% = 5,86;$$

$$2018 \text{ рік: } \text{Рент}_{\text{прод.}} = \frac{31672}{2074970} \times 100\% = 1,53 \%.$$

Рентабельність операційної діяльності – показує, скільки отримано прибутку від операційної діяльності з однієї гривні операційних витрат. Рентабельність операційної діяльності розраховується як відношення фінансового результату від операційної діяльності до операційних витрат, його нормативне значення – більше нуля та збільшення [53, с. 72]:

$$\text{Рент}_{\text{од}} = \frac{\text{ФРОД}}{\text{С} + \text{АВ} + \text{ВЗ} + \text{ІОВ}} \times 100\%, \quad (2.2)$$

де С – собівартість реалізованої продукції;

АВ – адміністративні витрати; ВЗ – витрати на збут;

ІОВ – інші операційні витрати.

$$2016 \text{ рік: } \text{Рент}_{\text{од}} = \frac{3868}{1469605+24128+28308+10615} \times 100\% = 0,25 \%;$$

$$2017 \text{ рік: } \text{Рент}_{\text{од}} = \frac{127766}{2003592+27437+21386+15859} \times 100\% = 6,18 \%;$$

$$2018 \text{ рік: } \text{Рент}_{\text{од}} = \frac{31672}{1993927+31122+19619+13709} \times 100\% = 1,54 \%.$$

Коефіцієнт рентабельності активів – характеризує величину отриманого прибутку в розрахунку на одну гривню активів підприємства, які постійно знаходяться на його балансі і визначається за формулою [53, с. 74]:

$$\begin{aligned} & \text{Рент.}_A \\ & = \frac{\text{ЧП}}{A} \times 100\%, \end{aligned} \quad (2.3)$$

де ЧП – чистий прибуток;

A - середньорічна вартість активів підприємства.

$$2016 \text{ рік.: Рент.}_A = \frac{356}{772372,5} \times 100\% = 0,04 \%;$$

$$2017 \text{ рік.: Рент.}_A = \frac{112124}{718588} \times 100\% = 15,6 \%;$$

$$2018 \text{ рік.: Рент.}_A = \frac{25706}{647754,5} \times 100\% = 3,97 \%.$$

Коефіцієнт рентабельності господарської діяльності – розраховується як відношення загального фінансового результату від звичайної діяльності до витрат підприємства і показує, скільки отримано прибутку від господарської діяльності з однієї гривні загальних витрат (нормативне значення – більше нуля і збільшення) [53, с. 73]:

$$\text{Р}_{\text{госп}} = \frac{\text{ЧП}}{C + AB + B3 + IOB + \Phi B + BUK + IB} \times 100\%, \quad (2.4)$$

де C - собівартість реалізованої продукції;

AB – адміністративні витрати;

B3 – витрати на збут;

IOB – інші операційні витрати;

ΦB – фінансові витрати;

BUK – витрати від участі в капіталі;

ІВ – інші витрати.

$$2016 \text{ рік: } P_{\text{госп}} = \frac{356}{1469605+24128+28308+10615+309} \times 100\% = 0,023 \%;$$

$$2017 \text{ рік: } P_{\text{госп}} = \frac{122124}{2003592+27437+21386+15859} \times 100\% = 5,9 \%;$$

$$2018 \text{ рік: } P_{\text{госп}} = \frac{25706}{1993927+31122+19619+13709+173} \times 100\% = 1,25 \%.$$

Коефіцієнт зносу основних засобів показує ступінь зносу основних засобів і визначається за формулою [53, с. 12]:

$$K_{\text{зн}} = \frac{З}{\text{ПВ}} \times 100\% \quad (2.5)$$

де З – сума зносу основних засобів;

ПВ – первісна вартість основних засобів.

$$2016 \text{ рік: } K_{\text{зн}} = \frac{276331}{754004} \times 100\% = 36,64 \%;$$

$$2017 \text{ рік: } K_{\text{зн}} = \frac{384719}{756036} \times 100\% = 50,89 \%;$$

$$2018 \text{ рік: } K_{\text{зн}} = \frac{491093}{767229} \times 100\% = 64,01 \%.$$

Коефіцієнт оборотності основних засобів (фондовіддача) розраховується як відношення чистої виручки від реалізації продукції (робіт, послуг) до середньорічної вартості основних засобів та показує ефективність використання основних засобів підприємства [53, с. 89]:

$$\Phi\text{В} = \frac{\text{ЧД}}{\text{ОЗ}}, \quad (2.6)$$

де ОЗ – середньорічна вартість основних засобів.

$$2016 \text{ рік.: } \Phi\text{В} = \frac{1505637}{518049} = 2,90;$$

$$2017 \text{ рік.: } \Phi\text{В} = \frac{2180085}{424495} = 5,14;$$

$$2018 \text{ рік.: } \Phi B = \frac{2074970}{323726,5} = 6,41.$$

У процесі дослідження було виявлено, що фінансовий стан ПрАТ «ВМЗ «Рошен» має тенденцію до покращення (табл. 2.3).

Таблиця 2.3 – Аналіз фінансового стану ПрАТ «ВМЗ «Рошен»

Показник	2016 р.	2017 р.	2018 р.	Абс. зміна 2018 р. до 2016 р.	Темп приросту, % 2018 р. до 2016 р.	Абс. зміна 2018 р. до 2017 р.	Темп приросту, % 2018 р. до 2017 р.
Загальна вартість майна, тис. грн.	748863	688313	607196	- 141667	-18,92	-81117	-11,78
Величина власного капіталу	248808	360932	386530	137722	55,35	25598	7,09
Величина залученого капіталу	500055	327381	220666	-279389	-55,87	-106715	-32,59
Вартість оборотних активів	255118	305100	322201	67083	26,29	17101	5,60
Вартість необоротних активів	491101	382076	284042	-207059	-42,16	-98034	-25,65
Рентабельність продажу, %	0,25	5,86	1,53	1,28	512	-4,33	-73,88
Рентабельність операційної діяльності, %	0,25	6,18	1,54	1,29	516	-4,64	-75,08
Коефіцієнт рентабельності активів, %	0,04	15,6	3,97	3,93	9825	-11,63	-74,55
Коефіцієнт рентабельності господарської діяльності, %	0,023	5,9	1,25	1,227	5334,78	-4,65	-78,81
Коефіцієнт зносу основних засобів, %	36,64	50,89	64,01	27,37	74,69	13,12	25,78
Коефіцієнт оборотності основних засобів (фондовіддача), об.	2,90	5,16	6,41	3,51	121,03	1,25	24,22

Зокрема, спостерігається зростання рентабельності продажу. У 2016 р. підприємство отримало 0,25 коп., у 2017 р. отримало 5,86 коп. операційного прибутку з 1 гривні реалізованої продукції, але у порівнянні звітнього року з 2016 роком - показник зріс на 1,28 коп., та становить 1,53 коп. операційного прибутку з 1 гривні проданої продукції. Однак, порівнюючи 2018 рік з 2017 роком - даний показник знизився на 4,33 коп. – це негативне явище.

Рентабельність операційної діяльності свідчить що 2016 році на 1 грн. понесених операційних витрат підприємство отримало 0,25 коп. прибутку, а у 2017 році отримало 6,18 коп. прибутку на 1 грн. понесених операційних витрат. Отже, порівнюючи показник 2016 року та 2018 року спостерігаємо



зріс на 1,29 коп, однак, порівнюючи 2018 рік з 2017 роком - даний показник знизився на 4,64 коп. і становить у 2018 році 1,54 коп.

Коефіцієнт рентабельності активів у 2016 році дорівнював 0,04 коп. чистого прибутку на 1 гривню активів підприємства, які постійно знаходяться на балансі, а у 2017 році даний показник становив 15,6 коп. чистого прибутку на 1 гривню активів підприємства. Отже, у порівнянні показник 2016 року до 2017 року збільшився на 3,93 коп. за рахунок того, що кінцевим результатом ПрАТ «ВМЗ «Рошен» був прибуток, однак, порівнюючи 2018 рік з 2017 роком – спостерігається зменшення на 11,63 та на кінець звітного періоду становить 3,97 коп. прибутку на 1 гривню активів підприємства.

Позитивну динаміку відображає коефіцієнт рентабельності господарської діяльності – у 2016 році отримано 0,023 %, у 2017 році отримано 5,9 % прибутку від господарської діяльності з 1 грн. загальних витрат. У порівнянні звітнього року з 2016 роком показник збільшився на 1,23 % і становив 1,25 % - це є свідченням про значне підвищення ефективності діяльності підприємства, однак у порівнянні з 2017 роком – показник знизився на 4,65 %.

Коефіцієнт зносу основних засобів показує, що 2016 році ступінь зносу основних засобів становив 36,64 %, у 2017 році складав 50,89 %. Порівнюючи звітний рік з 2016 роком даний показник збільшився на 27,37 % і становив 64,01 %; з 2017 роком – аналогічно спостерігається зріст (на 13,12 %) – це є свідченням того, що стан основних засобів молокозаводу погіршується.

Також про ефективність роботи підприємства свідчить і такий показник ділової активності, як коефіцієнт оборотності основних засобів (фондовіддача). В 2016 р. він становив 2,9 оборотів, у 2017 році – 5,16 оборотів. У порівнянні 2018 року до 2016 року спостерігається збільшення даного показника на 3,51 оборота, та у порівнянні 2018 року до 2017 року – показник зріс на 1,25 і становить вже 6,41 оборотів.

Наступним етапом в оцінюванні фінансового стану ПрАТ «ВМЗ «Рошен» є факторний аналіз чистого прибутку:

На чистий прибуток підприємства впливає два основних фактори першого рівня:

- чистий дохід від реалізації продукції;
- чиста рентабельність підприємства.

З метою залучення до аналізу додаткової інформації використовуються багатофакторні моделі, а також методичні прийоми декомпозиційного аналізу, який передбачає послідовну деталізацію і розкриття впливу на результат факторних показників.

На особливу увагу заслуговує чотири факторна мультиплікативна модель аналізу чистого прибутку підприємства. Для побудови цієї моделі використовуються чинники другого ряду, до яких належать:

- власний капітал підприємства;
- коефіцієнт оборотності активів;
- мультиплікатор власного капіталу;
- чиста рентабельність.

Модель залежності чистого прибутку від наведених вище факторів має такий вигляд [53, с. 35]:

$$\Pi = BK \times K_{об} \times M_k \times P_{чиста}, \quad (2.7)$$

де BK – середньорічні залишки власного капіталу.

$$2016 \text{ рік: } \Pi = 248642 \times 1,95 \times 3,10 \times 0,0002 = 356.$$

$$2017 \text{ рік: } \Pi = 304870 \times 3,03 \times 2,36 \times 0,0514 = 112124;$$

$$2018 \text{ рік: } \Pi = 373731 \times 3,2 \times 1,73 \times 0,0124 = 25706;$$

$K_{обОА}$  – оборотність активів, за якою оцінюється рівень ефективності використання активів підприємства, розрахована як відношення чистого доходу до загальної вартості активів [53, с. 35]:

$$K_{обОА} = \frac{ЧД}{А}, \quad (2.8)$$

$$2016 \text{ рік: } K_{обОА} = \frac{1505637}{772372,5} = 1,94.$$

$$2017 \text{ рік: } K_{обОА} = \frac{2180085}{718588} = 3,03;$$

$$2018 \text{ рік: } K_{обОА} = \frac{2074970}{647754,5} = 3,2;$$

$M_k$  – мультиплікатор власного капіталу, який характеризує здатність власного капіталу створювати активи і відношення залишків активів (А) до середньорічних залишків власного капіталу (ВК) підприємства [53, 35]:

$$M_k = \frac{А}{ВК} \quad (2.9)$$

$$2016 \text{ рік: } M_k = \frac{772372,5}{248642} = 3,10.$$

$$2017 \text{ рік: } M_k = \frac{718588}{304870} = 2,36;$$

$$2018 \text{ рік: } M_k = \frac{647754,5}{373731} = 1,73;$$

де  $R_{чиста}$  – чиста рентабельність фінансово-господарської діяльності підприємства, виражена десятковим дробом, розрахована як відношення чистого прибутку до чистого доходу [53, с. 35]:

$$R_{чиста} = \frac{ЧП}{ЧД} \quad (2.10)$$

$$2016 \text{ рік: } R_{чиста} = \frac{356}{1505637} = 0,0002.$$

$$2017 \text{ рік: } R_{чиста} = \frac{112124}{2180085} = 0,0514;$$

$$2018 \text{ рік: } P_{\text{чиста}} = \frac{25706}{2074970} = 0,0124;$$

Фактори які спричинити позитивний вплив на суму валового прибутку підприємства: чиста рентабельність (2016 р. - 0,0002; 2017 р. – 0,0514; 2018 р. - 0,0124), власний капітал (2016 р. – 248642 грн.; 2017 р. – 304870; 2018 р. – 373731 грн.), коефіцієнт оборотності активів (2016 р. - 1,94; 2017 р. – 3,03; 2018 р. - 3,2). Також чинник, який спричинив негативний вплив на суму валового прибутку підприємства – це мультиплікатор власного капіталу (2016 р. – 3,1; 2017 р. – 2,36; 2018 р. = 1,73).

Загалом з моделі залежності чистого прибутку можемо зробити висновок: в 2018 році спостерігається тенденція до зростання (чистий прибуток додатній дорівнює 25706 тис. грн.), але в 2016 році чистий прибуток був меншим і становив 356 тис. грн. – це свідчить про значне покращення діяльності підприємства.

Усі показники, необхідні для проведення факторного аналізу чистого прибутку, узагальнюються в таблиці 2.4.

Таблиця 2.4 – Вихідні дані для проведення факторного аналізу чистого прибуткуПрАТ «ВМЗ «Рошен»

Показник	Значення		Абсолютне відхилення, тис. грн.	Відносне відхилення, %
	2017 рік (п)	2018 рік (з)		
Чистий прибуток (ЧП), тис. грн	112124	25706	-86418	-77,07
Чистий дохід від реалізації продукції (ЧД), тис. грн	2180085	2074970	-105115	-4,82
Середньорічні залишки активів (А), тис. грн	718588	647754,5	-70834	-9,86
Середньорічні залишки власного капіталу (ВК), тис. грн	304870	373731	68861	22,59
Оборотність активів (Коб <sub>А</sub> ), оборотів	3,03	3,2	0,17	5,61
Мультиплікатор капіталу (М <sub>к</sub> )	2,36	1,73	-0,63	-26,69
Чиста рентабельність (P <sub>чиста</sub> )	0,0514	0,0124	-0,039	-75,87

Зв'язок між чинниками та результативним показником у наведеній моделі є функціональним, тому факторний аналіз чистого прибутку на її основі може проводитись за допомогою методу ланцюгових підстановок.

Використовуючи модель (2.7), оцінимо поетапно кількісний вплив кожного із чинників на зміну чистого прибутку.

1. Визначимо зміну чистого прибутку в результаті зміни величини власного капіталу[53, с. 36]:

$$\Delta\text{ЧП}_{\text{ВК}} = (\text{ВК}_3 - \text{ВК}_\Pi) \times \text{Коб}_{\text{А}\Pi} \times \text{Мк}_\Pi \times \text{Р}_{\text{чиста}\Pi}. \quad (2.11)$$

$$\Delta\text{ЧП}_{\text{ВК}} = 68861 \times 3,03 \times 2,36 \times 0,0514 = 25325,45$$

2. Визначимо зміну чистого прибутку в результаті зміни оборотності активів:

$$\Delta\text{ЧП}_{\text{Коб}_{\text{ОА}}} = \text{ВК}_3 \times (\text{Коб}_{\text{А}_3} - \text{Коб}_{\text{А}\Pi}) \times \text{Мк}_\Pi \times \text{Р}_{\text{чиста}\Pi}. \quad (2.12)$$

$$\Delta\text{ЧП}_{\text{Коб}_{\text{ОА}}} = 373731 \times 0,17 \times 2,36 \times 0,0514 = 7678,45$$

3. Визначимо зміну чистого прибутку в результаті зміни величини мультиплікатора власного капіталу:

$$\Delta\text{ЧП}_{\text{Мк}} = \text{ВК}_3 \times \text{Коб}_{\text{А}_3} \times (\text{Мк}_3 - \text{Мк}_\Pi) \times \text{Р}_{\text{чиста}\Pi} \quad (2.13)$$

$$\Delta\text{ЧП}_{\text{Мк}} = 373731 \times 3,2 \times (-0,63) \times 0,0514 = -38410,1$$

4. Визначимо зміну чистого прибутку в результаті зміни величини чистої рентабельності:

$$\Delta\text{ЧП}_{\text{Р}_{\text{чиста}}} = \text{ВК}_3 \times \text{Коб}_{\text{А}_3} \times \text{Мк}_3 \times (\text{Р}_{\text{чиста}_3} - \text{Р}_{\text{чиста}\Pi}) \quad (2.14)$$

$$\Delta\text{ЧП}_{\text{Р}_{\text{чиста}}} = 373731 \times 3,2 \times 1,73 \times (-0,039) = -81011,8$$

5. Оцінимо сукупний вплив чинників на зміну чистого прибутку в звітному періоді:

$$\Delta\text{ЧП} = \Delta\text{ЧП}_{\text{ВК}} + \Delta\text{ЧП}_{\text{КобА}} + \Delta\text{ЧП}_{\text{Мк}} + \Delta\text{ЧП}_{\text{Рчиста}}. \quad (2.15)$$

$$\Delta\text{ЧП} = 25325,45 + 7678,45 + (-38410,1) + (-81011,8) = -86418$$

Отже, результати факторного аналізу чистого прибутку дають змогу проаналізувати зміну величини чистого прибутку в звітному році порівняно із попереднім: в 2017 році чистий прибуток дорівнював 112124 тис. грн., в 2018 році чистий прибуток зменшився і становить 25706 тис. грн.; загалом зміна даного показника є від'ємною і становить 86418 тис. грн.

При поетапному оцінюванні кількісного впливу кожного із чинників на зміну чистого прибутку робимо висновок: позитивний вплив здійснює величина власного капіталу (25325,45) та оборотність активів (7678,45); чинники негативного впливу: мультиплікатор власного капіталу (-38410,1) та величина чистої рентабельності (-81011,8).

Фактори, які чинили найбільший вплив на зміну величини прибутку: власний капітал та чиста рентабельність.

Аналіз фінансових результатів, наведених у таблиці 2.5, дає змогу виявити що фінансовий результат від основної операційної діяльності є найвищим у діяльності підприємства і станом на кінець 2018 року становить 81043 тис. грн., що на 45011 тис. грн. більше, в порівнянні з 2016 р. та на -95450 тис. грн. менше в порівнянні з 2017 р. – показник має позитивну тенденцію до збільшення у 2016 р. (124,92 %) та негативну у 2017 (-54,08).

Наступну позицію займає фінансовий результат операційної діяльності, він аналогічно має тенденцію до зростання: на кінець 2018 року становить 31672 тис. грн. що на 27804 тис. грн. більше ніж в 2016 році, та на 96094 тис. грн.. менше ніж у 2017 р. – прослідковується тенденція до зростання.

Також підвищився фінансовий результат від звичайної діяльності до оподаткування, так станом на кінець 2016 року фінансовий результат

становив 3559 тис. грн., але в 2018 році спостерігаємо збільшення на 27940 тис. грн. та зменшення у порів'янні до 2017 року на 97247 тис. грн., на кінець звітнього періоду фінансовий результат становить 31499 тис. грн.

Таблиця 2.5 – Фінансові результати діяльності ПрАТ «ВМЗ «Рошен»

Показник	Методика розрахунку	Значення, тис. грн			Зміна значень звітнього року			
		2016 рік	2017 рік	2018 рік	Абс, тис. грн до 2016 р.	Темп приросту, %, до 2016 р.	Абс, тис. грн до 2017 р.	Темп приросту %, до 2017 р.
Фінансовий результат від основної операційної діяльності	Ф. 2, р.2090 або р.2095	36032	176493	81043	45011	124,92	-95450	-54,08
Фінансовий результат від іншої основної операційної діяльності	Ф. 2, р.2120 – р.2180	20272	96	1370	-18902	-93,24	1274	1327,08
Фінансовий результат від операційної діяльності	Ф. 2, р.2190 або р.2195	3868	127766	31672	27804	718,82	-96094	-75,21
Фінансовий результат від участі в капіталі	Ф. 2, р.2200 – р.2255	0	0	0	0	0	0	0
Фінансовий результат від фінансової діяльності	Ф. 2, р.2220 – р.2250	0	0	0	0	0	0	0
Фінансовий результат від іншої звичайної діяльності	Ф. 2, р.2240 – р.2270	-309	980	-173	136	-44,01	-1153	-117,65
Фінансовий результат від звичайної діяльності до оподаткування	Ф. 2, р.2290 або р.2295	3559	128746	31499	27940	785,05	-97247	-75,53
Фінансовий результат від господарської діяльності	Ф. 2, р. 2350 або р.2355	356	112124	25706	25350	7120,79	-86418	-77,07

Аналогічно, фінансовий результат від господарської діяльності у 2016 році складав 356 тис. грн., у 2017 році – 112124 тис. грн. але у 2018 р., за рахунок покращення діяльності, фінансовий результат становить 25706 тис. грн. тобто у порів'янні до 2016 року відбулося збільшення на 25350 тис. грн., а також у порів'янні до 2017 року спостерігаємо зменшення 86418 тис. грн.

Фінансовий результат від іншої звичайної діяльності в 2016 році був

збитковим, збиток становив 309 тис. грн., у 2017 році був прибутковим та становив 980 тис. грн. але у порівнянні звітнього року до 2016 року - по даному показнику спостерігається підвищення на 136 тис. грн. – це позитивне явище, однак у 2018 величина фінансового результату від іншої звичайної діяльності зменшилася на -1153 тис. грн. у порівнянні до 2017 року і залишається збитковою (-173 тис. грн.).

Спостерігаємо зменшення фінансового результату від іншої основної операційної діяльності: за два роки має постійну тенденцію до спаду: на кінець 2017 року зменшився на 20176 тис. грн., та на кінець 2018 року на 18902 тис. грн.

Отже, в результаті дослідження фінансово-господарського стану ПрАТ «ВМЗ «Рошен» було встановлено, що за досліджуваний період його фінансові результати покращилися відносно 2016 року, що було забезпечено за рахунок основної операційної діяльності, операційної діяльності, звичайної діяльності до оподаткування, господарської діяльності та іншої звичайної діяльності.

#### 2.4 Оцінка ефективності управління інвестиційною привабливістю ПрАТ «Вінницький молочний завод «Рошен»

Визначимо особливості ефективності управління інвестиційного розвитку молокопереробного підприємства ПрАТ «Вінницький молокозавод «Рошен» з огляду на те, що молокопереробка та виробництво молочної продукції є галуззю спеціалізації для України й, одночасно, як внутрішній, так і зовнішній «молочні» ринки відчувають суттєвий конкурентний тиск, що має економічне та політичне забарвлення.

Завод є головним постачальником молочної продукції для виробництва солодоців Roshen. Потужності заводу забезпечують переробку до 320 тонн молока на день. Комбінат входить до десятки виробників-лідерів України, як найбільший переробник молочної сировини. ПрАТ ВМЗ «Рошен» можуть



виробляти більше 20 тонн сухих молочних продуктів: сухого знежиреного молока — 18 тонн, сухих вершків — 24 тонни, сухого незбираного молока — 22 тонни, згущеного молока — більше 40 тонн і масла вершкового — близько 10 тонн на добу у 2016 році.

З огляду на такі значні обсяги діяльності та виявлену прибутковість вважаємо за доцільне розвивати і надалі підприємство. Для залучення додаткових інвестицій важливе значення має оцінка інвестиційної привабливості.

Процес оцінювання ефективності інвестиційної привабливості включає в себе розрахунок показників ефективності господарської діяльності ПрАТ «ВМЗ «Рошен»:

За формулою (1.2) визначимо рентабельність товарів:

$$2016 \text{ рік: } P_T = \frac{356}{1469605} \times 100 \% = 0,024 \%;$$

$$2017 \text{ рік: } P_T = \frac{112124}{2003592} \times 100 \% = 5,596 \%;$$

$$2018 \text{ рік: } P_T = \frac{25706}{1993927} \times 100 \% = 1,289 \%.$$

Балансовий прибуток на 1 грн. сукупних активів знаходимо за формулою (1.3):

$$2016 \text{ рік: } ROTA = \frac{3559}{772372,5} \times 100 \% = 0,46 \%;$$

$$2017 \text{ рік: } ROTA = \frac{128746}{718588} \times 100 \% = 17,91 \%;$$

$$2018 \text{ рік: } ROTA = \frac{31499}{647754,5} \times 100 \% = 4,86 \%.$$

Балансовий прибуток до власних коштів визначаємо за формулою (1.4):

$$2016 \text{ рік: } ROA = \frac{3559}{248642} \times 100 \% = 1,43 \%;$$

$$2017 \text{ рік: } ROA = \frac{128746}{304870} \times 100 \% = 42,23 \%;$$

$$2018 \text{ рік: } ROA = \frac{31499}{373731} \times 100 \% = 8,43 \%$$

За формулою (1.5) знаходимо балансовий прибуток до величини оборотних коштів:

$$2016 \text{ рік: } R = \frac{3559}{237972} \times 100 \% = 1,49 \%;$$

$$2017 \text{ рік: } R = \frac{128746}{280109} \times 100 \% = 45,96 \%;$$

$$2018 \text{ рік: } R = \frac{31499}{313650,5} \times 100 \% = 10,04 \%$$

Наступними в розрахунку оцінки інвестиційної привабливості виступають показники, що характеризують фінансовий стан ПрАТ «ВМЗ «Рошен»:

Знаходимо коефіцієнт поточної ліквідності за формулою 1.6:

$$2016 \text{ рік: } K_{\text{пл}} = \frac{237972}{523730,5} = 0,45;$$

$$2017 \text{ рік: } K_{\text{пл}} = \frac{280109}{413718} = 0,68;$$

$$2018 \text{ рік: } K_{\text{пл}} = \frac{313650,5}{274023,5} = 1,14.$$

За формулою 1.7 визначаємо коефіцієнт абсолютної ліквідності:

$$2016 \text{ рік: } K_{\text{абс л}} = \frac{105034}{523730,5} = 0,20;$$

$$2017 \text{ рік: } K_{\text{абс л}} = \frac{52307}{413718} = 0,13;$$

$$2018 \text{ рік: } K_{\text{абс л}} = \frac{47652}{274023,5} = 0,17.$$

Розраховуємо частку чистого оборотного капіталу в оборотних коштах за формулою 1.8:

$$2016 \text{ рік: } K_{\text{чок}} = \frac{237972 - 523730,5}{237972} = -120,08 \%;$$

$$2017 \text{ рік: } K_{\text{чок}} = \frac{280109 - 413718}{280109} = -0,476 \%;$$

$$2018 \text{ рік: } K_{\text{чок}} = \frac{313650,5 - 274023,5}{313650,5} = 0,126 \%.$$

Частку власних коштів в пасивах визначаємо за формулою 1.9:

$$2016 \text{ рік: } K_{\text{ВКП}} = \frac{248642}{772372,5} \times 100 \% = 32,19 \%;$$

$$2017 \text{ рік: } K_{\text{ВКП}} = \frac{304870}{718588} \times 100 \% = 42,43 \%;$$

$$2018 \text{ рік: } K_{\text{ВКП}} = \frac{373731}{647754,5} \times 100 \% = 57,7 \%.$$

Для забезпечення наочної демонстрації позитивного зростання досліджуваних показників відобразимо їх графічно (рис. 2.6-2.9).

Зростання рентабельності товарів у 2018 році в порівнянні з 2016 роком на 1,26 % відбулося за рахунок збільшення чистого прибутку з 356 тис. грн. до 25706 тис. грн. – це свідчить про підвищення ефективності виробництва та реалізації вироблених товарів (рис. 2.6).

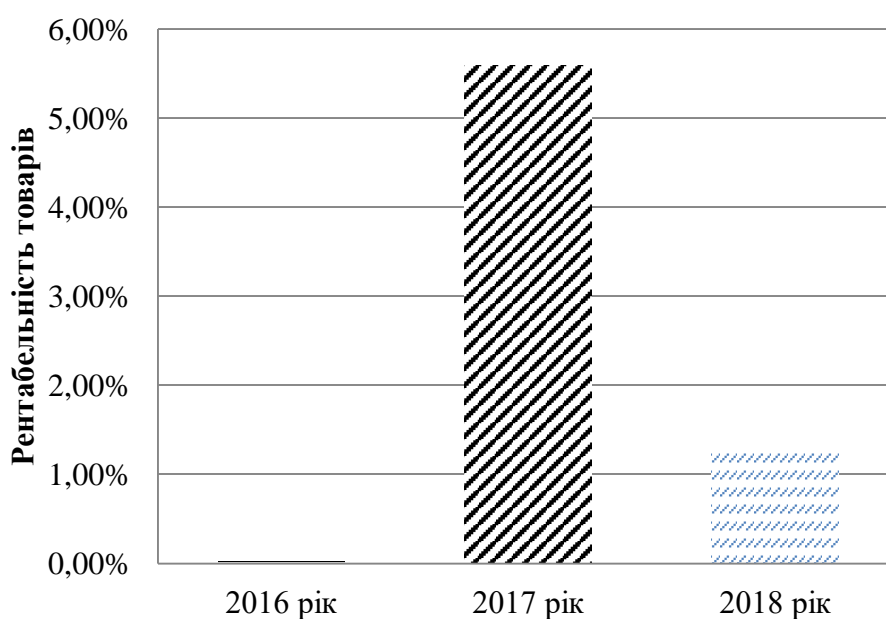


Рисунок 2.6 – Динаміка рентабельності товарів ПрАТ «ВМЗ «Рошен»

Досліджуючи зміну показника балансового прибутку на 1 грн. сукупних активів було виявлено, що в 2016 році він становив 0,46 %, а в 2018 році даний показник зріс на 4,4 % і становив вже 4,86 % - це є свідченням про незначне підвищення ефективності використання всіх активів підприємства без урахування податків і відсотків за позиками в довгостроковому періоді.

Балансовий прибуток до власних коштів в 2016 році дорівнював 1,46 %, але в 2018 році відбулося зростання даного показника на 6,97 %, і він ставив 8,43 % .

Позитивну динаміку відображає балансовий прибуток до величини оборотних коштів – в 2016 році він становив 1,49 %, а у звітному році спостерігаємо його збільшення на 8,55 %, відповідно станом на 2018 рік він дорівнював 10,04 % – це говорить про те, що оборотні кошти почали використовуватися більш ефективно (рис. 2.7).

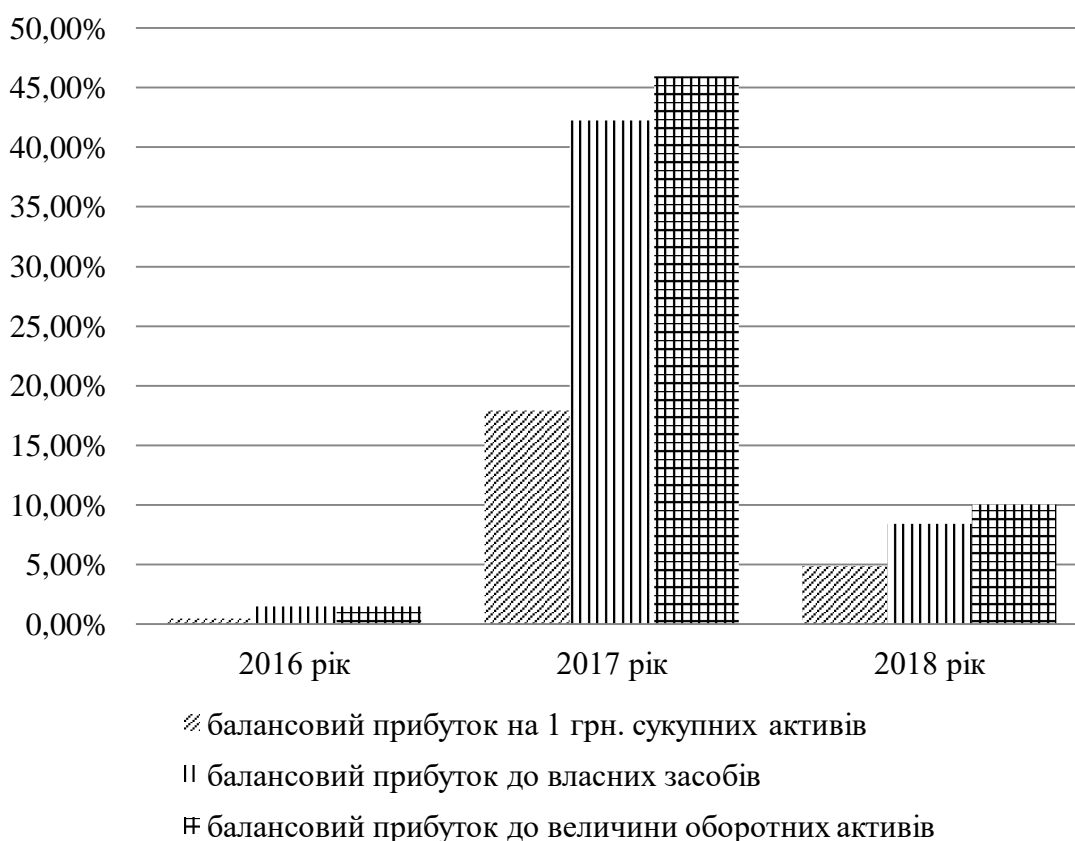


Рисунок 2.7 – Динаміка зміни балансового прибутку  
ПрАТ «ВМЗ «Рошен»

Коефіцієнт абсолютної ліквідності в 2016 році показує здатність до миттєвого погашення 1 грн. боргових зобов'язань 0,20 коп. грошових коштів, в 2018 році даний коефіцієнт знизився на 0,03 коп. і ПрАТ «ВМЗ «Рошен» в змозі миттєво погасити 1 грн. поточних зобов'язань 0,17 коп. грошових коштів підприємства. Дане зменшення відбулося за рахунок зменшення грошових коштів в звітному році на 57382 тис. грн. в порівнянні з 2016 роком (рис. 2.8).

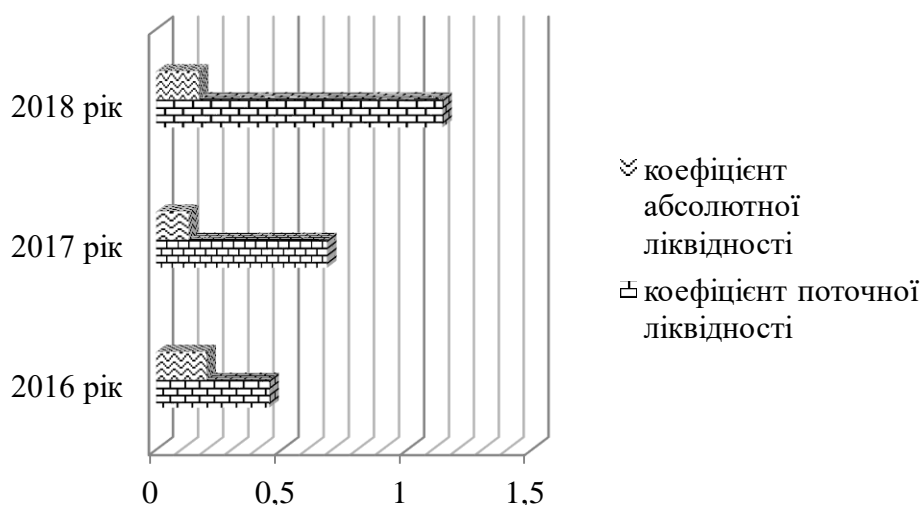


Рисунок 2.8 – Динаміка коефіцієнтів абсолютної та поточної ліквідності ПрАТ «ВМЗ «Рошен»

Позитивним показником, при дослідженні інвестиційної привабливості ПрАТ «ВМЗ «Рошен», є частка власних коштів у пасивах. В 2016 році у всіх пасивах підприємства частка власних коштів становила 32,19 %, але вже у 2018 році відсоток частки власних засобів зріс на 25,51 % і дорівнював 57,7 %, що є свідченням про підвищення надійності ПрАТ «ВМЗ «Рошен» (рис. 2.9).

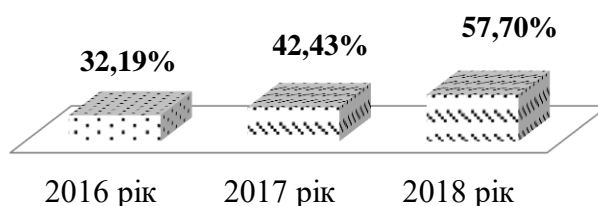


Рисунок 2.9 – Динаміка частки власних засобів в пасивах

Вихідними даними при розрахунках фінансового-господарських показників ПрАТ «ВМЗ «Рошен», які використовуються при знаходженні інтегрального показника інвестиційної привабливості, виступають дані таблиці 2.6.

Таблиця 2.6 – Вихідні дані для проведення оцінки інвестиційної привабливості ПрАТ «ВМЗ «Рошен»

Показник	Значення			Абсолютне відхилення, тис. грн. до 2016 р.	Відносне відхилення, % до 2016 р.	Абсолютне відхилення, тис. грн. до 2017 р.	Відносне відхилення, % до 2017 р.
	2016 рік	2017 рік	2018 рік				
Чистий фінансовий результат, тис. грн	356	112124	25706	25350	7120,79	-86418	-77,07
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн	1469605	2003592	1993927	524322	35,68	-9665	-0,48
Фінансовий результат до оподаткування, тис. грн	3559	128746	31499	27940	785,05	-97247	-75,53
Середньорічний актив балансу, тис. грн	772372,5	718588	647754,5	-124618	-16,13	-70833,5	-9,86
Середньорічний власний капітал, тис. грн.	248642	304870	373731	125089	50,31	68861	22,59
Середньорічні оборотні активи, тис. грн.	237972	280109	313650,5	75678,5	31,8	33541,5	11,97
Середньорічні поточні зобов'язання, тис. грн.	523730,5	413718	274023,5	-249707	-47,68	-139694,5	-33,77
Середньорічні гроші та їх еквіваленти, тис. грн.	105034	52307	47652	-57382	-54,63	-4655	-8,90
Середньорічний пасив балансу, тис. грн.	772372,5	718588	647754,5	-124618	-16,13	-70833,5	-9,86

Наступним етапом оцінки інвестиційної привабливості ПрАТ «Вінницький молочний завод «Рошен» є бальна оцінка параметрів, яка наведена в табл. 2.7.

Таблиця 2.7 – Бальна оцінка розрахованих показників інвестиційної привабливості ПрАТ «ВМЗ «Рошен»

Показники	2016 рік	2017 рік	2018 рік	Бал 2016 рік	Бал 2017 рік	Бал 2018 рік
1. Ефективність господарської діяльності						
1.1 рентабельність товарів, %	0,02	5,59	1,28	0 (середній)	1 (високий)	0 (середній)
1.2 балансовий прибуток на 1 грн. сукупних активів, %	0,46	17,91	4,86	0 (середній)	2 (найвищий)	0 (середній)
1.3 балансовий прибуток до власних засобів, %	1,43	42,23	8,43	0 (середній)	1 (високий)	0 (середній)
1.4 балансовий прибуток до величини оборотних активів, %	1,49	45,96	10,04	0 (середній)	2 (найвищий)	1 (високий)
2. Фінансовий стан						
2.1 коефіцієнт поточної ліквідності	0,45	0,68	1,14	-2 (вкрай низький)	-2 (вкрай низький)	0 (середній)
2.2 коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,20	0,13	0,17	1 (високий)	-1 (низький)	0 (середній)
2.3 частка чистого оборотного капіталу в оборотних засобах	-120,08	-0,47	0,12	-2 (вкрай низький)	-2 (вкрай низький)	-1 (низький)
2.4 частка власних засобів в пасивах, %	32,19	42,43	57,7	1 (високий)	1 (високий)	2 (найвищий)

Використовуючи формулу 1.1 та ваги показників в рейтинговій оцінці при кредитному фінансуванні, які наведені в табл. 1.4, розрахуємо інтегральний показник оцінки інвестиційної привабливості:

$$2016 \text{ рік: } K_{\text{ІП}} = (0 \times 1,6) + (0 \times 1,2) + (0 \times 0,8) + (0 \times 0,4) + (-2 \times 1,0) + (0 \times 1,6) + (-2 \times 0,8) + (1 \times 0,6) = -3;$$

$$2017 \text{ рік: } K_{\text{ІП}} = (1 \times 1,6) + (2 \times 1,2) + (1 \times 0,8) + (2 \times 0,4) + (-2 \times 1,0) + (-1 \times 1,6) + (-2 \times 0,8) + (1 \times 0,6) = 1;$$

$$2018 \text{ рік: } K_{\text{ІП}} = (0 \times 1,6) + (0 \times 1,2) + (0 \times 0,8) + (1 \times 0,4) + (0 \times 1,0) + (0 \times 1,6) + (-1 \times 0,8) + (2 \times 0,6) = 2,4.$$

В процесі дослідження було виявлено, що інвестиційна привабливість ПрАТ «ВМЗ «Рошен» характеризується як позитивна, що проявляється у значенні комплексного показника, та має тенденцію до підвищення. Про це

свідчить покращення таких показників: рентабельність товарів, балансовий прибуток на 1 грн. сукупних активів, балансовий прибуток до величини оборотних активів, балансовий прибуток до власних засобів, коефіцієнт поточної ліквідності – даний показник у 2016-2017 році, по бальній оцінці, оцінений як «вкрай низький», але в 2018 році діяльність підприємства покращилась, відповідно показник досягнули до відмітки «середній», частка чистого оборотного капіталу в оборотних засобах (з відмітки «вкрай низький» у 2016-2017 рр. підвищилося до «низький» у 2018 р.) Також частка власних засобів в пасивах, в порівнянні з 2016 р., збільшилась на 25,51 %, а у порівнянні з 2017 р., збільшилась на 15,27 % і у 2018 році становить 57,7 % - це свідчить про підвищення фінансової стійкості підприємства та зменшення рівня залежності від залучених коштів.

За результатами оцінки інвестиційної привабливості ПрАТ «ВМЗ «Рошен» побудовано гістограму, яка слугує засобом для наочного подання зміни комплексного показника станом на 2016-2018 роки (рис. 2.10).

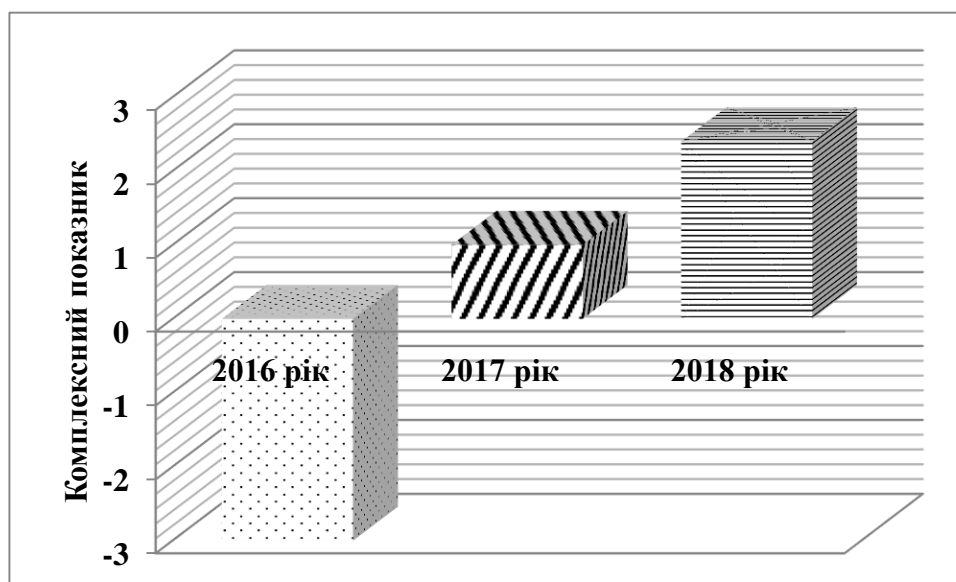


Рисунок 2.10 - Динаміка комплексного показника інвестиційної привабливості ПрАТ «ВМЗ «Рошен»

Загалом, всі розраховані показники, окрім коефіцієнта абсолютної ліквідності, мають стабільну тенденцію до збільшення, що є важливим



фактором можливого подальшого зростання рівня інвестиційної привабливості, та в цілому покращення ефективності діяльності ПрАТ «ВМЗ «Рошен».

## Висновок до розділу 2

Другий розділ магістерської кваліфікаційної роботи присвячено вивченню молочної галузі України та ПрАТ «ВМЗ «Рошен».

Дослідивши сьогоденний стан молочної галузі України та розглянувши основні проблеми та шляхи розвитку можна зробити висновки, що ця галузь є досить прибутковою та пріоритетною для нашої держави. Головними завданнями для покращення розвитку ринку молока та молочних продуктів є створення належної, дієвої законодавчої бази для молокопереробних підприємств; припинення гальмування виробництва молочної продукції; створення умов здорової конкуренції та захист споживачів від неякісної продукції.

Підприємство в основному займається такими видами економічної діяльності як: перероблення молока та виробництво сиру; збирання, очищення та розподілення води; оптова торгівля молочними продуктами, яйцями, олією, тваринним маслом та жирами.

При оцінюванні фінансового стану підприємства були використані такі показники як: чистий прибуток, чистий дохід від реалізації продукції, середньорічні залишки активів, середньорічні залишки власного капіталу, оборотність активів, мультиплікатор капіталу, чиста рентабельність. Визначено рекомендації щодо покращення діяльності ПрАТ «ВМЗ «Рошен».

Аналіз ефективності інвестиційної привабливості показав стабільну тенденцію до збільшення по досліджуваних показниках, вони є індикаторами покращення ефективності діяльності та залучення інвестицій в ПрАТ «ВМЗ «Рошен». Таке збільшення відбулося за рахунок таких факторів: рентабельність товарів; балансовий прибуток на 1 грн. сукупних активів;

балансовий прибуток до власних засобів; балансовий прибуток до величини оборотних активів; коефіцієнт поточної ліквідності; частка власних засобів в пасивах.

Отже, виявлена система управління інвестиційною привабливістю характеризується як позитивна, оскільки оцінений рівень інвестиційної привабливості є додатнім. Також на протязі досліджуваного періоду було виявлено її покращення, що свідчить про ряд можливостей і перспектив підвищення інвестиційної привабливості ПрАТ «ВМЗ «Рошен».

Матеріали даного розділу висвітлено в працях [50; 54; 55; 56], зазначених в переліку посилань.

### 3 НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ПРИВАБЛИВІСТЮ ПРАТ «ВМЗ «РОШЕН» ТА ПІДПРИЄМСТВ МОЛОЧНОЇ ГАЛУЗІ

#### 3.1 Рекомендації з удосконалення процесу управління інвестиційною привабливістю підприємств молочної галузі

Визначення рівня власної інвестиційної привабливості не є кінцевою метою для підприємства, що прагне отримати інвестиції. Потрібна розробка та реалізація заходів з підвищення інвестиційної привабливості, які спрямовуються на залучення нових інвесторів та на покращення умов інвестування. За наявності кращих перспектив розвитку підприємства у майбутньому інвестори не тільки охоче будуть вкладати кошти, але й робити це на більш вигідних для підприємства умовах.

Інвестиційна привабливість характеризується сукупністю політичних, правових, економічних і соціальних умов, що сприяють інвестиційній діяльності вітчизняних та іноземних інвесторів. Оскільки інвестиційну привабливість підприємства слід розглядати як комплексну характеристику об'єкта майбутнього інвестування, або сукупність показників фінансово-економічного стану, управлінської діяльності, що здатні задовольнити вимоги інвесторів. [56, с. 50], то заходи з удосконалення управління інвестиційною діяльністю підприємства в кінцевому підсумку мають спрямовуватись на підвищення його інвестиційної привабливості.

Серед діючих заходів і резервів підвищення інвестиційної привабливості виділено чотири групи: фінансово-економічні, що здійснюють прямий вплив на рівень привабливості підприємства, та три групи факторів непрямого впливу: соціальні, інформаційні та екологічні (рис. 3.1) [57, с. 273; 58, с. 325].

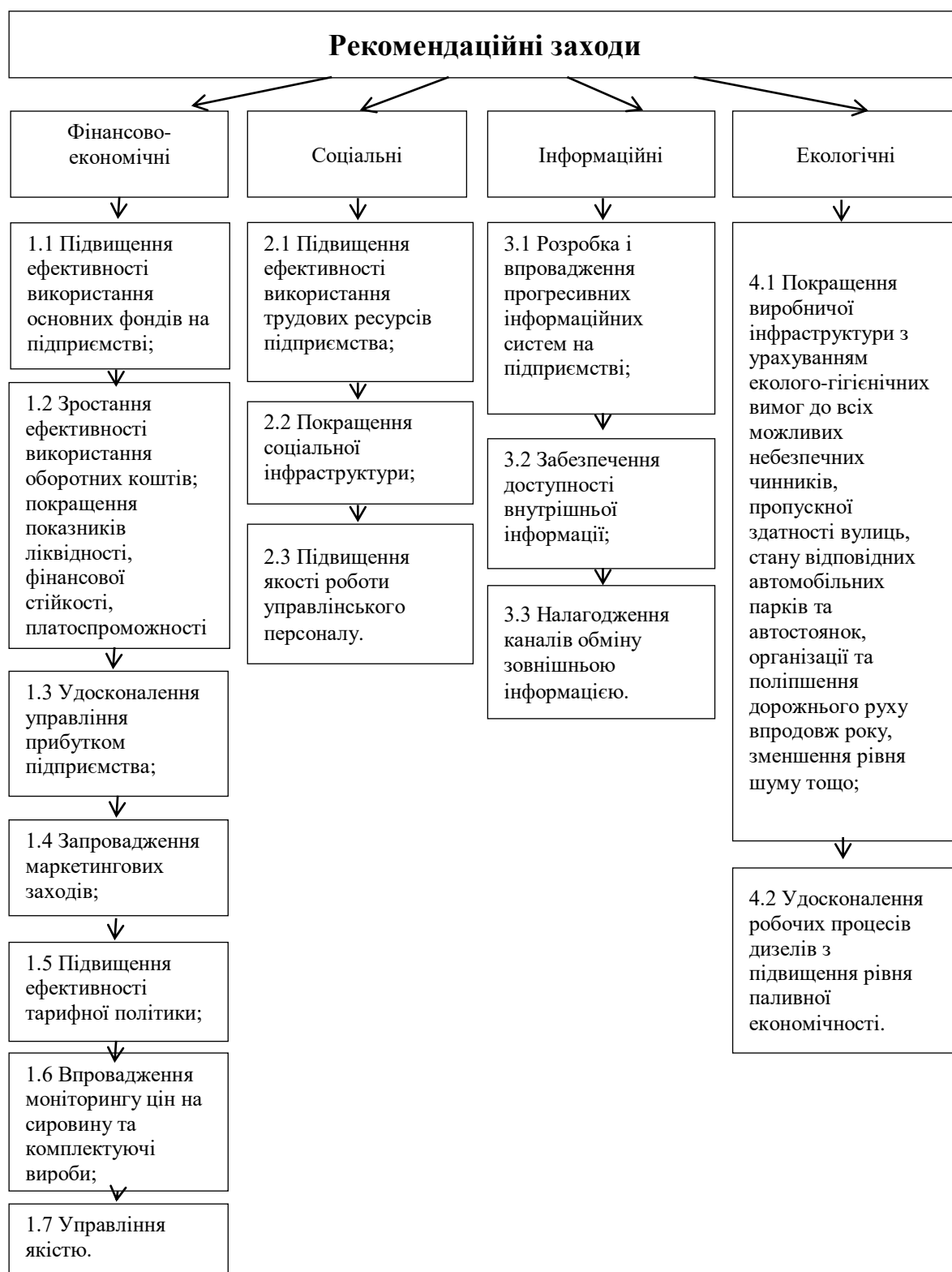


Рисунок 3.1 – Заходи підвищення інвестиційної привабливості

Підвищення інвестиційної привабливості може бути як наслідком прямого покращення показників, наприклад, прискорення обігу оборотних коштів за рахунок скорочення заборгованості, а також непрямого, наприклад,

підвищення вмотивованості персоналу, що в кінцевому рахунку призведе до покращення фінансових показників. Але зв'язок між такими факторами і фінансовими коефіцієнтами простежити набагато важче.

Окремо серед чинників удосконалення процесу управління інвестиційною привабливістю на рівні держави виділяють інституціональні, з них:

1. Внутрішня і зовнішня політична стабільність країни;
2. Гарантія прав і свобод особи;
3. Ступінь державного втручання в економіку країни;
4. Торговельна політика країни;
5. Рівень інтегрованості національного законодавства у світове правове поле;
6. Стабільність господарського, фінансового та податкового права;
7. Захист інтелектуальної власності у країні;
8. Митна політика й участь і світових організаціях;
9. Захист прав вітчизняних та іноземних інвесторів [59, с. 57].

Вплив іншого економічного чинника формування інвестиційної привабливості підприємства – маркетингові заходи – є дуже значними. Стимулювання широкого надання послуг завдяки відповідній рекламній політиці, грамотний вихід і утримання на різних сегментах ринку тощо, дозволять підприємству значно покращити усі показники своєї діяльності [60, с. 127].

До маркетингових заходів із підвищення інвестиційної привабливості ПрАТ «ВМЗ «Рошен» варто також включити процес управління брендом, який потребує вміння рекламодавця і рекламної агенції працювати з інтелектуальною власністю, товарними знаками, дизайном і текстами. Ідентифікація торгової марки в процесі рекламного контакту необхідна для досягнення першої комунікативної мети брендингу – створення поінформованості.

Поінформованість може виражатися у двох формах: популярність торгової марки та згадування про неї. При створенні поінформованості використовується принцип кодування, сформульований Е. Тулвінгом як теза про те що успішне відтворення (в пам'яті) залежить від збігу інформації, закодованої під час запам'ятовування, з інформацією, яка існує на час її відтворення, тобто якщо споживачеві необхідно впізнати упаковку товару, то реклама повинна чітко показати товар у фірмовій упаковці серед аналогічних товарів відповідної категорії [61, с. 3].

Не менш важливим є чинник підвищення ефективності управління ціноутворенням на підприємстві. Він дуже щільно пов'язаний із попереднім фактором, оскільки сама маркетингова служба повинна досліджувати сегменти ринку, на яких реалізується або планується надання послуг.

Окремим чинником підвищення інвестиційної привабливості підприємства є наявність адекватної інформації про ціни на сировину та комплектуючі. Тому необхідним є формування на ринку спеціальних установ, основним видом діяльності яких був би моніторинг. Вони зможуть надати підприємствам можливість отримати точні відомості про ціни на ринку і обрати оптимальний варіант.

Важливим чинником, що впливає на конкурентоспроможність підприємства, є підвищення якості послуг. Ця вимога стосується не тільки підвищення якості наданих послуг, а й відповідності їх 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 чинники і резерви росту інвестиційної привабливості повинні включати використання ефективних моделей стимулювання високих результатів діяльності, прогресивних форм оплати і стимулювання праці, системи заохочення і компенсаційних виплат, які в кінцевому підсумку призводять до покращення саме фінансово-господарських показників діяльності підприємства. Їх вплив може бути простежений під час

розрахунку рейтингу інвестиційної привабливості і відбивається на його кінцевому значенні.

У підвищенні ефективності управління на підприємстві найважливішим є забезпечення достатньої мотивації кваліфікованих фахівців-управлінців у максимізації фінансово-економічних результатів діяльності підприємства.

Серед інформаційних чинників зростання інвестиційної привабливості варто виділити впровадження прогресивних технологій та інформаційних систем, слід виокремити необхідність інтеграції окремих автоматизованих систем управління на підприємстві. Інтеграція різних систем управління не є разовою операцією, а повинна бути серйозним і довготривалим процесом.

Серед інших інформаційних складових формування інвестиційної привабливості підприємства слід особливо виділити ступінь відкритості внутрішньої інформації для потенційних інвесторів, які, за відсутності необхідних їм даних, можуть одразу віднести потенційного реципієнта до категорії об'єктів з високим ризиком вкладання коштів, тобто з низькою інвестиційною привабливістю.

Пропонується підвищення інвестиційної привабливості здійснювати поетапно [62, с. 38].

На першому етапі здійснюється оцінка фактичного рівня інвестиційної привабливості потенційного підприємства-реципієнта.

Другий етап передбачає визначення переліку чинників і резервів росту інвестиційної привабливості відповідно організаційно-правовій формі підприємства, сфері діяльності і конкретним умовам господарювання.

На третьому етапі проводиться оцінка значущості окремих конкретних чинників підвищення інвестиційної привабливості підприємства. Із числа визначених чинників і резервів зростання інвестиційної привабливості на наступних етапах обираються спочатку чергу ті, що не потребують значних капітальних вкладень і не вимагають значних витрат часу. Наступними є

заходи, які потенційно повинні призвести до найбільшого ефекту, але які пов'язані із значними видатками та великими часовими втратами.

Четвертий етап пов'язаний із формуванням конкретного набору заходів із підвищення інвестиційної привабливості.

На п'ятому етапі здійснюється оцінка інвестиційної привабливості підприємства після врахування впливу окремих чинників та мобілізації наявних резервів. Здійснення оцінки повинно проходити за тим же методом, що й на першому етапі. Це дозволяє простежити ефект від вжиття відповідних заходів. Використання резервів зростання інвестиційної привабливості призводить до зміни фінансових коефіцієнтів, значення яких, у свою чергу, відбивається на узагальнюючому показнику привабливості підприємства. Після впровадження зазначених заходів із підвищення інвестиційної привабливості, якщо вони є ефективними, підприємство отримає більший рейтинг, ніж на першому етапі [58, с. 326].

Також виділяють основні елементи системи заходів, щодо збільшення розміру інвестицій, які є наслідком підвищення інвестиційної привабливості підприємства та відповідно до них входять (рис. 3.2):

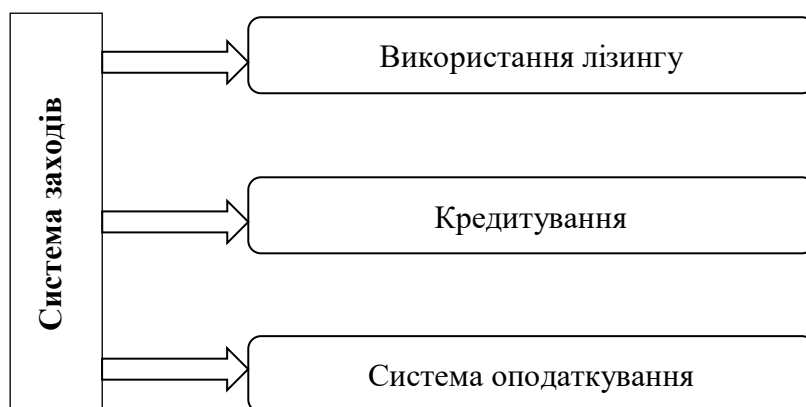


Рисунок 3.2 – Основні елементи системи заходів збільшення розміру інвестицій

1. Використання лізингу – складається із таких процесів: відміна поруки від інших підприємств; прописання термінів тривалості лізингової угоди; заборона відкритого «просування» лізинговими компаніями певних брендів; встановлення солідарної відповідальності за пошкодження залежно



від його причин; необхідність обґрунтування термінів пошуку лізинговою компанією необхідного обладнання; звільнення продукції, що була виготовлена, на обладнанні, отриманому в лізинг, від зборів у процесі експорту.

2. Кредитування – даний процес містить в собі такі рекомендації: відміна дублювання банками контрольних функцій через вимоги різних довідок; порівняння офіційного рівня інфляції та розміру відсоткової ставки, на яку може бути збільшено кредитний договір; кредитування контрагентів.

3. Система оподаткування – включає в себе такі елементи: створення консультативного online-центру; встановлення відповідальності за несвоєчасне відшкодування ПДВ з боку держави у вигляді штрафних санкцій; відміна податкового арешту майна; усунення можливості подвійної сплати податків; дозвіл на використання давальницької сировини; проведення роз'яснювальної роботи [63, с. 98].

Такий перелік основних заходів зробить можливим швидкий розвиток виробництва і забезпечить доступ до фінансових ресурсів.

Інвестиційна привабливість підприємства значною мірою залежить від розробки чіткої стратегії, що пов'язана як із реалізацією у перспективі його інвестиційного потенціалу, так і з забезпеченням дотримання положень загальної стратегії фінансово-економічного розвитку та головних цілей функціонування підприємства.

При розробці інвестиційної стратегії підприємства слід враховувати наступні фактори: фінансовий стан підприємства; технічний рівень виробництва; наявність у підприємства як власних фінансових ресурсів, так і можливості залучення позикових коштів у виді кредитів і займів; фінансові умови інвестування на ринку капіталу; комерційну і бюджетну ефективність інвестиційних проектів, які передбачається реалізовувати; умови страхування і одержання відповідних гарантій від некомерційних ризиків [64, с. 4].

Успішна реалізація напрямів інвестиційної стратегії підприємства можлива за умови нарощення та підтримки інтелектуального потенціалу

інвестиційної діяльності, стимулювання підвищення його творчої віддачі, формування господарського механізму, який зробив би процес упровадження науково-технічного прогресу життєво необхідним і вигідним.

Отже, підвищення ефективності управління інвестиційною діяльністю підприємства передбачає створення механізму виявлення і оптимального використання резервів підвищення інвестиційної привабливості.

### 3.2 Розробка механізму удосконалення процесу управління інвестиційною привабливістю ПрАТ «Вінницький молочний завод «Рошен»

Зважаючи на виявлений рівень інвестиційної привабливості у досліджуваному періоді та ряд загальновідомих і прикладних рекомендацій щодо удосконалення, висвітлених у пункті 3.1, вважаємо за доцільне загострити увагу на вирішенні конкретних прикладних аспектів підвищення інвестиційної привабливості (рис. 3.3).

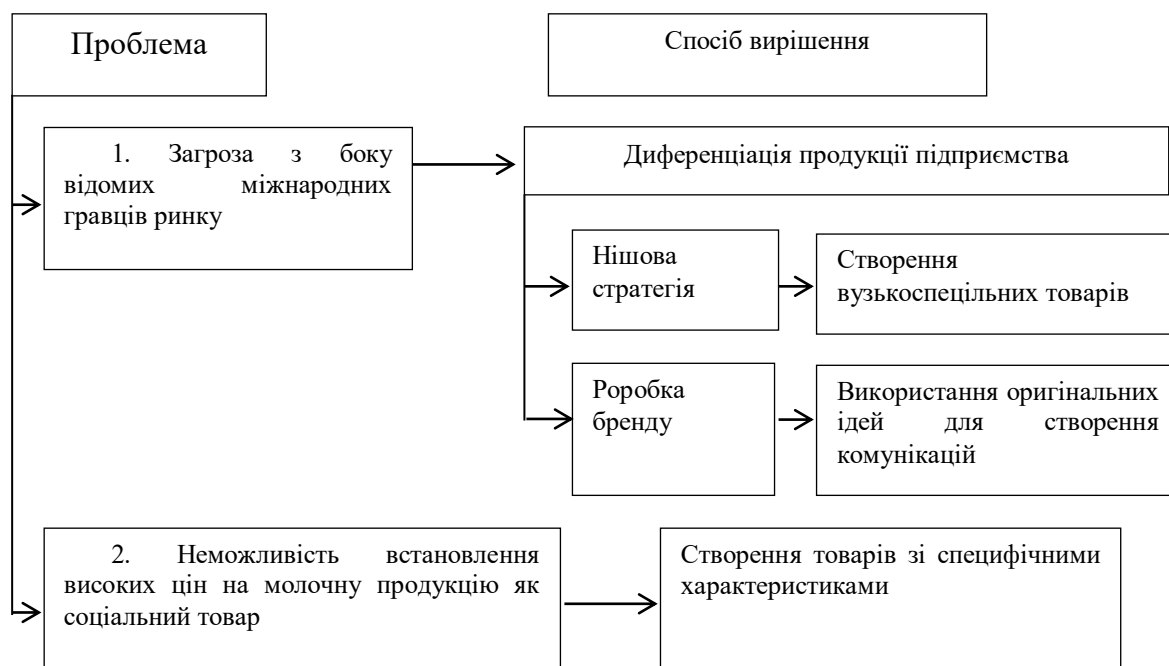


Рисунок 3.3 – Проблеми та шляхи вирішення питання підвищення інвестиційної привабливості ПрАТ «ВМЗ «Рошен»

Зосередимо увагу на основних видах продукції ПрАТ «ВМЗ «Рошен» (табл. 3.1 ).

Таблиця 3.1 – Система заходів, щодо вдосконалення органолептичних характеристик продукції ПрАТ «ВМЗ «Рошен» як запоруки її високої якості

Продукція	Органолептичні показники			Нормативно-правовий акт, який реглам. вироб. прод.
	Смак і запах	Консистенція та зовнішній вигляд	Колір	
Молоко сухе знежирене	Забезпечення властивих свіжому пастеризованому знежиреному молоку, без сторонніх присмаків та запахів. Допускається присмак перепастеризації	Забезпечення дрібнорозпиленого сухого порошку. Допускається незначна кількість грудочок, які легко розпадаються під час механічної дії	Наявність білого з світлим кремовим відтінком	ДСТУ 4273:2003 Молоко та вершки сухі
Молоко сухе незбиране	Забезпечення властивих свіжому пастеризованому молоку без сторонніх присмаків і запахів	Забезпечення дрібного сухого порошку, який складається з агломерованих частинок сухого молока. Допускається незначна кількість грудочок, які легко розпадаються під час механічної дії	Наявність білого з легким кремовим відтінком	
Сухі вершки	Забезпечення властивих пастеризованим вершкам, без сторонніх присмаків і запахів	Забезпечення дрібного сухого порошку. Допускається грудочки, які легко розпадаються під час механічної дії	Наявність білого з легким кремовим відтінком	
Масло солодковершкове	Забезпечення чистого, добре вираженого вершкового з присмаком пастеризації. В міру солонуватий для солонного масла. Дозволено: недостатньо виражений або невиражений: вершковий і (або) слабкормовий; і (або) присмак пастеризації; і (або) – перепастеризації; і (або) – топленого масла	Забезпечення однорідної, пластичної, щільної, поверхні на розрізі блискучої або слабкоблискучої, сухої. Дозволено: недостатньо щільна і пластична, поверхня на розрізі злегка матова з наявністю поодиноких дрібних крапель вологи розміром до 1 мм.	Наявність від світло-жовтого до жовтого, однорідний за всією масою	ДСТУ 4339:2005. Масло вершкове
Молоко згущене з цукром	Забезпечення солодкого, чистого, з вираженим смаком пастеризованого молока, без сторонніх присмаків і запахів. Дозволяється наявність легкого кормового присмаку	Забезпечення однорідної за всією масою, без наявності відчутних органолептично кристалів молочного цукру. Допускається незначна мучниста консистенція і незначний осад лактози на дні банки під час зберігання	Наявність білого з кремовим відтінком, рівномірний за всією масою	ДСТУ 4274:2003 Консерви молочні: Молоко незбиране згущене з цукром
Сир твердий	Забезпечення чистої поверхні, рівної, без механічних ушкоджень, сторонніх нашарувань і товстого поверхневого шару, покритої захисним покритвом, який щільно прилягає до поверхні сиру. Специфічний сирний, без сторонніх присмаків і запахів. Дозволено наявність присмаку пастеризації	Забезпечення пластичного тіста, ніжного однорідного, злегка крихкого. Вічка круглої, овальної чи довільної форми. Дозволено відсутність рисунка, наявність невеликих пустот	Наявність однорідного за всією масою, від білого до жовтого	ДСТУ 6003:2008 Сири тверді

Оскільки в основі будь-якого виробництва є якість продукції в першу чергу для підвищення інвестиційної привабливості вважаємо за необхідне

забезпечити виготовлення високоякісної продукції . Для вирішення такого завдання зосередимо увагу на необхідності дотримання органолептичних характеристик продукції та її відповідності до нормативно-правових актів та вимог якості в Україні та світі (табл. 3.1 ).

Важливість органолептичної оцінки продукції – пояснюється тим, що вона є узагальненою оцінкою її якості, здійснена лише за допомогою органів відчуттів людини. Оцінюються зовнішній вигляд, консистенція, колір, смак і запах. Даний метод допомагає зрозуміти міру свіжості сировини, дотримання технології процесів виробництва чи вирощування певного продукту [65, с. 15; 66, с. 132].

Серед важливих інструментів вдосконалення інвестиційної привабливості підприємства є робота з його асортиментом. Оцінка рівня якості асортименту молочних продуктів підприємства є основою для вироблення необхідних рішень у системі виготовлення нової та управління якістю продукції. Вона необхідна при вирішенні наступних завдань: прогнозування потреб, технологічного рівня та якості продукції; планування підвищення якості та обсягів виробництва, обґрунтування освоєння нових видів продукції; атестація за категоріями якості; контроль якості; стимулювання підвищення якості; аналіз динаміки рівня якості та ін.

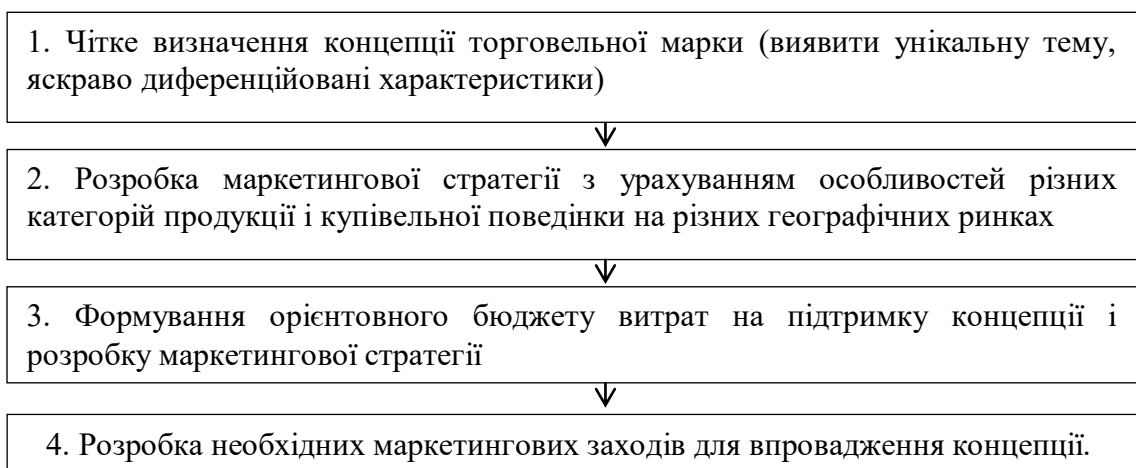


Рисунок 3.4 – Процес посилення іміджу ПрАТ «ВМЗ «Рошен»

Для того, щоб підсилити імідж підприємства необхідно зробити декілька стратегічних кроків (рис. 3.4).

Наслідком запропонованих заходів є виведення на ринок нового бренду, який варто зробити неподібним на інші бренди молочних виробів. На думку керівництва та працівників відділу збуту, у першу чергу, це повинен бути бренд для дітей, оскільки він одночасно впливає як і на дітей, так і на батьків.

Тому було вирішено розробити проект, розрахований на дітей дошкільного і раннього віку (4-13 років). Проект бренду повинен бути спрямований на дитячу цільову аудиторію, що визначає:

- створення сучасного яскравого образу українського дитячого героя, який буде легко розпізнаватися дітьми;

- розробити лінійку якісних товарів для дітей під відповідним брендом.

Отже, для продукції ПрАТ «ВМЗ «Рошен» логічними є такі: (молоко, кефір та сирки для дітей) Хмаринка; Сніжок; Губка Боб; Весела Корівка, Леопольд; Ведмежатко; Кіт Федір; Умка; Скубіду. Проте вважаємо, що найбільш доцільною лінією молочних виробів назвати «Умка». Ця назва, фактично об'єднує дві ідеї – «Ведмежатко» та «Умка». В основі концепції повинна лежати ідея, яка і була покладена у торговельну марку. З одного боку ведмежатко – це добрий герой національних казок, хоча і неповороткий. Дітям, як правило, подобаються ведмеді. Тим більше, що вирішено було об'єднати цього казкового героя з чистотою і якістю молочного продукту. З чистотою та свіжістю асоціюється білий колір, а тому було вирішено створити образ полярного ведмедя.

Тим більше, що назва «Умка» є відомою з однойменного мультиплікаційного фільму для дітей. Але, щоб не порушувати авторських прав, було вирішено створити альтернативний образ рекламного героя.

Було вирішено надати характерних рис новому герою, які у подальшому можна буде використовувати у рекламних гаслах або як основу для звернення до дитячої аудиторії:

- справжній друг та захисник;
- хоробрий лідер;

- добрий, сильний і сміливий;
- любить подорожувати;
- активний і спортивний.

На думку ініціаторів такий образ повинен вплинути на дітей та привернути їх увагу та увагу їхніх батьків.

Перед групою ініціаторів стоїть наступне завдання випробувати ідею нового героя серед представників дитячих груп, для того, щоб впевнитися, що дітям сподобається новий образ. Варто, крім того, спробувати притягнути увагу дорослих до нового проекту.

Тому варто розробити низку заходів з тестування та вдосконалення рекламного образу для нового молочного бренду. Нижче, у таблиці 3.2 наведено перелік робіт, які потрібно виконати, щоб визначити доцільність популяризації ідеї та запуску її у виробництво [67, с. 58].

Потрібно відзначити, що у таблиці 3.2 наведено тільки орієнтовані заходи та їх приблизну вартість. У таблиці не відображено вартості розхідних матеріалів, не врахований гонорар керівника ініціативної групи, витрати для проведення показових та відкритих зустрічей в межах проекту. Крім того, необхідно здійснити випробування товару в ринкових умовах. Цей етап є імітацією виходу фірми на ринок з новим товаром, мета якого - визначити в реальних умовах шанси товару на успіх. При пробному інноваційному маркетингу товар поставляють у кілька торговельних закладів, що є презентативними для ринку, у яких підприємство передбачає надалі продавати свій товар. Після розробки технологіями нової продукції виготовляється пробна партія, завдяки чому існує можливість визначити оцінку споживачами нового продукту ще до запуску у виробництво.

У даному випадку вподобання споживачів повністю визначають ціну та рівень попиту на продукцію підприємства.

Таблиця 3.2 - Перелік необхідних заходів для перевірки ідеї нового бренду

	Необхідні заходи	Приблизна вартість, грн.
1	Випробовування ідеї на фокус групах (2 фокус групи з меншими дітьми від 4 до 7 років та від 7 і до 13 років). Пропонується організувати роботу дітей та їх батьків із тим, щоб представити їм нового героя	60000
2	Організація конкурсу на кращий малюнок, в тому числі і для визначення альтернативного образу бренду під назвою «Новий молочний герой»	3000
3	Розробка рекламних матеріалів	5000
4	Цехові випробовування	70000
5	Отримання відповідних дозволів від державних органів для виробництва дитячих товарів	8000
6	Реєстрація нової торговельної марки	10000
	Разом	156000

Передумови і доцільність створення дитячих брендів визначається тим, що:

1. Діти виявляються у подальшому більше активними споживачами;
2. Діти, вже починаючи з 4-х річного віку, є найбільш імпульсивними та вимогливими покупцями;
3. Не дивлячись на те, що до 8 років діти в основному споживають продукти, які їм пропонують батьки, вони – повноправні члени сімей і непрямим чином впливають на вибір тих чи інших продуктів;
4. Після 8 років відбувається різкий перелом – у значній кількості дітей з'являються власні гроші, до того ж вони самостійно починають вирішувати, чого вони бажають;
5. Обсяг кишенькових грошей у дітей збільшується щороку;
6. До цільової аудиторії (діти віком від 4 до 12 років та їх батьки) відноситься порядку 20% всього населення області;
7. При чому відомих і сильних українських дитячих брендів на ринку практично не представлено (за виключенням по одиночних назв для окремих товарів («Оленка» - шоколад від багатьох вітчизняних виробників);
8. Всі решта відомі дитячі бренди, в основному, представлені зарубіжними компаніями («Рыжий Ап» – молочні продукти від «Вімм-Білл»

Данн», «Растишка» - серія кисломолочних продуктів від «Danone», «Скелетони» - серія йогуртів від «Danone», «M&M's» – шоколадні драже в кольоровій глазури від «Mars» та інші).

Тому у подальшому потрібно розробити всі подальші компоненти торговельної марки, які входять в поняття «логотип продукції»:

- візуальні компоненти – образи, символи, малюнки (оптимістичні, життєрадісні);
- стиль подачі матеріалу – серйозний, гумористичний, науковий;
- темп подачі - динамічно-швидкий, спокійно-розсудливий, неспішно-розсудливий;
- графіка – написи, шрифти;
- фон, колірна гамма;
- назви, гасла;
- музичний супровід.

На території України брендингом, а безпосередньо створенням нового логотипу, займаються такі провідні консалтингові фірми: Студія дизайну «FloMaster» [68], Креативна дизайн студія «Designkiev» [69], «Ondric studio» [70], Брендингове агенство «Koloro» [71], Маркетингове агенство «Vortex» [72] (табл. 3.3).

Варто відзначити, що суми за виконання замовлення, наведені в таблиці 3.3, є мінімальними – остаточна сума формується в процесі створення дизайну упаковки і залежить від низки факторів:

1. Площа упаковки. Якщо упаковка товару вимагає розміщення на ній інфографіки – вартість буде вищою;
2. Потреба у створенні підкріплюють текстів. Якщо додатково потрібно буде придумати про-тексти – вартість буде вищою;
3. Потреба у створенні ілюстрацій. Ілюстративні матеріали оплачуються окремо;
4. Конкуренція на ринку. Чим більше конкурентних брендів присутньо в сегменті, тим складніше придумати щось нове для дизайну упаковки;



5. Маркетингові цілі, які ставить перед собою бренд. Вартість дизайну упаковки залежить від частки ринку, яку потрібно зайняти й рівня продажів, якого потрібно досягти.

Таблиця 3.3 – Підбір брендингових фірм в Україні

	FloMaster	Designkiev	Vortex	Ondric studio	Koloro
Вартість	4000 грн.	3500 грн.	2900	3700	209000 грн.
Термін	2-3 дні	5 днів	5 днів	10 днів	21 день
Додаткові умови	Розробка 3 унікальних концепцій логотипу; підбір кольорової палітри; розробка шрифтового написання назви; доопрацювання логотипу (до 2-х етапів)	Розробка 3 унікальних концепцій логотипу; доопрацювання логотипу (до 5-ти етапів)	Аналіз ринку; формування ідеї; розробка декількох концепцій; розвиток обраної концепції; надання початкових кодів	Розробка унікальної концепції логотипу; створення дизайну	Розробка включає в себе: аналіз ринку; створення 3 концептів упаковки; дизайн зворотної сторони упаковки (2 варіанти); вибір одного концепту та внесення 2-х порцій правок до нього; створення підкріплюючих текстів та інфографіки; підготовка оригінал-макету; розробка технології друку.

Найбільш доцільним є залучення Маркетингового агентства Vortex тому, що:

- По-перше – дана фірма здійснює розробку дизайну на протязі 5 дні – це є досить короткий термін;

- По-друге – ціна за розробку складає 2900 грн. – це є прийнятною ціною для ПрАТ «ВМЗ «Рошен».

- По-третє – фірма Vortex проводить аналіз ринку, тобто збирається вся доступна інформація про підприємство, конкурентні бренди і уподобання цільової аудиторії – дану функцію виконує тільки 2, із запропонованих, 5 фірм;

- По-четверте – проводиться розробка декількох концепцій – це допомагає визначитися в правильності і доцільності застосування того чи іншого варіанту дизайну логотипу для продукції ПрАТ «ВМЗ «Рошен».

Взагалі, при виведенні на ринок нової лінії молочних продуктів (молоко, кефір та сирок для дітей) «Умка» та, відповідно, створений для неї логотип, планується збільшення прибутку ПрАТ «ВМЗ «Рошен» на 10 %, але також потрібно пам'ятати про те, що перший час (декілька місяців - півроку), підприємство буде отримувати збиток, в основному за рахунок залучення коштів для розробки та реалізації нової молочної ліній, тобто повернення грошових коштів за користування короткострокових кредитів, адже власного капіталу підприємства не було достатньо для виведення нової лінії.

Ідеальним варіантом при створенні та реалізації нової лінії молочних виробів є залучення коштів інвестора. У ПрАТ «ВМЗ «Рошен» є всі шанси отримати дане інвестування, адже загальні показники діяльності є досить стабільними та мають тенденцію до зростання.

В результаті можна зробити спробу згуртувати колектив, навчити ухвалювати загальне рішення, підготувати їх до «прозорого ведення» бізнесу. Тим паче, що ПрАТ «ВМЗ «Рошен» не може бути суспільно-орієнтованим, якщо не будуть задіяні власні співробітники. Крім того, необхідно зруйнувати бар'єри між відділами, підрозділами, створити механізм внутрішнього сповіщення. Для цього слід розробити формальну процедуру сповіщення по всій вертикалі, наприклад, при введенні нової продукції.

Для забезпечення обґрунтованості сформованих пропозицій рорахуємо економічний ефект від їх здійснення:

$$E = \frac{\text{Прибуток}}{\text{Витрати}} \quad (3.1)$$

де Прибуток – це зростання продажів від використання заходів із впровадження нового бренду;

Витрати – це сукупність витрат понесених на розробку бренду.

Припустимо: від впровадження бренду продажі у 2018 році зростуть на 1,5 %, тоді чистий дохід складатиме (у 2018 році чистий дохід підприємства складав 2074970 тис. грн. [51]):

$$2074970 \times 0,015 = 31124,55 \text{ (тис. грн.)}$$

Тоді, за формулою 3.1 розрахуємо економічний ефект від впровадження бренду:

$$E = \frac{31124,55}{156000 + 2900} \times 100 \% = 19,59 \%$$

Отже, в результаті запропонованих заходів підприємство отримає 31124,55 тис. грн. зростання чистого доходу. Показник економічної ефективності складає 19,59 % - це свідчить про доцільність впровадження бренду в продажі 2019 року ПрАТ «ВМЗ «Рошен».

### Висновок до розділу 3

Основними рекомендаційними заходами з удосконалення процесу управління інвестиційною привабливістю підприємства є: фінансово-економічні (прямий вплив); соціальні, інформаційні та екологічні (непрямий вплив).

Окремо серед чинники підвищення інвестиційної привабливості вважаємо за доцільне виділити інституціональні: внутрішня і зовнішня політична стабільність країни, гарантія прав і свобод особи, ступінь державного втручання в економіку країни та інші.

Процес підвищення інвестиційної привабливості включає в себе п'ять етапів: здійснюється оцінка фактичного рівня інвестиційної привабливості підприємства; визначення переліку чинників і резервів росту інвестиційної привабливості; проводиться оцінка значущості окремих конкретних чинників підвищення інвестиційної привабливості підприємства; формування конкретного набору заходів із підвищення інвестиційної привабливості; оцінка інвестиційної привабливості підприємства після врахування впливу окремих чинників та мобілізації наявних резервів.

Описано у відповідності до затверджених нормативно-правових актів органолептичні характеристики продукції, яка виготовляється на ПрАТ «ВМЗ «Рошен».

Запропоновано виробництво нового бренду молочної продукції для дітей «Умка» за малобюджетною програмою. Така програма містить чотири основних напрямки і розрахована на підвищення зовнішнього та внутрішнього іміджу підприємства, а також на зміцнення ринкових позицій бренду.

Крім того, досліджено та описано провідні брендингові фірми України, з ціллю визначити, яка з них є найбільш оптимальною у залученні створення дизайну логотипу для розробленої в пункті 3.2 молочної лінії ПрАТ «ВМЗ «Рошен».

## ВИСНОВКИ

Під час виконання даної магістерської кваліфікаційної роботи було досягнуто основну мету роботи: сформовано рекомендації та розроблено механізм удосконалення процесу управління інвестиційною привабливістю підприємства. В ході досягнення поставленої мети було виконано наступні завдання:

1. Встановлено, що інвестиційна привабливість – 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.

2. Виявлено основні фактори впливу на інвестиційну привабливість, які поділяються на фактори зовнішнього (непрямого) та внутрішнього (прямого) впливу на інвестиційну привабливість.

3. Визначено різні методи аналізу інвестиційної привабливості підприємства, а саме: методика рейтингової оцінки; методика інтегральної оцінки; матричний метод; метод порівнянь; комплексна методика та інші.

4. Оцінено сучасний стан та тенденції розвитку молочної галузі України, зокрема дана галузь характеризується досить прибутковою та пріоритетною для нашої держави. Виділено завданнями для покращення розвитку ринку молока та молочних продуктів: створення належної, дієвої законодавчої бази для молокопереробних підприємств; припинення гальмування виробництва молочної продукції; створення умов здорової конкуренції та захист споживачів від неякісної продукції.

5. Здійснено загальну характеристику підприємства - ПрАТ «Вінницький молочний завод «Рошен» в основному займається такими видами економічної діяльності як: перероблення молока та виробництво сиру; збирання, очищення та розподілення води; оптова торгівля молочними продуктами, яйцями, олією, тваринним маслом та жирами.

6. Проаналізовано основні показники діяльності підприємства за 2016-2018 роки ПрАТ «ВМЗ «Рошен», а саме: рентабельність продажу; рентабельність операційної діяльності; коефіцієнт рентабельності активів; коефіцієнт рентабельності; коефіцієнт зносу основних засобів; коефіцієнт оборотності; чистий прибуток; чистий дохід та інші. Також факторний аналіз показав, що позитивний вплив на фінансовий стан підприємства здійснює величина власного капіталу та мультиплікатор власного капіталу, чинниками негативного впливу є оборотність активів та величина чистої рентабельності.

7. Здійснено аналіз інвестиційної привабливості підприємства та визначено збільшення за майже всіма показниками (крім коефіцієнту абсолютної ліквідності), які показали стабільну тенденцію до збільшення та є індикаторами покращення ефективності діяльності ПрАТ «ВМЗ «Рошен». Оскільки оцінений рівень інвестиційної привабливості характеризується як середній - це стало базою для розробки рекомендацій з удосконалення процесу управління інвестиційною привабливістю підприємства.

8. Визначено рекомендації заходи з удосконалення процесу управління інвестиційною привабливістю: фінансово-економічні, які здійснюють прямий вплив на рівень привабливості підприємства, та три групи чинників непрямого впливу: соціальні, інформаційні та екологічні.

В процесі були описані способи забезпечення органолептичних характеристик продукції, яка виготовляється на ПрАТ «ВМЗ «Рошен». Крім того, досліджено провідні брендингові фірми України, з ціллю визначити, яка з них є найбільш оптимальною при створенні дизайну логотипу для розробленої молочної лінії ПрАТ «ВМЗ «Рошен».

9. Розроблено механізм з удосконалення процесу управління інвестиційною привабливістю ПрАТ «ВМЗ «Рошен» - запропоновано виробництво нового бренду молочної лінії продуктів для дітей «Умка» за малобюджетною програмою. Вона розрахована на збільшення чистого прибутку підприємства на 19,58 %, а також на зміцнення ринкових позицій бренду.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Коюда В. О. Основи інвестиційного менеджменту : [навч. посібник] / В. О. Коюда, Т. І. Лепейко, О. П. Коюда – К. : Кондор, 2008.– 340 с.
2. Колмыкова Т. С. Инвестиционный анализ : [учебное пособие] / Т. С. Колмыкова – М.: ИНФРА-М, 2009. – 204 с.
3. Краснокутська Н. С. Оцінка інвестиційної привабливості / Н. С. Краснокутська // Бізнес інформ. – №4. – 2000. – С. 62-65.
4. Макарій Н. Оцінка інвестиційної привабливості українських підприємств / Н. Макарій // Економіст. – № 10. – 2001. – С. 52-60.
5. Майорова Т. В. Інвестиційна діяльність: навчальний посібник / Т. В. Майорова. – К.: ЦМЛ, 2004. – 376 с.
6. Понин А. С. Управление процессом привлечения инвестиций в регионе / А. С. Понин. – М.: РАГС, 2000. – 311 с.
7. Дежинов Д. В. Методика оценки инвестиционной привлекательности проектов / Д. В. Дежинов, А. Н. Ларионов // Известия ВолгГТУ. Сер.: Актуальные проблемы реформирования экономики. – 2006. – № 6. – С. 45-47.
8. Калугин В. Оцінка інвестиційної привабливості / В. Калугин // Бізнес. – № 19. – 2003. – С. 24.
9. Гладка Д. О. Інвестиційна привабливість як економічна категорія / Д. О. Гладка // Молодь в науці: дослідження, проблеми, перспективи: матеріали І конференції. – 2018. – [Електронний ресурс].– Режим доступу: <https://conferences.vntu.edu.ua/index.php/mn/mn2018/paper/viewFile/3843/3174>
10. Гладка Д. О. Інноваційний потенціал як передумова сталого розвитку підприємства / І. Ю. Єпіфанова, Д. О. Гладка // Сучасний політичний стан в Україні та розвиток статистики й обліку в умовах глобалізації, загострення енергетичних проблем: матеріали колективної монографії. – м. Дніпро: ДНУ імені Олеся Гончара. – 2018. – С. 20-31.
11. Бланк И. А. Инвестиционный менеджмент: Учебный курс. – 2-е изд., перераб. и доп. – к.: Эльга, Ника-Центр, 2006. – 552 с.

12. Козаченко Г. В. Управління інвестиціями на підприємстві: навчальний посібник. / Г. В. Козаченко, О. М. Антіпов – К.: Знання. – 2004 р. – 448 с.
13. Лоза С. В. Інвестиційна привабливість (країни, регіону, підприємства) / С. В. Лоза // Схід. – №9. – 2005. – С. 54-57.
14. Гайдуцький А. П. Міжкраїнова оцінка інвестиційної привабливості аграрного сектору України / А. П. Гайдуцький // Актуальні проблеми економіки. – №4. – 2004. – С.100-107.
15. Єпіфанова І. Ю. Підвищення інвестиційної привабливості підприємства як напрямок залучення інвестиційних ресурсів / І. Ю. Єпіфанова // Управління інвестиціями на підприємстві: навчальний посібник .– [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.rusnauka.com/8\\_NIT\\_2008/Tethis/Economics/27442.doc.htm](http://www.rusnauka.com/8_NIT_2008/Tethis/Economics/27442.doc.htm).
16. Михайлов В. С. Статистичні оцінки інвестиційної привабливості підприємств і організацій окремих регіонів, форм власності та галузей економіки / В. С. Михайлов, О. В. Крехівський // Статистика України. – № 3. – 2000. – С. 18-26.
17. Ситник О. В. Економічна сутність інвестиційної привабливості підприємства та її характеристики / О. В. Ситник // Інвестиції: практика та досвід – 2015. – №23. – [Електронний ресурс].– Режим доступу до статті: [http://www.investplan.com.ua/pdf/23\\_2015/27.pdf](http://www.investplan.com.ua/pdf/23_2015/27.pdf).
18. Бойко Г. Ф. Формування інвестиційної привабливості підприємства / Г. Ф. Бойко, Н. В. Дулеба // Управління проектами, системний аналіз і логістика. Технічна серія. – 2014. – Вип. 13(2). – С. 12-21.
19. Нападовська І. В. Теоретичні та методичні аспекти дослідження інвестиційної привабливості України / І. В. Нападовська // Вісник ДонДует №4(28). – 2005. – С.55-61.
20. Крихівська Н. О. Інвестиційна привабливість України: основні проблеми та шляхи їх вирішення / Н. О. Крихівська, Г. М. Чернишова // Економіка і суспільство. – 2017. – № 9. – С. 260-264.



21. Товстенюк О. В. Інвестиційна привабливість як об'єкт діагностики / О. В. Товстенюк // Вісник Нац. ун-ту «Львівська політехніка» / «Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку». – 2012. – № 727. – С. 381-386.
22. Рудницька О. М. Інвестиційна привабливість підприємств / О. М. Рудницька, І. В. Марків // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Логістика. – 2014. – № 811. – С. 299-304.
23. Корнева Н. А. Методичні підходи до побудови комплексної інтегральної оцінки інвестиційної привабливості на регіональному рівні / Н. А. Корнева // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – № 2(68). – С. 106-111.
24. Короткова О. В. Інвестиційна привабливість підприємства та методики її оцінювання / О. В. Короткова // Ефективна економіка. – 2013. – № 6. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [file:///C:/Users/Ms\\_Home/Downloads/efek\\_2013\\_6\\_54.pdf](file:///C:/Users/Ms_Home/Downloads/efek_2013_6_54.pdf)
25. Москаленко І. І. Чинники впливу на інвестиційну привабливість підприємства/ І. І. Москаленко // Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції ЖДТУ. – [Електронний ресурс] – 2016. Режим доступу: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2017/01/132.pdf>.
26. Гончаров В. М. Інвестиційна привабливість підприємства: сутність та фактори впливу/ В. М. Гончаров, М. М. Білоусова – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/4.../31.pdf>
27. Урванцева С. В. Інвестиційна привабливість підприємства: сутність та фактори її формування / С. В. Урванцева // Молодий вчений. – 2014. – № 7(2). – С. 85-89.
28. Гунько В. І. Фактори та показники формування інвестиційної привабливості підприємств / В. І. Гунько // Фінансовий простір. – 2013. – № 1. – С. 85-88.
29. Лазоренко Т. В. Управління інвестиційною привабливістю підприємства / Т. В. Лазоренко, О. В. Цветкова // Молодий вчений. – 2014. – №12 (1). – С. 184-187.

30. Гуляєва Н. М. Сутнісні ознаки інвестиційної привабливості підприємства: факторна природа формування/ Н. М. Гуляєва, Н. К. Рябченко // Вісник Запорізького національного університету. – №1 (13). – 2012. – С. 22-28.

31. Жихор О. Б. Інвестиційна привабливість підприємства як об'єкт управління / О. Б. Жихор, М. М. Москвич // Фін.-кредит. діяльн. : пробл. теорії та практики. – 2012. – Вип. 2. – С. 118-123.

32. Агеєнко О. А. Методологічні підходи до оцінки інвестиційної привабливості галузі економіки регіону і окремих суб'єктів. Питання статистики. 2003. № 6. С. 48-51.

33. Мамуль Л. О., Чернявська Т. А. Нові методичні підходи до аналізу інвестиційної привабливості регіонів. Вісник економічної науки України. 2005. № 1(7). С. 83-89.

34. Методика інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємств та організацій, затверджена Наказом Агентства з питань запобігання банкрутству від 23.02.98 № 22. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0214-98>. (дата звернення 19.09.2019).

35. Гайдучкий А. П. Мотиваційні чинники міжнародних інвестиційних процесів. Фінанси України. 2004. №12. С. 50-57.

36. Гвоздецька І. В. Комплексне оцінювання інвестиційної привабливості промислових підприємств (на прикладі підприємств машинобудування) [Текст] : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)»; ХНУ, Хмельницький 2009. 19 с.

37. Стирський М. В. Методичні аспекти оцінки інвестиційної привабливості ринку акцій. Фінанси України. 2002. №2. С. 131–137.

38. Федорович Т. В. Методические подходы к оценке инвестиционной привлекательности компании – цели слияния и поглощения / Т. В. Федорович // Экономический анализ: теория и практика. 2008. № 6. С. 29–35.

39. Гладка Д. О. Методики аналізу ефективності інвестиційної діяльності / Д. О. Гладка // XLVI Науково-технічна конференція факультету менеджменту та інформаційної безпеки. – 2017.– [Електронний ресурс].– Режим доступу: <https://conferences.vntu.edu.ua/index.php/all-fm/all-fm-2017/paper/view/1852/1477>

40. Ткаченко А. М. Економічна оцінка інвестиційної привабливості підприємства / А. М. Ткаченко, О. В. Кушнір // Вісник Запорізької державної інженерної академії. – 2013. – №5. – С. 154-161.

41. Семенчук Л. І. Інвестиційна привабливість підприємства та методи її оцінювання / Л. І. Семенчук, С. О. Мороз // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2016. – № 11. – С. 898-901.

42. Кушнір Н. Б. Методика оцінки інвестиційної привабливості підприємства та недоліки деяких існуючих методик / Н. Б. Кушнір, Ю. В. Мужук // Вісник Національного університету водного господарства та природокористування. Серія : Економіка. – 2010. – Випуск 2(50). – С. 110-118.

43. Макуева С. Р. Оценка инвестиционной привлекательности предприятия на основе рейтингового показателя /С. Р.Макуева, И. А. Михайлова // Современные исследования социальных проблем. – 2013. – Випуск 6 (26).– [Електронний ресурс]. – Режим доступу:<http://journal-s.org/index.p1>.

44. Офіційний сайт Інформаційно-аналітичного порталу про молоко і молочне скотарство [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://milkua.info/uk/post/top-10-eksporteriv-moloka-ta-molocnoi-produkcii>

45. Васильчак С. В. Особливості функціонування ринку молока та молочної продукції / С. В. Васильчак // Науковий вісник НЛТУ України. – 2013. – № 15.4. – с. 357–362.

46. Керанчук Т. Л. Молочна галузь України: перспективи і проблеми розвитку / Т. Л. Керанчук // Східна Європа: Економіка, бізнес та управління – 2017. – № 3 (08). – с. 133– 136.

47. Степанчук С. О. Стан та перспективи розвитку молочного ринку України / С. О. Степанчук, Ю. Ю. Єфісько // Економіка та держава. – 2017. – № 5. – с. 99–102.228

48. Тивончук С. В. Розвиток ринку виробництва молока в Україні в контексті євроінтеграційних процесів / С. В. Тивончук, Я. О. Тивончук, Т. П. Павлоцька // Економіка АПК. – 2017. – № 4. – С. 25–31.

49. Офіційний сайт Держстату України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

50. Гладка Д. О. Ринок молочної галузі: стан та тенденції розвитку - [Електронний ресурс] / Джеджула В. В, Єпіфанова І. Ю., Гладка Д. О. // Економіка та суспільство - 2018. – №18. – С. 382-388. – Режим доступу: <http://economyandsociety.in.ua/journal-18/25-stati-18/2261-dzhedzhula-v-v-epifanova-i-yu-gladka-d-o>

51. Офіційний сайт ПрАТ «Вінницький молочний завод «Рошен» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://vmz.roshen.com/>.

52. Безбородова Т.В. Сутність та необхідність аналізу фінансового стану / Т. В. Безбородова // Економіка. Управління. Інновації. – Вип. – № 1 (11). – 2014. – С. 1-7.

53. Єпіфанова І. Ю. Фінансовий аналіз та звітність: практикум для студ. спец. «Менеджмент організацій» / І. Ю. Єпіфанова, В. В. Джеджула. – Вінниця : ВНТУ, 2017. – 143с.

54. Гладка Д. О. Інвестиційний потенціал Вінницького регіону / І. Ю. Єпіфанова, Д. О. Гладка // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2017. – №20. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу до статті:<http://global-national.in.ua/archive/20-2017/65.pdf>

55. Гладка Д. О. Інвестиційний клімат України: проблеми та шляхи його формування / Д. О. Гладка // Економічні підсумки 2016 року: досягнення, тенденції та перспективи: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. – м. Одеса : ОНУ імені І. І. Мечникова. – 2016. – С. 27-29.

56. Гладка Д. О. Методичні підходи до оцінки інвестиційної привабливості промислових підприємств / Єпіфанова І. Ю., Гладка Д. О. // Вісник Одеського національного університету ім. І. І. Мечнікова. Секція «Економіка» – 2019. – Том 24. – Вип. 4 (77). С. 49-53.

57. Пересада А. Інвестиційне кредитування: навч. – метод. посібник / А. А. Пересада, Т. В. Майорова: КНЕУ.– 2002. – 272с.

58. Гаврилова Н. В. Фактори підвищення рівня інвестиційної привабливості підприємства / Н. В. Гаврилова // Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки. –2011. –Вип. 20 (2). – С. 324-330.

59. Карачина Н. П. Вплив іміджу держави на інвестиційну привабливість підприємства / Н. П. Карачина, Л. Ю. Сорока // Економічний простір. – 2014. – №85. – С. 54-61.

60. Балацький О.Ф. Управління інвестиціями [навч. посіб.] / О. Ф. Балацький, О. М. Теліженко, М. О. Соколов. – Суми. – Університетська книга. – 2004. – 231 с.

61. Мороз О. В. Брендинг як інструмент підвищення конкурентоспроможності виробництва органічної продукції в Україні / О. В. Мороз, В. М. Андрушенко // Ефективна економіка. – 2015. – №2. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3772>

62. Крылов Э. И. Анализ финансового состояния и инвестиционной привлекательности предприятия: учебное пособие / Э. И. Крылов. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 192 с.

63. Вітюк А. В. Організаційно-економічні заходи сприяння інвестиційній діяльності підприємств / Н. П. Карачина, А. В. Вітюк // Економіка розвитку. – 2013. – №1(65). – С. 94-100. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://vityuk.vk.vntu.edu.ua/file/4f547d7f67ef310042a67cd2272a7eff.pdf>

64. Щербіна А. Підвищення інвестиційної привабливості українських підприємств як чинник стабілізації економічної ситуації в Україні / А. Щербіна, О. Костенко // Економіко-правова парадигма розвитку сучасного суспільства. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [file:///C:/Users/Ms\\_Home/Downloads/61-114-1-SM%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Ms_Home/Downloads/61-114-1-SM%20(1).pdf).

65. Асенова Б. К. Показатели качества и идентификация кефира / Б. К. Асенова // Международный научно-исследовательский журнал. – 2015. – № 7. – С. 12-17

66. Міневич Г. Я. Експертиза якості кисломолочних продуктів, що реалізуються у м. Львові / Г. Я. Міневич, Я. І. Шкробинець // Товарознавчий вісник. – 2016. – Вип. 9. – С. 130-135.

67. Островський П. І. Аграрний маркетинг : навч. посіб. / П. І. Островський – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 224 с.

68. Студія дизайну FloMaster. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.flomaster.ua/index.php?p=231>

69. Креативна дизайн студія Designkiev. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://designkiev.com/web-design/#showcase>

70. Маркетингове агентство Ondric studio. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ondric.com/works>

71. Брендингове агенство Koloro. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://koloro.ua/ua/novyj-dizajn-upakovki.html>

72. Маркетингове агентство Vortex. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.vortex.com.ua/about-us>

## ДОДАТКИ

## Додаток А

Міністерство освіти і науки України  
Вінницький національний технічний університет  
Факультет менеджменту та інформаційної безпеки  
Кафедра фінансів та інноваційного менеджменту

ЗАТВЕРДЖУЮ  
Завідувач кафедри ФІМ  
\_\_\_\_\_ д.е.н., проф. В. В. Зянько  
(підпис) «15» жовтня 2019 р.

**ТЕХНІЧНЕ ЗАВДАННЯ**

на виконання магістерської кваліфікаційної роботи

на тему: УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ПРИВАБЛИВІСТЮ  
ПІДПРИЄМСТВ МОЛОЧНОЇ ГАЛУЗІ (НА ПРИКЛАДІ  
ПРАТ «ВМЗ «РОШЕН»)

08-43. МКР.005.00.134ПЗ

Науковий керівник: к.е.н., доц., доц. каф. ФІМ  
наук. ступінь, вч. звання

\_\_\_\_\_ Єпіфанова І.Ю.  
(підпис) (прізвище, ініціали)

Студент групи: МФК-18 м.

\_\_\_\_\_ Гладка Д. О.  
(підпис) (прізвище, ініціали)

Вінниця 2019 р.



## **1. Підстава для виконання магістерської кваліфікаційної роботи (МКР)**

Наказ № 254 по ВНТУ від «02» жовтня 2019 р. про затвердження теми ДР.

## **2. Мета і призначення магістерської кваліфікаційної роботи**

Метою роботи є опрацювання засад формування рекомендації з удосконалення процесу управління інвестиційною привабливістю підприємств молочної галузі та розробка механізму удосконалення процесу управління інвестиційною привабливістю ПрАТ «Вінницький молочний завод «Рошен». Призначенням магістерської кваліфікаційної роботи є:

- дослідити економічну сутність інвестиційної привабливості;
- визначити та описати фактори впливу на інвестиційну привабливість підприємства;
- провести огляд методик оцінки інвестиційної привабливості підприємств;
- оцінити сучасний стан та тенденції розвитку молочної галузі України;
- проаналізувати основні показники діяльності підприємства за 2016-2018 роки;
- здійснити оцінку ефективності управління інвестиційною привабливістю підприємства;
- навести рекомендації з удосконалення процесу управління інвестиційною привабливістю підприємств молочної галузі;
- розробити механізм удосконалення процесу управління інвестиційною привабливістю підприємства.

## **3. Завдання для виконання економічної розрахункової частини МКР**

Розрахувати показники діяльності фінансово-економічної діяльності ПрАТ «ВМЗ «Рошен»: рентабельність продажу; рентабельність операційної діяльності; коефіцієнт рентабельності активів; коефіцієнт рентабельності господарської діяльності; коефіцієнт зносу основних засобів; коефіцієнт

оборотності основних засобів (фондовіддача); чотири факторна мультиплікативна модель аналізу чистого прибутку підприємства; оборотність активів; мультиплікатор капіталу; чиста рентабельність; рентабельність товарів; балансовий прибуток на 1 грн. сукупних активів; балансовий прибуток до власних засобів; балансовий прибуток до величини оборотних активів; коефіцієнт поточної ліквідності; коефіцієнт абсолютної ліквідності; частка чистого оборотного капіталу в оборотних засобах; частка власних засобів в пасивах; інтегральний показник оцінки інвестиційної привабливості; економічний ефект від впровадження сформованих пропозицій.

#### **4. Вихідні дані для написання магістерської кваліфікаційної роботи**

Офіційні статистичні дані щодо розвитку молочної галузі України, фінансова звітність, внутрішня документація ПрАТ «ВМЗ «Рошен», законодавчо-нормативна документація, наукова література: «Глобальні та національні проблеми економіки»; «Вісник Одеського національного університету ім. І. І. Мечнікова»; «Економіка та суспільство»; «Фінанси України»; «Вісник Запорізького національного університету»; «Ефективна економіка»; «Актуальні проблеми економіки»; «Вісник Національного університету «Львівська політехніка»; «Вісник економічної науки України».

**5. Виконавець МКР** – Гладка Діана Олександрівна, ст. гр. МФК-18 м.

#### **6. Вимоги до виконання МКР**

В процесі виконання магістерської кваліфікаційної роботи потрібно визначити резерви підвищення ефективності діяльності підприємства, використовуючи варіантний аналіз, засоби моделювання. Бажано, щоб робота виконувалась на замовлення підприємства.

## 7. Етапи МКР і терміни їх виконання

Таблиця 1 – Етапи МКР і терміни їх виконання

Етапи МКР	Зміст етапу	Термін виконання	Очікувані результати
1	2	3	4
Вибір напрямку дослідження	Добір, вивчення та узагальнення науково-економічної та статистичної інформації; розгляд можливих напрямів досліджень та їх оцінювання; вибір напрямку дослідження; обґрунтування прийнятого напрямку дослідження; розроблення, погодження і затвердження ТЗ на МКР	червень-вересень	план МКР
Основна (економічна) частина роботи	Теоретичне дослідження проблеми	ІІІ декада жовтня	розділ 1
	Аналітична частина	ІІ декада листопада	розділ 2
	Розробка рекомендацій та пропозицій	І декада грудня	розділ 3
Узагальнення результатів досліджень, підготовка до захисту роботи	Узагальнення результатів теоретичних та аналітичних досліджень та написання доповіді на захист МКР; оформлення ілюстративного матеріалу, підготовка презентації ДР в редакторі <u>Microsoft Office PowerPoint</u>	І декада грудня	акт впровадження, ілюстративний матеріал, презентація
Попередній захист МКР	Перевірка МКР на плагіат; одержання відзиву наукового керівника та рецензії; попередній захист МКР	ІІ декада грудня	результат перевірки на плагіат, відгук, рецензія
Захист МКР	Основний захист МКР	ІІІ декада грудня	довідь та відповіді на питання

## 8. Очікувані результати

У результаті виконання магістерської кваліфікаційної роботи очікується одержання обґрунтованих рекомендацій та пропозицій, які можуть бути використані на ПрАТ «ВМЗ «Рошен» з метою підвищення ефективності його діяльності та покращення фінансових результатів.

## **9. Матеріали, які подають після завершення написання МКР та її етапів**

Переплетена пояснювальна записка магістерської кваліфікаційної роботи; графічний матеріал; відгук керівника; рецензія зовнішнього рецензента.

## **10. Порядок приймання МКР та її етапів**

Результати магістерської кваліфікаційної роботи розглядаються керівником роботи та завідувачем кафедри відповідно до етапів роботи та термінів їх виконання; проводиться попередній захист роботи та офіційний захист магістерської кваліфікаційної роботи.