

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ
ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛІННЯ, ЕКОНОМІКИ ТА ПРАВА
КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ ІМ. ПРОФ. Є. В. ХРАПЛИВОГО**

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
ОСВІТНІЙ СТУПІНЬ «БАКАЛАВР»**

на тему: «Підвищення рівня інвестиційної привабливості товариства з обмеженою відповідальністю молочної компанії “Галичина” Червоноградського району Львівської області»

Виконала: студентка 4 курсу, групи МО-41

Спеціальність: 073 «Менеджмент»

(шифр і назва спеціальності)

Ільченко Марта Андріївна

(прізвище та ініціали)

Керівник: к.е.н., доцент Синюк О.В.

(прізвище та ініціали)

ДУБЛЯНИ 2023

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ
ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛІННЯ, ЕКОНОМІКИ ТА ПРАВА
КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ ІМ. ПРОФ. Є.В. ХРАПЛИВОГО

Освітній ступінь «Бакалавр»
Спеціальність: 073 «Менеджмент»
(шифр і назва спеціальності)

ЗАТВЕРДЖУЮ
Зав. кафедри _____
(підпис)

(звання, ступінь, прізвище та ініціали)
«30» грудня 2022 року

З А В Д А Н Н Я
на кваліфікаційну роботу студента

Ільченко Марти Андріївни
(прізвище, ім'я, по-батькові)

1. Тема роботи «Підвищення рівня інвестиційної привабливості товариства з обмеженою відповідальністю молочної компанії “Галичина” Червоноградського району Львівської області».

Керівник роботи к.е.н., доцент Синюк О.В.
(прізвище, ім'я, по-батькові, науковий ступінь, вчене звання)

Затверджено наказом по університету від 30 грудня 2022 р. № 453 / к-с

2. Термін здачі студентом закінченої кваліфікаційної роботи 12.06.2023 р.

3. Вихідні дані для кваліфікаційної роботи: методичні рекомендації, фінансова звітність підприємства, рекомендована література, статистичні збірники

4. Зміст кваліфікаційної роботи (перелік питань, які потрібно розробити):

ВСТУП.

РОЗДІЛ 1 ТЕОРТЕЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.

1.1 Сутність поняття інвестиційна привабливість підприємства.

1.2 Методологія і методика дослідження, аналізу та визначення економічної ефективності інвестицій.

1.3 Методика оцінки інвестиційної привабливості підприємства.

РОЗДІЛ 2 ОЦІНКА ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ТОВАРИСТВА З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ МОЛОЧНОЇ КОМПАНІЇ “ГАЛИЧИНА”.

2.1 Аналіз інвестиційної привабливості підприємства.

2.2 Оцінка чинників інвестиційної привабливості переробних підприємств.

РОЗДІЛ 3 ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ТОВАРИСТВА З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ МОЛОЧНОЇ КОМПАНІЇ “ГАЛИЧИНА”.

3.1 Удосконалення фінансового забезпечення інвестиційної привабливості підприємства.

3.2 Маркетингове забезпечення підвищення інвестиційного іміджу

підприємства.

ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.

5. Перелік графічного матеріалу: графіки, схеми, діаграми

6. Дата видачі завдання 30.12.2022 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ етапу	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи
1.	Отримання завдання. Вивчення рекомендованої літератури по темі КР. Написання аналітичного огляду. Вивчення об'єкту. Аналіз існуючого стану (складання програми; написання пояснювальної записки; підготовка картографічних матеріалів для кваліфікаційної роботи).	30.12.22-24.02.23
2.	Розробка перспективного рішення та його обґрунтування (написання перспективної частини; виготовлення планової основи для основного варіанту роботи).	24.02.23-06.03.23
3.	Розробка та обґрунтування пропозицій щодо реалізації роботи. Оформлення кінцевого варіанту роботи та інших графічних матеріалів, які представляються до захисту в ЕК.	07.03.23-03.05.23
4.	Кінцеве оформлення кваліфікаційної роботи (здача пояснювальної записки керівнику КР; виправлення його зауважень; здача КР на рецензування; кінцеве оформлення ілюстративних матеріалів, таблиць).	04.05.23-13.05.23
5.	Підготовка до захисту в ЕК. Пробний захист на випускній кафедрі (написання доповіді й погодження її з керівником КР; виправлення зауважень у графічній частині).	13.05.23-12.06.23

Студент _____
(підпис)

Керівник кваліфікаційної роботи к.е.н., доцент _____ Синюк О.В.
(наук.ступ., вчене звання, підпис, прізвище та ініціали)

Анотація

В кваліфікаційній роботі розглядаються теоретичні основи дослідження інвестиційної привабливості підприємства. Дається організаційно-економічна характеристика об'єкту дослідження, аналізується інвестиційна привабливість підприємства. На основі результатів проведеного аналізу розроблені шляхи підвищення інвестиційної привабливості досліджуваного господарства.

Ключові слова: інвестиції, інвестиційна привабливість підприємства, економічна ефективність інвестицій, інвестиційний імідж, інвестиційні можливості.

Annotation

The theoretical basis of the study of the investment attractiveness of the enterprise is considered in the qualification work. The organizational and economic characteristics of the research object are given, the investment attractiveness of the enterprise is analyzed. Based on the results of the analysis, ways of increasing the investment attractiveness of the farm under study have been developed.

Key words: investments, investment attractiveness of the enterprise, economic efficiency of investments, investment image, investment opportunities

УДК: 658.152

Підвищення рівня інвестиційної привабливості товариства з обмеженою відповідальністю молочної компанії “Галичина” Червоноградського району Львівської області. Ільченко М.А. – Кваліфікаційна робота. Кафедра менеджменту ім. проф. Є. В. Храпливого – Дубляни, Львівський НУП, 2023.

Кваліфікаційна робота: 104 стор. текстової частини, 6 рисунків, 14 таблиць, 45 джерел.

В кваліфікаційній роботі розглядаються теоретичні основи дослідження інвестиційної привабливості підприємства, зокрема сутність поняття інвестиційна привабливість підприємства, а також методика дослідження, аналізу та визначення економічної ефективності інвестицій.

Дається організаційно-економічна характеристика об'єкту дослідження, аналізується інвестиційна привабливість підприємства.

На основі результатів проведеного аналізу розроблені шляхи підвищення інвестиційної привабливості досліджуваного господарства.

Ключові слова: інвестиції, інвестиційна привабливість підприємства, економічна ефективність інвестицій, інвестиційний імідж, інвестиційні можливості.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1 ТЕОРТЕЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	8
1.1 Сутність поняття інвестиційна привабливість підприємства.....	8
1.2 Методологія і методика дослідження, аналізу та визначення економічної ефективності інвестицій.....	27
1.3 Методика оцінки інвестиційної привабливості підприємства.....	33
РОЗДІЛ 2 ОЦІНКА ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ТОВАРИСТВА З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ МОЛОЧНОЇ КОМПАНІЇ “ГАЛИЧИНА”.....	39
2.1 Аналіз інвестиційної привабливості підприємства.....	39
2.2 Оцінка чинників інвестиційної привабливості переробних підприємств	60
РОЗДІЛ 3 ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ТОВАРИСТВА З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ МОЛОЧНОЇ КОМПАНІЇ “ГАЛИЧИНА”.....	73
3.1 Удосконалення фінансового забезпечення інвестиційної привабливості підприємства.....	73
3.2 Маркетингове забезпечення підвищення інвестиційного іміджу підприємства.....	84
ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ.....	95
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	101

ВСТУП

У сучасних умовах, нестача ресурсів стає серйозною проблемою для підприємств агропромислового комплексу в Україні. Ця проблема ще більше загострюється в контексті сільського господарства, оскільки сучасні обсяги інвестицій недостатні для досягнення швидкого науково-технічного прогресу та еволюційного розвитку.

Звуження інвестицій у сільське господарство має депресивний вплив на науково-технічний прогрес у галузі. Відсутність необхідних ресурсів та фінансування обмежує можливості підприємств впроваджувати нові технології, покращувати методи вирощування, модернізувати обладнання та розвивати інфраструктуру. Це приводить до затримки у розвитку аграрного сектору та його відставання від сучасних стандартів.

Для подолання цієї ситуації, необхідно шукати шляхи залучення додаткових інвестицій в сільське господарство. Одним із можливих рішень є залучення державної підтримки та стимулювання інвестиційної активності у галузі. Держава може надавати фінансову підтримку, податкові пільги або створювати спеціальні програми та інструменти для залучення інвестицій.

Крім того, важливо привертати іноземних інвесторів до агропромислового комплексу. Це може здійснюватися шляхом поліпшення інвестиційного клімату, спрощення процедур для іноземних інвесторів, захисту прав власності та створення сприятливих умов для їхньої участі в аграрному секторі. Взаємодія з іноземними партнерами може принести не тільки фінансові інвестиції, але й передові технології, кращі методи управління та доступ до нових ринків збуту.

Також важливо розвивати спеціалізовані фінансові інструменти для підтримки агропромислового комплексу. Створення аграрних фондів, інвестиційних фондів або програм страхування може забезпечити доступніші джерела фінансування для підприємств галузі. Це стимулюватиме їх розвиток, підвищення продуктивності та зменшення ризиків.

Додатково, важливо активізувати співпрацю між науковими установами, дослідницькими центрами та агропромисловими підприємствами. Передача знань і технологій, проведення спільних досліджень та інноваційних проєктів сприятимуть науково-технічному прогресу в галузі та підвищенню її конкурентоспроможності.

Отже, підвищення інвестиційної привабливості підприємств агропромислового комплексу є важливою і актуальною темою в Україні. Це вимагає комплексного підходу, сприяння з боку держави, співпраці з іноземними партнерами, розвитку фінансових інструментів та науково-технічного прогресу. Лише шляхом поєднання зусиль можна забезпечити стале зростання та розвиток агропромислового сектору в Україні.

Метою кваліфікаційної роботи є оцінка рівня інвестиційної привабливості товариства з обмеженою відповідальністю молочної компанії “Галичина” та розробка рекомендацій щодо вирішення цієї проблеми.

Об’єктом дослідження є товариство з обмеженою відповідальністю молочно компанія “Галичина” Червоноградського району Львівської області.

У процесі проведення дослідження було використано різноманітні методи, які допомогли досягти поставлених цілей. Зокрема, використовувалися методи індукції, дедукції, аналізу і синтезу, порівняння, міркування та асоціації. Для узагальнення теоретичних положень був застосований метод наукової абстракції, що дозволив зробити абстрактні узагальнення та висновки. Для вивчення практичних зв’язків використовувалися традиційні логічні методи, такі як метод подібностей, метод різниць, метод змін та метод залишків. Для аналізу генезису та розвитку маркетингу були використані історичний метод та абстрактно-логічний метод при формуванні теоретичних узагальнень та висновків. Також були застосовані метод статистичних групувань, розрахунково-конструктивний метод, метод порівняльного аналізу та логіко-семантичний метод. Цей комплексний підхід дозволив здійснити дослідження та зробити обґрунтовані висновки.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРТЕЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

1.1 Сутність поняття інвестиційна привабливість підприємства

В сучасній економічній науці індивідуальні дослідники та школи мають різні підходи до визначення суті поняття “інвестиційна привабливість підприємства”. Однак, в загальному розумінні, інвестиційна привабливість підприємства охоплює різні аспекти, які впливають на його здатність привертати інвестиції. Давайте розглянемо декілька підходів до визначення цього поняття.

Дослідники англо-американської економічної школи, такі як Ю. Брігхем, Л. Гапенскі, Т. Коупленд, Ф.Дж. Фабоцци, У. Шарп, розглядають інвестиційну привабливість підприємства як досягнення максимального добробуту для його акціонерів. Цей добробут виявляється у зростанні вартості акцій підприємства. З цією метою фінансовий менеджмент підприємства спрямований на досягнення цієї мети [43, с. 183].

І. О. Бланк розглядає інвестиційну привабливість з точки зору фінансового стану підприємства як комплексну оцінку окремих підприємств, які можуть бути об'єктами потенційних інвестицій. Ця оцінка враховує перспективи розвитку підприємства, обсяги та перспективи збуту продукції, ефективність використання активів, їх ліквідність, платоспроможність та фінансову стійкість. У своїх дослідженнях автор акцентує увагу на різних напрямках інвестування та складових, які визначають інвестиційну привабливість. Цю ж саму позицію приймають і інші сучасні дослідники, такі як В. Г. Федоренко, В. П. Савчук, А. П. Дука, І. П. Прилипко та інші. На їхню думку, напрями інвестування можуть включати в себе різні види активів, такі як фінансові інструменти, нерухомість, технології тощо. Складові інвестиційної привабливості можуть включати такі чинники, як ринкові умови, потенціал

зростання, ризику, конкурентоспроможність, інноваційність, доступ до фінансування та інші [43, с. 197].

Підходи до визначення інвестиційної привабливості підприємства можуть розглядати це поняття з різних ракурсів, таких як максимізація добробуту акціонерів, фінансовий стан підприємства, напрями інвестування та складові привабливості. Враховуючи ці різноманітні підходи, дослідники та економісти намагаються розробити комплексні методики та показники для оцінки інвестиційної привабливості підприємств, які враховують усі ці аспекти та чинники.

Інвестиційна привабливість підприємства може бути розглянута з погляду задоволення фінансових, виробничих, організаційних та інших вимог або інтересів інвестора. Цей підхід заснований на розумінні того, що інвестори оцінюють потенціал підприємства з різних аспектів перед прийняттям рішення про інвестування.

Однак, вказаному підходу може дійсно бракувати конкретності та чіткості, оскільки вимоги та інтереси інвесторів можуть бути різними і залежати від конкретних умов та обставин. Тому важливо розробляти більш конкретні методики та показники для оцінки інвестиційної привабливості підприємств, які враховуватимуть конкретні чинники, що впливають на інтереси інвесторів.

Такі методики можуть включати аналіз фінансового стану підприємства, ефективність виробничих процесів, конкурентні переваги, наявність інноваційних рішень, ризику та інші чинники. Використання таких конкретних показників та методик допоможе зрозуміти та оцінити інвестиційну привабливість підприємства з більшою точністю і зробити обґрунтовані рішення щодо інвестування.

В. В. Бочаров визначає інвестиційну привабливість як наявність економічного ефекту (прибутку) від інвестування коштів у цінні папери, такі як акції, при мінімальному рівні ризику. Це означає, що інвестор очікує отримати прибуток від своїх інвестицій при мінімальному ризику втрати [43, с. 199].

Проте, в Україні ринок цінних паперів є малоефективним та знаходиться на стадії становлення. Це означає, що українські підприємства можуть зазнавати складнощів у використанні цього інструменту для залучення інвестицій. Недостатня ліквідність ринку, недостатня розвинутість ринкових механізмів та недовіра інвесторів можуть ставити підприємства в не вигідне положення при залученні капіталу через ринок цінних паперів.

Однак, неефективність ринку цінних паперів не означає, що українські підприємства не можуть бути інвестиційно привабливими. Існує багато інших чинників, які можуть зробити підприємство привабливим для інвесторів, таких як потенціал ринку, інноваційність, якість управління, ефективність виробничих процесів та інші. Розвиток і покращення ринку цінних паперів є важливим завданням для створення сприятливого інвестиційного середовища, але інвестиційна привабливість підприємств може базуватися на широкому спектрі чинників, не обмежуючись лише ринком цінних паперів.

Н. О. Руснак і В. А. Руснак визначають інвестиційну привабливість об'єктів головним чином шляхом застосування евристичних методів, що включають ранжування досліджуваних об'єктів на основі експертної оцінки. З цього випливає, що інвестиційна привабливість пов'язана з порівнянням кількох об'єктів з метою визначення найкращого, середнього або найгіршого серед них [42, с. 81].

А. П. Гайдуцький поділяє подібну точку зору, визначаючи інвестиційну привабливість підприємства як сукупність характеристик, що дозволяють потенційному інвестору оцінити, наскільки один об'єкт інвестицій є більш привабливим для розміщення доступних коштів порівняно з іншими [42, с. 83].

Такий підхід базується на використанні експертних оцінок і суб'єктивних даних, які можуть бути отримані від спеціалістів у галузі. Оцінка інвестиційної привабливості здійснюється шляхом порівняння різних чинників і характеристик, що впливають на потенційну вигоду та ризики інвестицій.

Варто враховувати, що такий підхід може бути обмеженим у своїй точності і об'єктивності, оскільки він залежить від суб'єктивних оцінок

експертів. Для більш об'єктивної оцінки інвестиційної привабливості можуть бути розроблені кількісні методики, які базуються на вимірюванні конкретних показників та критеріїв, що впливають на рішення щодо інвестування. Такі кількісні методи дозволяють зводити інвестиційну привабливість до конкретних числових значень і показників, що сприяє більш об'єктивному порівнянню різних об'єктів інвестування.

Наприклад, кількісні методи можуть включати розрахунок фінансових показників, таких як рентабельність, показники ліквідності та платоспроможності, рентабельність активів, або використання методів оцінки, таких як чиста поточна вартість, внутрішня норма дохідності і платіжні терміни окупності.

Використання кількісних методів дозволяє зменшити суб'єктивність оцінки інвестиційної привабливості і надає можливість проводити більш об'єктивні порівняльні аналізи. Однак, важливо враховувати, що кількісні методи не враховують всіх аспектів, що можуть вплинути на рішення інвесторів, таких як стратегічний потенціал, конкурентні переваги, ризикові чинники та інші. Тому комбінація як кількісних, так і якісних підходів може бути найбільш ефективною при оцінці інвестиційної привабливості підприємств.

Згідно з поглядом І. В. Нападовської, інвестиційна привабливість – це комплексна система потенційних можливостей для вкладення коштів з метою отримання економічних вигод у майбутньому, яка формується на основі результатів попередньої господарської діяльності об'єкта інвестування і є суб'єктивною оцінкою інвестора [42, с. 157].

Проте такий підхід І. В. Нападовської не враховує співставлення цілей інвестора з реалізованими можливостями без ризику, а також не враховує ступінь готовності інвестора прийняти на себе цей ризик. Іншими словами, визначення інвестиційної привабливості як потенційних можливостей не враховує чинники ризику, ступінь його прийняття та відповідність між очікуваними вигодами та ризиками [42, с. 159].

Для більш повного розуміння інвестиційної привабливості необхідно доповнити визначення, включивши в нього оцінку ризиків і ступінь готовності інвестора прийняти ці ризики. Це дозволить більш об'єктивно оцінювати інвестиційну привабливість підприємств, враховуючи не лише потенційні вигоди, але й ризики, що пов'язані з інвестуванням.

Згідно з поглядом Я. Є. Задорожної і Л. П. Дядечко, інвестиційну привабливість слід розглядати як комплексний набір різноманітних чинників, при чому перелік та вага цих чинників можуть змінюватись залежно від таких чинників, як: цілі інвесторів, виробничо-технічні особливості підприємства, куди здійснюються інвестиції, а також економічний розвиток підприємства у минулому, наявний економічний стан та очікувані перспективи майбутнього розвитку [6, с. 89].

Цей підхід враховує важливий момент – вимоги інвесторів, які є важливою умовою для високої оцінки інвестиційної привабливості. Комплексний підхід до визначення інвестиційної привабливості забезпечує урахування потреб інвесторів, їхніх очікувань і цілей, що стає ключовим чинником у прийнятті рішення про інвестування. Крім того, враховуються також особливості підприємства та його потенціал для забезпечення економічних вигод.

Цей підхід дає більш повне розуміння інвестиційної привабливості, оскільки він враховує потреби інвесторів, специфіку підприємства та його прогнозовану економічну перспективу. Оцінка інвестиційної привабливості на основі цього підходу дозволяє здійснювати більш об'єктивний аналіз інвестиційних можливостей та приймати обґрунтовані рішення щодо розміщення капіталу.

В. О. Коюда, Т. І. Лепейко та О. П. Коюда розглядають інвестиційну привабливість підприємства як комплекс характеристик, пов'язаних з його фінансово-господарською та управлінською діяльністю, перспективами розвитку та здатністю залучати інвестиційні ресурси [44, с. 107].

Цей підхід визначає інвестиційну привабливість через об'єктивні параметри підприємства, такі як фінансовий стан, результативність,

ефективність управління та потенціал для майбутнього розвитку. Це дозволяє формалізувати оціночні методи та проводити розрахунки на основі конкретних показників.

Проте, важливо враховувати, що цей підхід не враховує психологічний аспект даної проблеми. Інвестиційна привабливість також може бути суб'єктивною оцінкою інвесторів, їхніми уподобаннями, ризиковими настановами та довір'ям до підприємства. Психологічний аспект включає такі чинники, як імідж підприємства, репутація, стосунки з партнерами та інші неосяжні об'єктивними показниками чинники.

Загальний підхід до визначення інвестиційної привабливості, який поєднує об'єктивні фінансові показники та суб'єктивні оцінки інвесторів, може забезпечити більш повне розуміння цього поняття та дозволити більш об'єктивно оцінювати інвестиційні можливості підприємства.

Л. О. Чорна вносить важливий внесок до розуміння сутності поняття “інвестиційна привабливість підприємства” шляхом поєднання економічного змісту (інвестиції) з психологічною формою (привабливість). Відповідно до Л. О. Чорної, інвестиційна привабливість підприємства включає сукупність економіко-психологічних характеристик його фінансово-господарської діяльності. Ці характеристики повинні відповідати вимогам інвестора та забезпечувати досягнення ефекту від вкладень при відповідному рівні ризику.

Такий підхід підкреслює необхідність врахування не тільки економічних чинники, але й психологічних аспектів при оцінюванні інвестиційної привабливості підприємства. Інвестори, окрім фінансових показників, також враховують імідж, репутацію, відносини з партнерами та інші чинники, які можуть вплинути на їх рішення щодо вкладення коштів [44, с. 122].

Такий комплексний підхід доповнює економічний аспект інвестиційної привабливості підприємства психологічною формою, враховуючи індивідуальні вимоги та очікування інвесторів. Це дає можливість зробити більш точну та об'єктивну оцінку інвестиційних можливостей підприємства, збільшуючи й тим самим підвищуючи його привабливість для потенційних

інвесторів. При цьому, врахування психологічного аспекту дозволяє збільшити рівень довіри та впевненості інвесторів в успішності і стабільності підприємства.

Отже, інвестиційна привабливість підприємства, за поглядом Л. О. Чорної, є комплексною характеристикою, яка поєднує економічний і психологічний аспекти. Вона враховує як фінансові та управлінські показники підприємства, так і очікування та вимоги інвесторів [44, с. 125].

Аналіз різних трактувань поняття “інвестиційна привабливість підприємства” показує, що дослідження цієї проблеми не є завершеним і існують різні підходи до розкриття його змісту. Більшість визначень зосереджуються на фінансово-економічних аспектах, не звертаючи належної уваги на психологічну складову.

При визначенні поняття “інвестиційна привабливість підприємства” необхідно враховувати основні сутнісні характеристики:

1. Присутність подвійного ефекту. Це означає, що процес оцінки інвестиційної привабливості включає в себе взаємодію між двома сторонами – суб’єктом (наприклад, інвестором) і об’єктом інвестування (підприємством).

Суб’єктами можуть бути потенційні інвестори, які розглядають можливість вкладення капіталу в підприємство. Вони оцінюють фінансову потужність, ризики, рентабельність та інші чинники, які впливають на вигідність інвестиції.

Об’єктами інвестування є підприємства, які пропонують можливості для інвестицій. Вони повинні мати привабливі економічні показники, стабільність, перспективи розвитку та інші характеристики, які роблять їх привабливими для інвесторів.

Таким чином, процес оцінки інвестиційної привабливості підприємства передбачає взаємодію між суб’єктом і об’єктом інвестування, де обидві сторони оцінюють потенціал і вигідність інвестиції з власної перспективи.

2. Врахування вимог потенційних інвесторів. Високий рівень інвестиційної привабливості досягається шляхом досягнення консенсусу між

суб'єктами інвестиційного процесу щодо їхніх інтересів. Тому врахування вимог потенційних інвесторів є необхідною складовою визначення інвестиційної привабливості, оскільки задоволення їхніх вимог визначає високу оцінку підприємства з погляду його іміджу.

У виборі об'єкта інвестування суб'єктивна думка потенційного інвестора щодо того, наскільки даний об'єкт зможе допомогти йому досягти його цілей і в якій мірі, має визначальне значення. Інвестори будуть оцінювати перспективи розвитку підприємства, його конкурентні переваги, ризики та потенційну вигоду, яку вони можуть отримати від своїх інвестицій.

Отже, для досягнення високої інвестиційної привабливості підприємства важливо враховувати потреби та вимоги потенційних інвесторів.

3. Плідна взаємодія з потенційними інвесторами. Оцінка інвестиційної привабливості часто ґрунтується на суб'єктивних судженнях та розрахунках, які здійснюються з боку інвесторів. Тому на етапі формування механізмів, які забезпечують прозорість діяльності та управління інвестиційною привабливістю, важливо регулювати доступ інвесторів до цих механізмів та їх участь у контролі їх функціонування. Чим ширший доступ до цих механізмів, тим вище рівень інвестиційної привабливості об'єкту для інвесторів.

Створення прозорих та ефективних механізмів, які дозволяють потенційним інвесторам отримувати необхідну інформацію про підприємство та його діяльність, є ключовим елементом. Це може включати фінансову звітність, документацію про проекти та стратегії розвитку, а також можливість взаємодії з представниками підприємства. Підтримка прозорості і відкритості стимулює довіру інвесторів та підвищує їх бажання вкладати кошти в підприємство.

Узгодження інтересів інвесторів із механізмами управління та контролю також сприяє збільшенню інвестиційної привабливості підприємства.

4. Симбіоз фінансово-економічних і психологічних оцінок діяльності підприємства. Складання фінансово-економічних та психологічних оцінок діяльності підприємства сприятиме формуванню повної картини про нього для

власників та інвесторів. Цей симбіоз дозволить враховувати як кількісні показники, так і не кількісні чинники, що впливають на економічну стійкість та успішність підприємства. Фінансові дані, такі як доходи, витрати, активи та показники рентабельності, доповнюються психологічними аспектами, такими як репутація бренду, сприйняття споживачами, лояльність клієнтів та задоволеність персоналу. Це дозволяє отримати більш глибоке розуміння процесів, що відбуваються в підприємстві, та зробити більш об'єктивні рішення щодо інвестицій та розвитку.

5. Врахування перспектив розвитку підприємства. При визначенні інвестиційної привабливості підприємства інвесторам важливо враховувати його перспективи розвитку. В умовах постійних змін у зовнішньому середовищі, одним із основних завдань інвестора є вибір інвестиційних об'єктів, які мають найбільший потенціал для успішного розвитку. Це означає, що врахування перспектив підприємства є критично важливим чинником при прийнятті рішень про інвестування.

Оцінюючи перспективи розвитку підприємства, інвестори звертають увагу на різноманітні чинники, такі як стратегія підприємства, потенційні ринки збуту, інноваційність, конкурентні переваги та потенціал для розширення бізнесу. Важливо також аналізувати тенденції в галузі, в якій діє підприємство, макроекономічні умови та інші чинники, що можуть вплинути на її майбутній успіх.

Врахування перспектив розвитку підприємства допомагає інвесторам зробити обґрунтовані рішення, спрямовані на отримання максимальної вигоди з їхніх інвестицій. Врахування цього чинника дозволяє інвесторам прогнозувати потенційний ріст підприємства та ризики, пов'язані з її діяльністю, забезпечуючи більш об'єктивну оцінку інвестиційної привабливості підприємства.

Інвестиційна привабливість підприємства – це комплексна характеристика, що враховує економічні та психологічні аспекти, інтегрована взаємодія з потенційними інвесторами і сприяє досягненню позитивного ефекту

від інвестицій. Це визначення базується на потребах та очікуваннях інвесторів і забезпечує підприємству здатність привертати і залучати капітал для досягнення високої рентабельності та стабільного розвитку.

У літературі, що присвячена даному питанню, інвестиційну привабливість в основному розрізняють за кількістю рівнів, яка може бути від двох до чотирьох. Зокрема, В. О. Коюда виділяє чотири рівні: державний, галузевий, регіональний та підприємницький. І. О. Бланк та В. О. Ястремська розрізняють три рівні: макроекономічний (на рівні країни), мезоекономічний (на рівні галузі та регіону) і мікроекономічний (на рівні підприємства). З іншого боку, І. В. Нападовська пропонує всього два рівні: макрорівень (галузь економіки, регіони, держава) та мікрорівень (підприємства, окремі проекти та фінансові інструменти інвестування) [34, с. 97].

Ці різні рівні інвестиційної привабливості враховують різні масштаби оцінки. Макрорівень охоплює оцінку національного рівня та економічних умов в цілому. Мезорівень зосереджений на галузевих та регіональних чинниках, які впливають на інвестиційну привабливість. Мікрорівень зосереджений на конкретних підприємствах, проектах та фінансових інструментах.

Ця класифікація рівнів інвестиційної привабливості дозволяє зрозуміти, що оцінка привабливості може проводитися на різних рівнях, залежно від контексту інвестиційних рішень. Кожен рівень враховує свої унікальні аспекти, які впливають на інвестиційну привабливість об'єкта оцінки. На макрорівні, оцінюються загальні економічні умови, стабільність політичної ситуації, правова система та рівень розвитку інфраструктури країни. Мезорівень досліджує галузеві чинники, такі як перспективи ринку, наявність конкурентних переваг та підтримка з боку держави. На мікрорівні аналізується фінансовий стан підприємства, якість його управління, інноваційний потенціал та можливості для майбутнього зростання.

Враховання різних рівнів інвестиційної привабливості дозволяє інвесторам здійснювати більш об'єктивну оцінку ризиків та перспектив розвитку. Це також сприяє формуванню комплексного уявлення про

привабливість підприємства з різних перспектив і допомагає прийняти краще обгрунтовані інвестиційні рішення.

Зазначена класифікація рівнів інвестиційної привабливості є лише одним підходом до розуміння цього поняття. В реальних умовах ринку можуть використовуватись і інші подібні класифікації, які додатково диференціюють інвестиційну привабливість залежно від специфіки ситуації та потреб інвесторів.

I. В. Нападовська пропонує розглядати класифікацію інвестиційної привабливості з позицій суб'єктів, які можуть оцінювати її для управління та прийняття рішень. Вона виділяє наступні аспекти інвестиційної привабливості:

1. Інвестиційна привабливість для самого підприємства. Підприємство має оцінити свої можливості та шанси у залученні капіталу порівняно з конкурентами. Воно повинне зрозуміти свої сильні та слабкі сторони, а також ідентифікувати вільні кошти та потенційні вигідні напрямки для інвестування.

Підприємство також може бути об'єктом інвестування для інших суб'єктів. Це означає, що йому необхідно представити свою привабливість та переконати потенційних інвесторів у вигідності своїх можливостей. При цьому важливо враховувати конкурентне середовище та знати, як позиціонуватися порівняно з іншими варіантами інвестування.

Отже, зазначена класифікація інвестиційної привабливості підкреслює, що підприємство може одночасно виступати як об'єкт та суб'єкт інвестування. Врахування цих двох аспектів допомагає зрозуміти, як саме підприємство може бути привабливим для інших суб'єктів, а також оцінити його власні перспективи та можливості.

2. Інвестиційна привабливість для власників тимчасово вільного капіталу: Це охоплює потенційних кредиторів та інвесторів, які порівнюють різні варіанти вкладення капіталу та обирають найбільш ефективний з них. Вони оцінюють потенційні вигоди, які можуть отримати від різних вкладень.

3. Інвестиційна привабливість для групи конкуруючих інвесторів, які знаходяться у конкурентній боротьбі за можливість вкласти свій капітал у

“найкраще” підприємство. Ця конкуренція спонукає їх оцінювати різні аспекти інвестиційної привабливості та здійснювати вибір, спрямований на досягнення максимальних результатів і реалізацію своїх цілей. Для цього вони уважно аналізують фінансову стійкість, ринкову потенційну вигоду, технічний потенціал та інші ключові чинники, що сприяють максимальній реалізації їхніх інвестиційних цілей та приносять найбільшу вигоду.

4. Для держави, яка має двохгранну зацікавленість. По-перше, вона прагне досягти розширеного відтворення й оптимального фінансування національної економіки, що сприяє стійкому економічному зростанню та підтримці соціального благополуччя. По-друге, вона зацікавлена у передбачуваному розвитку певних галузей, що дозволяє їй здійснювати свої регулятивні функції. Держава оцінює інвестиційну привабливість підприємств з позиції їх внеску у загальну економіку, спроможності забезпечити розвиток пріоритетних галузей та створення робочих місць, а також відповідності регулятивним політикам та стратегіям держави [35, с. 47].

Отже, розглядаючи інвестиційну привабливість з цих позицій, ми враховуємо інтереси різних суб'єктів, таких як власники капіталу, конкуруючі інвестори та держава. Кожна з цих сторін враховує свої власні цілі та вимоги при оцінці інвестиційної привабливості підприємства. Врахування цих різних перспектив і потреб сприяє формуванню комплексної та об'єктивної оцінки, яка дозволяє зробити кращі управлінські рішення щодо інвестування.

Врахування інвестиційної привабливості з позицій різних суб'єктів також відображає важливість взаємодії і співпраці між ними. Підприємства повинні знати, як збільшити свою інвестиційну привабливість, щоб привернути потенційних інвесторів та кредиторів. Зі свого боку, інвестори та кредитори мають бути здатні визначити найбільш перспективні та ефективні можливості для свого капіталу. Така взаємодія і співпраця стимулюють розвиток інвестиційного клімату та створюють вигідні умови для обох сторін.

Отже, інвестиційна привабливість підприємства може бути розглянута з різних рівнів і з позицій різних суб'єктів. Це дозволяє отримати більш повне та

об'єктивне уявлення про потенційні можливості підприємства та забезпечити успішні інвестиційні рішення.

З метою кращого уявлення про інвестиційну привабливість підприємства, автором було деталізовано класифікацію цього поняття. Відповідно до цього, ми пропонуємо наступні ознаки, які можуть бути використані для класифікації інвестиційної привабливості підприємства:

1. З точки зору суб'єктів оцінки, інвестиційна привабливість може мати різні аспекти та значення. Наприклад, для самого підприємства, яке може виступати як об'єкт і суб'єкт інвестування, важливо оцінювати свої шанси на залучення капіталу порівняно з конкурентами та розуміти свої сильні та слабкі сторони. Для власників тимчасово вільного капіталу, таких як потенційні кредитори та інвестори, інвестиційна привабливість оцінюється в контексті вигідності різних варіантів вкладення капіталу і вибору найбільш ефективного. Також, для групи конкуруючих інвесторів, інвестиційна привабливість підприємства визначається у контексті змагання за право вкладення свого капіталу в найбільш перспективне підприємство, яке допоможе досягти їхніх цілей.

З позицій держави, інвестиційна привабливість підприємства має два аспекти. По-перше, вона пов'язана з розширеним відтворенням та оптимальним фінансуванням національної економіки, що допомагає до передбачуваного розвитку певних галузей і забезпечення регулятивних функцій держави. Державі важливо стимулювати інвестиційну активність та залучення капіталу для забезпечення стійкого економічного зростання та соціального розвитку.

Отже, ознака інвестиційної привабливості підприємства з позицій суб'єктів оцінки враховує різні сторони його привабливості для самого підприємства, власників капіталу, конкуруючих інвесторів та держави. Це важливий аспект управління інвестиціями, оскільки різні суб'єкти мають власні цілі та очікування щодо ефективності та перспектив підприємства. Розглядання інвестиційної привабливості з різних перспектив дозволяє отримати більш об'єктивну та повну картину про підприємство і сприяє прийняттю кращих управлінських рішень.

2. За типом інвестора. Одна з важливих ознак, яку можна використовувати для класифікації інвестиційної привабливості підприємства, є тип інвестора, який розглядає його як об'єкт інвестування. Врахування цієї ознаки базується на тому, що різні типи інвесторів мають власні вимоги та критерії оцінки привабливості підприємства, і, відповідно, різні управлінські заходи можуть бути прийняті для поліпшення цих характеристик.

Наприклад, фінансові інститути можуть акцентувати увагу на фінансовій стійкості та доходності підприємства, враховуючи ризикованість інвестицій. У той же час, стратегічні інвестори можуть бути зацікавлені в потенціалі розвитку, інноваційних можливостях та синергетичних ефектах.

Врахування типу інвестора у класифікації інвестиційної привабливості підприємства допомагає налаштувати управлінські дії залежно від потреб та очікувань конкретних інвесторів. Це сприяє підвищенню привабливості підприємства в очах різних типів інвесторів та забезпечує більш ефективну комунікацію та співпрацю між сторонами.

3. За часовим горизонтом оцінювання. Одним із важливих аспектів класифікації інвестиційної привабливості підприємства є часовий горизонт оцінювання. Оскільки інвестиційні рішення зазвичай мають довгостроковий вплив і інвестори розглядають інвестиції як довгостроковий актив, оцінка привабливості підприємства повинна враховувати як поточний стан, так і майбутні перспективи.

Класифікація за часовим горизонтом оцінювання дозволяє встановити, наскільки привабливе підприємство в даний момент часу, а також визначити його потенційні можливості та перспективи на майбутнє. Це дає змогу розробити стратегію та програму дій для поліпшення інвестиційної привабливості на основі прогнозованих результатів.

При оцінці на поточний час можуть використовуватися такі показники, як фінансові показники підприємства, стан ринку, конкурентоспроможність, репутація тощо. У той же час, оцінка майбутніх перспектив може базуватися на аналізі розвитку галузі, технологічних тенденцій, інноваційного потенціалу підприємства та інших чинників.

Класифікація інвестиційної привабливості підприємства за часовим горизонтом оцінювання допомагає інвесторам та управлінцям отримати більш повне уявлення про перспективи та можливості підприємства на різних етапах його розвитку.

4. За підходом до проведення оцінювання. Оцінка інвестиційної привабливості підприємства може бути здійснена з різних підходів, враховуючи характер впливу на процес прийняття рішення про інвестування. Оскільки інвестиційна привабливість має як об'єктивні, так і суб'єктивні складові, запропоновано класифікувати її критерії залежно від цього підходу.

Об'єктивні критерії оцінювання ґрунтуються на конкретних та вимірюваних показниках, таких як фінансові показники, потенційне зростання, наявність технологічних переваг тощо. Ці критерії надають об'єктивну інформацію про потенційні результати інвестицій та економічну стабільність підприємства.

Суб'єктивні критерії оцінювання враховують особисті вподобання, досвід, репутацію, оцінку ризиків та інші суб'єктивні чинники, які можуть вплинути на рішення про інвестування. Ці критерії відображають особистий вигляд інвестора на підприємство та його сприйняття ризиків та можливостей.

Класифікація інвестиційної привабливості за підходом до проведення оцінювання дозволяє враховувати як об'єктивні, так і суб'єктивні аспекти, що дозволяє отримати більш повну картину про привабливість підприємства для інвесторів. Залежно від підходу, можуть бути використані різні методи і критерії для оцінювання інвестиційної привабливості підприємства. Наприклад, об'єктивний підхід може використовувати методи фінансового аналізу, порівняння з конкурентами, аналіз ринку та інші кількісні методи для оцінки фінансової стійкості, прибутковості та потенціалу зростання підприємства. З іншого боку, суб'єктивний підхід може залучати експертні оцінки, опитування інвесторів, аналіз репутації та довіри до керівництва підприємства для визначення його привабливості.

Ця класифікація дозволяє враховувати різні аспекти інвестиційної привабливості підприємства та залежно від підходу обрати відповідні методи

оцінювання. Врахування об'єктивних та суб'єктивних критеріїв дозволяє забезпечити більш повну та реалістичну оцінку інвестиційної привабливості підприємства, що сприяє прийняттю кращих управлінських рішень щодо його розвитку та залучення інвестицій.

5. За метою оцінювання. Додатковою класифікаційною ознакою для оцінювання інвестиційної привабливості підприємства є його мета або ціль. Це означає, що оцінювання може проводитися з різних позицій відповідно до цілей інвесторів або стейкхолдерів [35, с. 33].

Залежно від мети оцінювання, можна виділити такі категорії:

Інвестиційна привабливість для фінансових інвесторів: ця категорія орієнтована на оцінку потенційного доходу, прибутковості та ризиків інвестування для фінансових інвесторів, таких як акціонери, власники облігацій або фонди.

Інвестиційна привабливість для стратегічних інвесторів: ця категорія фокусується на оцінці потенційних синергій, розвитку нових ринків або технологій, відповідності стратегії підприємства до стратегічних цілей інвестора.

Інвестиційна привабливість для соціальних інвесторів: ця категорія орієнтована на оцінку впливу підприємства на соціальну та екологічну сфери, зокрема оцінюються соціальна відповідальність, сталий розвиток, екологічна ефективність тощо.

Ця класифікація дозволяє зорієнтувати оцінювання інвестиційної привабливості підприємства на конкретні цілі та очікування різних типів інвесторів. Кожна категорія враховує специфіку потреб інвесторів і надає засновникам підприємства змогу підібрати оптимальні стратегії та ресурси для привернення потрібного типу інвесторів.

Загалом, узагальнена класифікація інвестиційної привабливості підприємства, що враховує різні ознаки, включаючи позицію суб'єктів оцінювання, тип інвестора, часовий горизонт оцінювання, підхід до проведення оцінювання та мету оцінювання, дає комплексний погляд на інвестиційну

привабливість підприємства. Ця класифікація допомагає зрозуміти різні аспекти інвестиційної привабливості і використовувати їх для прийняття управлінських рішень та залучення потрібних інвесторів.

В загальному вигляді наведена класифікація інвестиційної привабливості підприємства представлена на рис.1.1.

На рівні підприємства інвестиційна привабливість визначається рядом чинників, що відображають його економічний стан і здатність привернути інвестиції. Основні чинники, що враховуються при оцінці інвестиційної привабливості підприємства, включають:

1. Економічний стан. Це включає фінансову стійкість підприємства, його прибутковість, рентабельність та фінансові показники, такі як прибуток, оборотність активів, рентабельність капіталу. Сильний економічний стан підприємства збільшує його привабливість для потенційних інвесторів.

2. Ліквідність. Це здатність підприємства швидко перетворити свої активи на готівку. Висока ліквідність свідчить про фінансову стабільність та готовність підприємства забезпечувати повернення інвестицій.

3. Фінансова стійкість. Це здатність підприємства забезпечувати свої фінансові зобов'язання та уникати фінансових проблем. Висока фінансова стійкість підприємства збільшує його привабливість для інвесторів.

4. Ринкове середовище. Аналіз ринкових умов, конкуренції та можливостей росту на відповідному ринку впливає на інвестиційну привабливість підприємства. Ринкова потенційна величина та рівень конкуренції впливають на дохідність та перспективи розвитку підприємства.

5. Кваліфікація працівників та персоналу. Рівень кваліфікації та професійних навичок працівників впливає на продуктивність та ефективність підприємства. Висока кваліфікація працівників сприяє розробці та реалізації інноваційних проєктів, що збільшує ймовірність успішних інвестицій.

6. Платоспроможність. Здатність підприємства вчасно та повністю погашати свої зобов'язання впливає на його інвестиційну привабливість. Висока платоспроможність гарантує низький ризик для інвесторів.

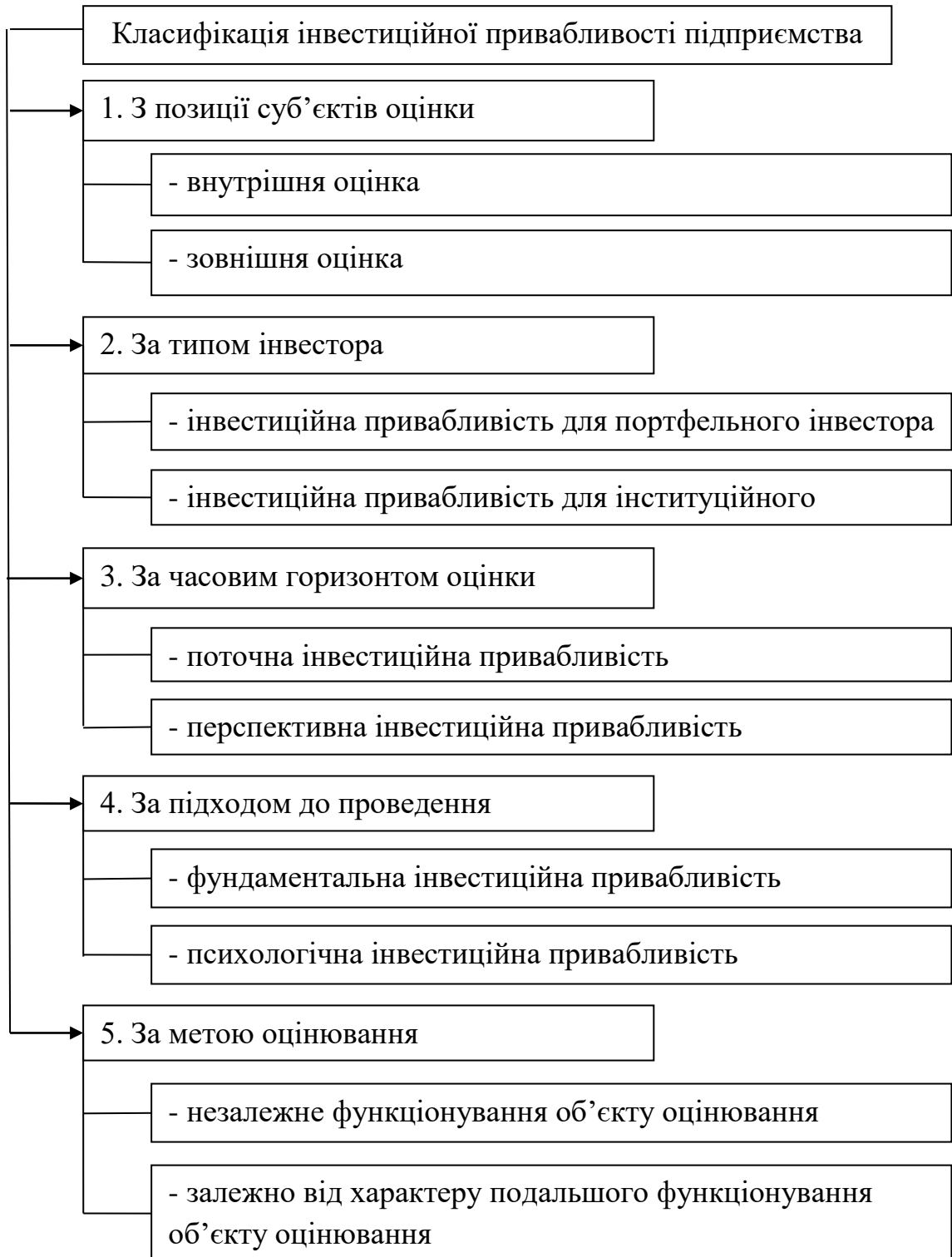


Рис. 1.1 – Класифікація інвестиційної привабливості підприємства за основними ознаками.

7. Матеріальне забезпечення інвестицій. Доступність матеріальних ресурсів, обладнання та інфраструктури для здійснення інвестиційних проєктів

впливає на їх привабливість. Наявність необхідних ресурсів та інфраструктури сприяє успішному здійсненню інвестиційних проектів.

8. Готовність до сприйняття інвестицій. Це включає прозорість фінансової звітності та відкритість для інвесторів. Підприємство, яке має відповідну організацію та систему управління, готове прийняти інвестиції, збільшує свою привабливість для потенційних інвесторів [29, с. 113].

Ці чинники враховуються при оцінці інвестиційної привабливості підприємства, що допомагає визначити його потенціал та здатність залучати інвестиції. Це дає інвесторам уявлення про стан і можливості підприємства, а також допомагає підприємству самостійно оцінити свою привабливість з метою привернення інвестицій. Інвесторам важливо мати достовірну інформацію про фінансові показники, ринкову позицію, потенційний ріст та конкурентоспроможність підприємства, щоб прийняти обґрунтоване рішення щодо інвестування.

Оцінка інвестиційної привабливості підприємства є складним процесом, що вимагає уважного аналізу різних чинників та їх взаємозв'язку. Враховуючи перераховані чинники, інвестори можуть зробити об'єктивну оцінку потенціалу підприємства та визначити його привабливість для власних інвестиційних потреб.

Найкращим підходом до оцінки інвестиційної привабливості підприємства є комплексний підхід, який поєднує кілька класифікаційних ознак, таких як фінансовий стан, ринкова позиція, кваліфікація персоналу та інші. Це дозволяє забезпечити повну картину інвестиційного потенціалу підприємства та сприяти прийняттю обґрунтованих рішень щодо інвестування.

Оцінка інвестиційної привабливості підприємства включає широкий фінансовий аналіз його діяльності. Фінансові показники відіграють важливу роль в цьому процесі, оскільки вони свідчать про фінансове здоров'я та ефективність підприємства.

Досягнення задовільних фінансових показників може призвести до високих витрат на залучення капіталу, оскільки інвестори будуть оцінювати

підприємство як більш ризикове. Навпаки, добрі фінансові показники збільшують інвестиційну привабливість підприємства, оскільки інвестори будуть більш схильні надавати фінансування на сприятливіших умовах.

Під час фінансового аналізу розглядаються різні аспекти діяльності підприємства, проте для оцінки його інвестиційної привабливості особливу увагу приділяють таким показникам, як оборотність активів, прибутковість капіталу, фінансова стійкість та ліквідність. Ці показники відображають ефективність використання активів, здатність генерувати прибуток, фінансову стабільність та готовність підприємства забезпечити свої фінансові зобов'язання.

Аналіз цих фінансових показників дозволяє інвесторам отримати об'єктивну оцінку фінансового стану підприємства, визначити його здатність до залучення капіталу та ризику, пов'язані з інвестуванням.

1.2 Методологія і методика дослідження, аналізу та визначення економічної ефективності інвестицій

Методологічна та теоретична основа проведених досліджень ґрунтується на застосуванні діалектичного підходу та принципів системності, комплексності і послідовності. Цей підхід використовується для розуміння об'єктивних законів суспільного розвитку в контексті економічних процесів та явищ.

В дослідженнях використовуються фундаментальні теоретичні роботи і прикладні розробки, які були зроблені вітчизняними та зарубіжними вченими щодо формування основ багатокладної економіки в умовах ринку та інвестування агропромислового комплексу.

Це дозволяє розглядати економічні процеси і явища з різних сторін, враховуючи взаємозв'язки і взаємодію різних чинників. Підходами системності, комплексності і послідовності забезпечується глибоке аналізування економічної дійсності та розуміння її складних взаємозв'язків.

Для проведення досліджень було використано методологію, яка базується на діалектичному підході до вивчення явищ. Цей підхід передбачає розгляд усіх аспектів суспільного життя як взаємодії та взаємозв'язку, враховуючи їх розвиток, зникнення старих і появу нових форм зв'язку. В процесі дослідження було застосовано діалектичний підхід для аналізу досвіду розвитку інвестицій в агропромисловому комплексі та диверсифікації економічних взаємовідносин у цьому секторі.

В ході дослідження проблеми ефективності інвестування, звертається увага на конкретні економічні умови та поточний стан економіки, політики і соціальної ситуації в країні. Розвиток економічних явищ здійснюється згідно з загальним законом діалектики, який передбачає перетворення кількісних змін у якісні, що є результатом нагромадження кількісних змін.

Ігнорування цього принципу при вивченні проблеми ефективності іноземних інвестицій може мати негативні наслідки, такі як недооцінка значення такої форми економічної діяльності та заниження економічної доцільності розробки програм підтримки для розвитку цієї сфери. Це може призвести до невідповідності реальним потребам і необхідним заходам для перспективного розвитку, створюючи загрозу значного зростання дефіциту ресурсів і джерел їх покриття в Україні.

Використання методологічного підходу, що базується на вивченні причинно-наслідкових зв'язків у розвитку економічних явищ, дало змогу отримати науково обґрунтовані та достовірні результати і висновки щодо основних шляхів подальшого розвитку інвестування в агропромисловому комплексі дослідженого регіону. Такий підхід також дозволив правильно оцінити конкретні аспекти розвитку цього процесу і сприяти підвищенню його економічної ефективності в цьому секторі [30, с. 117].

Порівняння різних поглядів і теорій з використанням фактичного матеріалу, накопиченого протягом багатьох років, дозволило встановити зв'язок і взаємозумовленість між різними чинниками об'єктивного і суб'єктивного характеру. Ці чинники виявляються у виробничих ресурсах,

джерелах і обсягах інвестування, а також у структурі виробничих витрат і результатів господарювання в різних соціально-економічних умовах. Все це пов'язане з формами і характером економічних взаємин у різних організаційних типах виробничих процесів.

У цьому дослідженні були опрацьовані праці вчених-економістів, таких як Т. Арбузова, В. Андрійчук, Ю. Бендерського, І. Бланка, В. Войцеховського, О. Гаврилюка, П. Гайдуцького, Р. Слав'юка, Г. Черевка. Вони розглянули значний фактичний матеріал і зробили відповідні висновки, а також надали рекомендації щодо розвитку інвестування в аграрний сектор України і підвищення його ефективності.

Проте жодна зі згаданих праць вчених не може претендувати на повноту та остаточність у вирішенні всього комплексу важливих питань, пов'язаних із досліджуванним явищем. Особливо це стосується ситуації з низькими темпами зростання іноземного інвестування, що спостерігаються в умовах зростаючого дефіциту ресурсів та обмежених джерел його фінансування.

Необхідно розуміти, що ці праці є лише початковим кроком у вивченні даної проблеми, і для повного розуміння всіх аспектів та надання конкретних рекомендацій стосовно розвитку інвестування в аграрний сектор, потрібно проводити подальші дослідження. Особливо важливо врахувати складні умови, з якими стикається сучасна економіка, включаючи зменшення ресурсів та обмеженість їх доступу.

Використання фактичного матеріалу в процесі вивчення досліджуваної проблеми має велике значення для досягнення поставлених цілей і завдань. Це використання ґрунтується на використанні відповідної методології дослідження [30, с. 124].

У вивченні можливостей вирішення проблеми розвитку інвестування та підвищення його ефективності в агропромисловому комплексі, одним із центральних методів є метод наукової абстракції. Абстрагування використовується для формування економічних понять і категорій, багато з яких не можуть бути безпосередньо спостережені, і для проникнення в область цих явищ необхідне застосування наукового методу.

Якщо прибуток, отриманий в результаті господарської діяльності, є очевидним і доступним для спостереження, то економічна ефективність зміни форми власності або організаційної структури не може бути визначена без застосування наукового методу. Те саме стосується визначення економічної ефективності від використання інвестицій, яка є складною і має багато аспектів. Цю ефективність можна розглядати на різних рівнях – в межах підприємства, галузі, регіону, країни-інвестора, і виявити її потребує наукового підходу.

В процесі дослідження використовувалися метод наукової абстракції, метод синтезу та аналізу для обґрунтування визначення інвестицій та інвестування, їх класифікації, а також для вивчення чинників, що впливають на ефективність інвестування та на рівень інвестиційної привабливості регіону чи господарства. Ці методи також використовувалися для дослідження структури різних явищ, наприклад, витрат на виробництво продукції та процесів використання ресурсного потенціалу господарств.

За допомогою методу наукової абстракції, дослідники змогли виділити суттєві аспекти інвестицій та інвестування, враховуючи їх економічну сутність. Застосування методу синтезу дозволило поєднати різноманітні аспекти та скласти комплексне уявлення про досліджувані явища. Аналіз використовувався для детального розгляду структури та взаємозв'язків між елементами досліджуваних процесів.

В результаті проведеного дослідження, з використанням зазначених методів, були отримані обґрунтовані визначення і класифікація інвестицій та інвестування, а також систематизована інформація про чинники, що впливають на ефективність інвестування та рівень привабливості регіонів або господарств. Також були вивчені структури та процеси, пов'язані з виробництвом продукції та використанням ресурсного потенціалу в досліджуваних господарствах.

Зрозуміло, що як експериментальні, так і теоретичні дослідження, які використовувалися раніше, стають неприйнятними для аналізу та прогнозу розвитку агропромислового комплексу в нових умовах. В цьому контексті системний підхід стає основою для нового способу аналізу. Системний підхід

означає розгляд соціально-економічних та екологічних проблем АПК як цілісності та нерозривності об'єкта управління, його цілей, методів управління, а також методів і засобів моніторингу.

Системний підхід в аналізі реалізується за допомогою інструментів, таких як системний аналіз і методи моделювання, включаючи математичні. Вони дозволяють вивчити досліджуване явище з різних перспектив, аналізувати взаємозв'язки та вплив різних чинників.

Особливо важливо проводити дослідження на регіональному рівні, оскільки регіональний агропромисловий комплекс є місцем, де виникають багато проблем. Без глибокого розуміння процесів, які відбуваються в регіональних агропромислових комплексах, неможливо розробити ефективну програму для подолання аграрних криз та забезпечення продовольчої безпеки.

Один із ефективних методів аналізу полягає у порівнянні потенційних результатів з реально досягнутими. Фактична ефективність визначається на основі фізичних, технічних, технологічних можливостей, що забезпечуються наявними виробничими ресурсами, такими як обладнання, матеріали, робоча сила, рівень енергетичного забезпечення тощо. Потенційний рівень ефективності визначається як те, що може бути досягнуто при належному збалансуванні чинників виробництва на основі досягнень науково-технічного прогресу [30, с. 129].

Виявлення недоліків і невідповідностей в системі стає наступним етапом аналізу після визначення рівня економічної ефективності використання інвестиційних ресурсів та функціонування галузі або підприємства. Під час цього етапу ідентифікуються диспропорції та “вузькі місця” в системі, які мають найменшу можливість для ефективної участі у виробничому процесі, що в результаті знижує рівень економічної ефективності використання отриманих обсягів інвестицій.

Виявлення вузьких місць в системі досліджуваного об'єкта є останнім етапом аналізу, після чого можна приступити до розробки рекомендацій щодо їх усунення у встановленому пріоритетному порядку.

Системний підхід до проведення аналізу включає в себе комплексний характер досліджень, що означає розгляд досліджуваного об'єкта у цілому з урахуванням його властивостей, структури і розвитку, а також вирішення взаємопов'язаних завдань та досягнення відповідних результатів. Комплексність досліджень забезпечується за допомогою системного моделювання економічних явищ. Комплексний аналіз охоплює моделі, методи, нормативи та програми, які дозволяють проводити аналіз стану досліджуваного об'єкта на рівні регіону, району або підприємства, визначати резерви його ефективності і можливі перспективи розвитку.

Метою комплексного аналізу ефективності інвестування є виявлення резервів підвищення ефективності виробництва шляхом взаємопов'язаного вивчення економічних процесів і явищ, визначення чинників ефективності інвестування та вимірювання їх впливу, визначення ефекту від інвестування для інвестора, порівняльної оцінки ефективності інвестицій для отримувача та донора.

Традиційні методики розрахунку ефективності інвестицій, що застосовуються в більшості випадків, в деяких випадках не є комплексними і не враховують умови ринкової економіки. З метою підвищення рівня комплексності методики визначення ефективності інвестицій, запропоновані розробки окремих аспектів таких розрахунків, що ґрунтуються на практиці оцінки ефективності інвестицій в зарубіжній економіці.

В сучасних умовах традиційна методика розрахунку ефективності інвестицій, яка застосовується у більшості випадків, іноді не дає необхідних результатів через свою некомплексність та недостатнє врахування ринкових умов. З метою підвищення рівня комплексності методики визначення ефективності інвестицій, розробляються нові підходи, які базуються на зарубіжних практиках оцінки ефективності інвестицій і включають в себе окремі аспекти та елементи цих розрахунків.

1.3 Методика оцінки інвестиційної привабливості підприємства

Підвищення інвестиційної привабливості підприємств є невід'ємною умовою для досягнення ефективного економічного розвитку будь-якого суб'єкта господарювання. Це стосується як залучення іноземних інвестицій, так і міжрегіонального перерозподілу інвестиційних ресурсів. У зв'язку зі становленням ринкових відносин, дослідження інвестиційної привабливості стало широко поширеним напрямом у науковій літературі.

У кожному дослідженні важливо використовувати комплекс відповідних методів. Саме слово “метод” означає шлях дослідження і вчення. Метод – це широке поняття, яке охоплює різноманітні шляхи, способи і засоби пізнання дійсності. Він включає в себе систему взаємопов'язаних принципів і методів дослідження процесів, явищ і предметів як у природі, так і в суспільстві.

Методологія наукового пізнання визначає вибір конкретних методів дослідження. Вона є наукою про принципи, форми і способи побудови наукового знання про дійсність. Це центральне поняття в розвитку будь-якої науки або окремого дослідження, оскільки вона визначає принциповий підхід до вивчення явищ господарського життя [32, с. 121].

Методологія є комплексною системою різноманітних методів, засобів і прийомів наукового пізнання, таких як принципи, закони і категорії. Вона представляє собою науку або вчення про цю систему, яка включає в себе принципові підходи, основні принципи та теоретичні основи дослідження [9, с. 43].

Метод економічної теорії представляє собою спосіб дослідження системи економічних відносин і їх взаємодії з розвитком продуктивних сил. Він базується на принципах діалектики та включає систему економічних законів та категорій, що описують цю взаємодію та процеси мисленого відтворення у теорії.

Одним із основних складових методу економічної теорії є використання філософських принципів. При написанні кваліфікаційної роботи дотримувалися

таких філософських принципів, як матеріалізм, розвиток, саморух, відображення, суперечність, детермінізм, взаємодія та об'єктивність. Філософські категорії, такі як кількість і якість, сутність і явище, зміст і форма, використовувалися як інструменти для економічного дослідження.

Варто відмітити, що в процесі дослідження економічних явищ не можна використовувати довільну систему методів і прийомів. Ця система методів і прийомів повинна відповідати об'єктивним законам розвитку самої дійсності, які включають закони діалектики, що відображають закони розвитку природи, суспільства і мислення.

При дослідженні економічних явищ необхідно враховувати діалектичні принципи, категорії і закони. Відповідно до цих принципів, всі аспекти суспільного життя розглядаються як взаємодіючі та взаємопов'язані в процесі розвитку, з врахуванням занепаду старих і виникнення нових форм зв'язку. Тому, у нашому дослідженні, ми використовуємо діалектичний метод пізнання економічних явищ та теоретичних засад, які були викладені у працях вітчизняних та зарубіжних вчених-економістів, що стосуються інвестиційної привабливості.

При підготовці кваліфікаційної роботи було використано різноманітні загальнонаукові і специфічні методи. У цьому дослідженні застосовується методика, яка ґрунтується на використанні монографічного методу. З його допомогою проведено аналіз підходів до розуміння суті інвестиційної привабливості агропромислових підприємств та виявлено чинники, що визначають її рівень в умовах економічної кризи в Україні.

Для проведення глибокого та комплексного аналізу проблеми забезпечення інвестиційної привабливості були використані такі загальнонаукові методи, як індукція, дедукція, аналіз та синтез. Ці методи допомогли систематизувати та узагальнити отриману інформацію та дозволили отримати глибше розуміння розглянутої проблеми.

Застосування цих методів дослідження дало змогу підійти до аналізу інвестиційної привабливості з різних перспектив, розглянути різні аспекти її впливу та виявити ключові чинники, що впливають на цей показник.

Індукція – це процес міркування, за яким на підставі наявних даних і спостережень формується припущення про істинність певного висновку, хоча це припущення не є абсолютно впевненим.

Дедукція – це процес логічного виведення висновку, який є гарантованим, якщо вихідні припущення є істинними і вивід заснований на цих припущеннях.

Аналіз означає детальне розчленування об'єкта пізнання на окремі складові частини та вивчення їх взаємозв'язку. Синтез, натомість, передбачає поєднання абстрагованих складових частин об'єкта для утворення цілісного уявлення про нього. Синтез та аналіз є важливими методами вивчення об'єкта, оскільки дозволяють розглядати його як єдине ціле і розкривати взаємозв'язки між його складовими елементами.

Ми знаємо, що нові наукові відкриття та накопичені знання постійно взаємодіють з уже існуючими. Краще та прогресивне з минулого переходить у нове, що надає йому силу та ефективність. Іноді забуте з минулого відроджується на новій науковій основі та отримує друге життя у більш досконалії формі. З цією метою, ми використовували історичний метод для вивчення історичного досвіду, аналізу та оцінювання історичних подій, фактів та попередніх теорій у контексті їх виникнення, становлення та розвитку.

В будь-якому теоретичному дослідженні необхідно провести опис, аналіз та уточнення термінологічного апарату, що використовується в конкретній галузі науки. Принцип термінології передбачає аналіз історії термінів та їх значень, розробку або уточнення визначень та обсягу понять, встановлення взаємозв'язків та ієрархії між поняттями та їх розміщення в концептуальному апараті теорії, на основі якої проводиться дослідження. Для вирішення цього завдання було використано метод термінологічного аналізу та метод операціоналізації понять, що застосовувалися під час дослідження теоретичних засад маркетингового та фінансового забезпечення інвестиційної привабливості. Додатково, було застосовано метод критичного аналізу наукових і методичних джерел [1, с. 57].

При вивченні виробничого потенціалу та фінансового стану підприємства були використані статистичні та математичні методи.

Для оцінки впливу маркетингової діяльності на фінансову стійкість були використані методи традиційної логіки, такі як метод подібностей, метод різниць, метод змін, метод залишків.

Також були використані такі методи, як статистичні групування, розрахунково-конструктивний метод, метод порівняльного аналізу, абстрактно-логічний метод і метод абстрагування.

Застосування системного і комплексного підходів у написанні роботи забезпечує всебічне дослідження інвестиційної привабливості.

При виборі методу дослідження слід завжди пам'ятати, що потрібно враховувати не окремі факти, а всю сукупність фактів, пов'язаних з досліджуваною проблемою. Тому аналіз методики оцінки інвестиційної привабливості підприємства, проведений під час написання кваліфікаційної роботи, почався з огляду поглядів вчених на цю проблему.

Вивчення економічної літератури показало, що основною проблемою є відсутність універсального підходу до оцінки інвестиційної привабливості. Оцінка інвестиційної привабливості є процесом, під час якого потенційний інвестор здійснює остаточний вибір щодо прийняття рішення про вкладення коштів у конкретне підприємство. Цей процес враховує надійність об'єкта інвестування та можливість отримання максимального прибутку. Під час проведення оцінки інвестиційної привабливості можна скористатись різноманітними моделями і методами, включаючи "Методику інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємств і організацій". Ця методика ґрунтується на визначенні інтегральної оцінки інвестиційної привабливості і дозволяє інвестору провести комплексну оцінку поточного стану підприємства. Однак, важливо зазначити, що вона не враховує майбутніх перспектив розвитку даного суб'єкта господарювання [7, с. 125].

Г.В. Черевко, пропонує підхід до оцінки інвестиційної привабливості підприємства, який включає два етапи. Перший етап передбачає аналіз

економічної спроможності емітента цінних паперів, де досліджуються фінансові показники і здатність підприємства генерувати прибуток. Другий етап полягає в оцінці ризику та дохідності акцій підприємства на ринковому обороті. Цей підхід дозволяє здійснити комплексну оцінку, враховуючи фінансову стійкість та потенційну дохідність акцій підприємства на ринку.

Він пропонує оцінювати активи підприємства за їх справедливою (ринковою) вартістю, що відображає реальну ціну підприємства та його активів. Під реальною (ринковою) вартістю підприємства та його активів мається на увазі сума грошей, яку можна отримати від продажу активів або підприємства в цілому протягом певного обмеженого періоду [44, с. 160].

Науковці О. Ф. Балацький, О. М. Теліженко розробляють систему, що базується на експертному рейтингуванні, для оцінки ступеня привабливості регіону для інвестицій. Розроблена система експертно-рейтингового оцінювання ґрунтується на складанні рейтингу регіону, використовуючи експертні оцінки та показник “дистанції віддалення від еталону” для визначення інвестиційної привабливості регіону. Ця система враховує інтереси різних груп інвесторів [3, с. 28].

С. С. Донцов пропонує використовувати надійність цінних паперів підприємства як показник для оцінки його інвестиційної привабливості [3, с. 44].

Підсумовуючи, слід зазначити, що вищезгадані методи оцінки інвестиційної привабливості не ураховують галузеву специфіку підприємств, що може призвести до значних відхилень у фактичних результатах порівняно з проаналізованими.

Цей факт, разом з проблемними ситуаціями для інвесторів і самого підприємства, що виникають через різноманіття методів, наочно демонструє необхідність розробки та упровадження єдиної комплексної методології оцінки інвестиційної привабливості підприємства.

Оцінка інвестиційної привабливості здійснюється з метою визначення поточного стану підприємства та його перспектив розвитку, розробки заходів з

підвищення інвестиційної привабливості, залучення інвестицій у відповідних обсягах, відповідно до рівня інвестиційної привабливості, та отримання комплексного позитивного ефекту від інвестування залученого капіталу.

У процесі дослідження інвестиційної привабливості підприємства рекомендується використовувати комплексний підхід, який поєднує макроекономічні чинники та фінансовий аналіз його діяльності. Ця методика дозволяє оцінити потенційний прибуток та строк окупності інвестицій, виявити ключові інвестиційні ризики з фінансової перспективи та врахувати вплив зовнішнього середовища. При вивченні зовнішнього середовища аналізуються макроекономічні чинники, а також галузеві особливості та розташування підприємства.

Під час фінансового аналізу різні аспекти діяльності підприємства можуть бути розглянуті. Однак, для оцінки привабливості підприємства як об'єкта інвестування, особливе значення надається таким показникам, як оборотність активів, прибутковість капіталу, ліквідність активів та фінансова стійкість. У світовій практиці розроблено широку систему показників фінансового аналізу, які будуть використані в цій роботі для оцінки інвестиційної привабливості підприємства.

РОЗДІЛ 2

ОЦІНКА ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ТОВАРИСТВА З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ МОЛОЧНОЇ КОМПАНІЇ “ГАЛИЧИНА”

2.1 Аналіз інвестиційної привабливості підприємства

Товариство з обмеженою відповідальністю молочна компанія “Галичина” розташовано (ТзОВ молочна компанія “Галичина”) в Радехові на Львівщині, виробничі потужності були засновані в 1955 році як державне підприємство під назвою “Радехівський маслозавод”. Основна спеціалізація заводу була пов’язана з виробництвом масла та згущеного молока.

У 1998 році компанія “Галичина” відновила виробництво на цьому заводі. З поступом часу підприємство пройшло процес модернізації та почало виробляти сметану та молоко. Після 2000 року було запущено виробництво кефіру та йогурту.

Завод використовує обладнання таких відомих марок, як Tetra Pak (Швеція), Alfa Laval (Швеція), GEA (Німеччина), Obram (Польща), Tewes-Bis (Польща) та Tewes-Klima (Польща).

У 2010 році “Західна молочна група” (частина групи Континіум) об’єдналася з закритим акціонерним товариством “Галичина” і створила Приватне акціонерне товариство “Галичина”.

У 2013 році приватне акціонерне товариство (ПрАТ) “Галичина” отримала кредитну лінію від Укрексімбанку. Проте, у 2015 році суд відкрив процедуру банкрутства компанії через нездатність погасити заборгованість по кредиту.

Борги ПрАТ “Галичина” перед Укрексімбанком у розмірі 1,2 мільярда гривень були списані судом після завершення процедури банкрутства в серпні 2018 року.

У травні-липні 2014 року Господарський суд Львівської області визнав вимоги “Банку інвестицій і заощаджень” (який контролюється групою

“Континіум”) щодо “Галичини” на суму 72,8 мільйона гривень і включив їх до четвертої черги у реєстрі вимог кредиторів.

Серед кредиторів “Галичини” також було ТОВ “Молочна компанія Галичина” та інші компанії, пов’язані з групою “Континіум” і їх мережею АЗС WOG.

У 2015 році було створено “Молочну компанію Галичина”, яка є власником товарного знаку “Галичина”.

У 2015 році ТОВ “Молочна компанія Галичина” стала власником торгової марки “Галичина”, виробничих потужностей та рецептур. 100% акцій ПрАТ “Галичина” належали кіпрській компанії “Бросмонт Холдінгз Лімітед”.

У листопаді 2015 року Господарський суд Львівської області розпочав провадження у справі про банкрутство ПрАТ “Галичина”, а 30 серпня 2018 року суд визнав компанію банкрутом і розпочав ліквідаційну процедуру.

У 2018 році компанія пройшла ребрендинг, змінила дизайн і запустила нові продукти.

25 травня 2020 року Господарський суд Львівської області ліквідував ПрАТ “Галичина”, а 17 вересня 2020 року Західний апеляційний Господарський суд відхилив апеляційну скаргу Укрексімбанку і залишив ухвалу Господарського суду Львівської області від 25 травня 2020 року без змін. У цій ухвалі був списаний борг ліквідованої компанії в розмірі 1,24 мільярда гривень і перейменовано ПрАТ “Галичина” на ТзОВ молочна компанія “Галичина”.

В даний час компанія займає сьоме місце серед українських виробників продукції з незбираного молока. Вона виступає в якості одного з провідних постачальників молочних продуктів у Західному регіоні України і прагне розширити свою присутність на інші регіони країни.

Компанія зосереджується на виробництві та продажу широкого асортименту цільномолочної продукції, яка становить основний напрямок її діяльності.

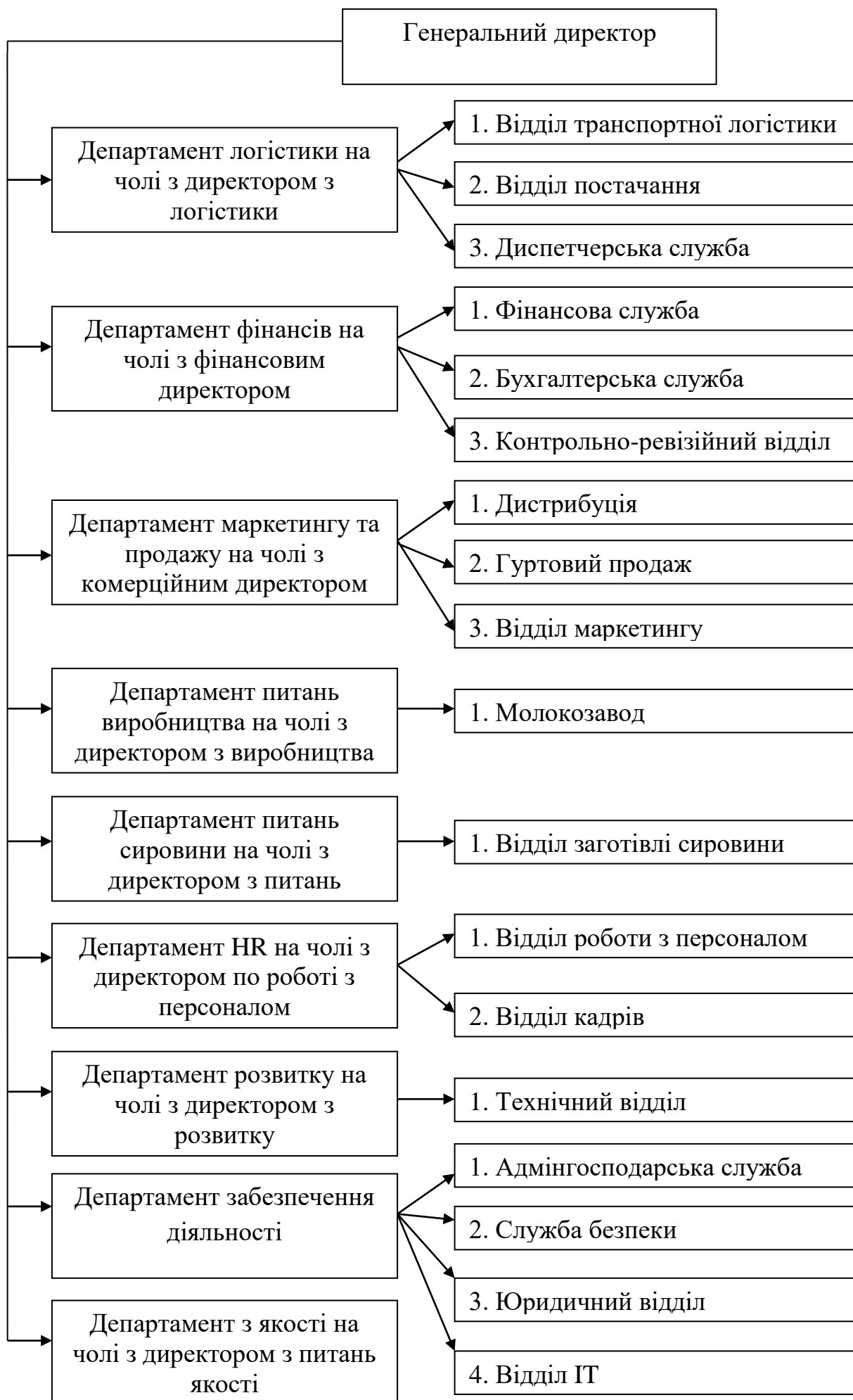
Організаційна структура ТзОВ молочна компанія “Галичина” складається з трьох рівнів управління:

- 1) Загальне управління підприємством здійснює Генеральний директор.
- 2) Безпосереднє управління підприємством здійснюють заступники генерального директора, кожен із яких відповідає за управління певним департаментом. Кожен департамент відповідає за конкретний напрямок діяльності. Заступники генерального директора здійснюють загальне керівництво роботою структурних підрозділів підприємства.

3) Відповідальність за пряме керівництво роботою підрозділу покладена на його керівника. Призначення та звільнення керівника підрозділу здійснюється шляхом видання наказу генеральним директором підприємства.

Організаційна структура управління визначає склад та ієрархію органів управління в підприємстві. Детальну інформацію про організаційну структуру управління можна знайти на рисунку 2.1, який надає більш докладне уявлення про склад і залежності між різними органами управління в ТзОВ молочна компанія “Галичина”.

Аналізуючи діяльність підприємства, важливо визначити його спеціалізацію. Спеціалізація виробництва є результатом територіального поділу праці і передбачає пріоритетний розвиток конкретних галузей виробництва товарної продукції. Іншими словами, спеціалізація підприємства визначається шляхом аналізу структури грошових надходжень, отриманих від реалізації товарної продукції. Для встановлення спеціалізації ТзОВ молочна компанія “Галичина”, ми використаємо дані, представлені у таблиці 2.1.



Таблиця 2.1 – Вартість і структура товарної продукції ТзОВ молочна компанія “Галичина”

Основні види продукції	Вартість товарної продукції, тис. грн.						В середньому за 3 роки	
	2020 р.		2021 р.		2022 р.			
	Вартість, тис.грн	Структура, %	Вартість, тис.грн	Структура, %	Вартість, тис.грн	Структура, %	Вартість, тис. грн	Структура, %
Молоко оброблене рідке	354780	16,4	471350	11,7	649020	11,5	491716,7	13,2
Спред та суміші жирові	213560	9,8	286540	7,1	364010	6,4	288036,7	7,8
Масло вершкове	238760	11,0	354930	8,8	530170	9,3	374620,0	9,7
Цільномолочна продукція	1256980	58,1	2765530	68,7	3912790	69,1	2645100	65,3
Сухе знежирене молоко	97600	4,5	149080	3,7	204630	3,6	150436,7	3,9
Всього	2161680	100	4027430	100	5660620	100	3949910	100

Аналізуючи дані з таблиці 2.1, можна побачити, що найбільшу частку в структурі товарної продукції ТзОВ молочна компанія “Галичина” займає цільномолочна продукція. Протягом трьох років середній дохід від реалізації цільномолочної продукції складав 2645100 тис. грн., що становить 65,3% від загальної суми грошових надходжень. Таким чином, можна зробити висновок, що основною спеціалізацією ТзОВ молочна компанія “Галичина” є виробництво цільномолочної продукції, такої як кефір, сметана, ряжанка, маслянка та йогурти.

Для отримання більш детальної економічної характеристики господарства, звернемось до таблиці 2.2, яка аналізує обсяг основних фондів у господарстві та ефективність їх використання. Основні фонди відображаються у грошовому виразі, що представляє їхню вартість та значення.

Таблиця 2.2 – Показники забезпеченості основними фондами та ефективність їх використання у ТзОВ молочна компанія “Галичина”

Показники	2020 р.	2021 р.	2022 р.	Відхилення 2022 до 2020 р.	
				+, -	%
Основні фонди виробничого призначення, тис. грн.	1131740,0	1519965,0	1466485,0	334745,0	129,6
Середньорічна кількість працівників, чол.	1206	2355	2489	1283	2,1 р.
Фондовіддача, грн.	1,7	1,5	2,3	0,59	134,8
Фондомісткість, грн.	0,59	0,65	0,43	-0,15	74,2
Фондоозброєність, тис. грн.	93,8	64,5	58,9	-34,9	62,8
Фондорентабельність, %	10,9	22,5	43,4	32,5	X

Аналізуючи показники забезпеченості основними фондами, можна зробити висновок, що вартість основних фондів постійно зростає в динаміці, що свідчить про розширення діяльності підприємства. Крім того, наявні фонди використовуються ефективно, що підтверджується позитивними тенденціями до збільшення фондовіддачі та зменшення фондомісткості в динаміці. Зокрема, фондорентабельність підприємства також постійно зростає, збільшившись на 32,5% у 2022 році порівняно з 2020 роком.

Необхідно також зазначити, що, хоча основні виробничі фонди мають вирішальне значення в господарстві, не менш важливу роль у безперебійному обслуговуванні виробництва відіграють оборотні засоби. Оборотні засоби включають грошові кошти, які вкладені в оборотні фонди та фонди обігу. Дані про забезпеченість господарства оборотними фондами наведено в таблиці 2.3.

На основі проведених розрахунків можна зробити висновок, що на підприємстві спостерігається недостатня ефективність використання оборотних засобів. Аналіз динаміки показує негативну тенденцію до збільшення коефіцієнта оборотності оборотних активів та збільшення тривалості одного обороту, тоді як бажаним є протилежний результат. Це означає, що оборотні засоби не використовуються ефективно, і виникає необхідність у зосередженні уваги на вирішенні цієї проблеми та прискоренні обігу оборотних засобів.

Таблиця 2.3 – Показники ефективності використання оборотних засобів у
ТзОВ молочна компанія “Галичина”

Показники	2020 р.	2021р.	2022 р.	Відхилення 2022 року до 2020 року	
				+, -	%
Середньорічна вартість оборотних засобів, тис. грн.	478120	1420740	2521950	2043830	6,3 р.
Коефіцієнт оборотності	10,3	3,8	3,9	-6,4	37,4
Коефіцієнт закріплення	0,09	0,26	0,26	0,17	267,3
Тривалість 1 обороту, днів	135,4	196,0	194,7	59,3	X

Зокрема, виробництво не може функціонувати без трудових ресурсів, які представляють собою частину населення з фізичними та духовними здібностями, що дозволяють працювати. На підприємстві до трудових ресурсів відносяться особи, які уклали трудові угоди з підприємством, зараховані до числа працівників і зайняті у виробництві. Забезпечення господарства робочою силою та рівень її використання в господарстві можуть бути відображені у таблиці 2.4.

Аналізуючи дані з таблиці, можна побачити, що на підприємстві спостерігається постійний ріст кількості працюючих, що пов'язано з розширенням виробництва. Зокрема, з 2020 по 2022 рік кількість працівників майже подвоїлася (збільшилася на 1283 особи). Також варто відзначити покращення трудової дисципліни, оскільки коефіцієнт використання робочого часу зростає і наближається до оптимального рівня.

У 2022 році чистий прибуток на 1 середньорічного працівника збільшився на 150,8% у порівнянні з 2020 роком. Це свідчить про високі темпи росту підприємства та його успішне функціонування. Проте, ми також спостерігаємо тенденцію до незначного зменшення валової продукції та виручки від реалізації на одного середньорічного працівника. Це можна пояснити тим, що у 2020 році кількість працівників була вдвічі меншою, але при цьому показники виручки від реалізації та вартості валової продукції залишалися стабільно високими.

Таблиця 2.4 – Забезпеченість ТзОВ молочна компанія “Галичина” робочою силою і рівень її використання у 2020-2022 роках

Показники	2020 р.	2021 р.	2022 р.	Відхилення 2022 року до 2020 року	
				+, -	%
Середньорічна чисельність працівників, чол.	1206	2355	2489	1283	206,4
Коефіцієнт використання річного фонду робочого часу	0,85	0,87	0,91	0,06	107,1
Валова продукція в розрахунку на 1 середньорічного працівника, тис. грн.	1600,19	980,06	1350,5	-249,69	84,6
Чистий прибуток в розрахунку на 1 середньорічного працівника, тис. грн.	100,2	140,49	250,58	150,38	250,8
Виручка від реалізації на 1 середньорічного працівника, тис. грн.	4080,35	2290,34	3900,45	-179,9	95,6

Оцінка господарської діяльності підприємства представлена в таблиці 2.5, що дозволяє отримати більш детальний аналіз його результатів.

Проаналізувавши ключові показники ефективності господарювання, можна зробити висновок, що ТзОВ молочна компанія “Галичина” успішно функціонує. У 2022 році порівняно з 2020 роком покращилися наступні показники: загальна рентабельність господарської діяльності (зросла на 0,2%), чиста рентабельність виручки від реалізації (зросла на 0,1%), рентабельність активів (зросла на 0,1%) та коефіцієнт окупності активів (зріс на 0,7). Крім того, стали стабільними такі показники, як коефіцієнт окупності виробничих витрат, прибутковість підприємства та адміністративні витрати на 1 гривню собівартості реалізованої продукції.

Загалом, можна вважати ТзОВ молочна компанія “Галичина” підприємством з високим виробничим потенціалом та ефективною господарською діяльністю.

Таблиця 2.5 – Оцінка рівня ефективності господарської діяльності
ТзОВ молочна компанія “Галичина”

Показники	2020 р.	2021р.	2022 р.	Відхилення 2022 р до 2020 р %
Рентабельність (прибутковість) виробничих витрат, %	43,9	40,0	42,5	-1,4
Рентабельність (прибутковість) господарської діяльності, %	3,6	0,15	3,8	0,2
Рентабельність (прибутковість) підприємства, %	3,3	0,03	3,3	–
Чиста рентабельність (прибутковість) виручки від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), %	3,4	0,03	3,5	0,1
Рентабельність активів, %	3,4	0,3	3,5	0,1
Коефіцієнт окупності виробничих витрат	1,4	1,4	1,4	–
Адміністративні витрати на 1 грн. собівартості реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	0,04	0,04	0,04	100,0
Коефіцієнт окупності активів	0,8	1,3	1,5	0,7

Однією із головних цілей кожного підприємства є підвищення його власної інвестиційної привабливості. Інвестиційна привабливість підприємства визначається різноманітними чинниками, зокрема його економічним станом, рівнем ліквідності, співвідношенням між дебіторською та кредиторською заборгованістю, платоспроможністю, кваліфікацією працівників і персоналу, маркетинговим середовищем та готовністю до прийняття інвестицій.

Для того, щоб підприємство змогло привернути інвестиції, необхідно продемонструвати свою здатність привабити інвесторів, що базується на оцінці різноманітних чинників. Ці чинники включають фінансовий стан підприємства, наявність матеріальних ресурсів для інвестицій і кредитів, здатність до прибуткового функціонування, юридичну та фінансову здатність клієнта. Всі ці

чинники разом формують рівень привабливості підприємства для потенційних інвесторів.

Для оцінки інвестиційної привабливості підприємства необхідно провести детальний фінансовий аналіз його діяльності. Якщо фінансові показники підприємства не є сприятливими, це зазвичай призводить до високих витрат на привласнення капіталу, тоді як добрі фінансові показники спонукають інвесторів надавати кошти підприємству за більш вигідних умов. У процесі фінансового аналізу можуть розглядатись різні аспекти діяльності підприємства, але для оцінки його інвестиційної привабливості особливу увагу приділяють аналізу таких показників, як оборотність активів, прибутковість капіталу, фінансова стійкість та ліквідність. Ці показники дозволяють зрозуміти, наскільки ефективно підприємство використовує свої активи, яка прибутковість виникає з інвестованого капіталу, наскільки стійке фінансове положення у підприємства та наскільки легко йому здійснювати платежі та забезпечувати свої фінансові зобов'язання.

Одним із ключових чинників формування інвестиційної привабливості підприємства є стабілізація його фінансового стану. Це важливо для забезпечення можливості самофінансування інвестиційних проєктів, оскільки внутрішні інвестиції є важливим чинником привабливості для зовнішніх інвесторів. Відомо, що фінансовий стан безпосередньо впливає на напрямок інвестування підприємства (згідно з таблицею 2.6).

Будь-який інвестор має ціль отримання прибутку від своїх інвестицій. Очевидно, що інвестору не буде цікаво фінансувати підприємство, яке знаходиться на межі виживання, оскільки ці кошти будуть витрачені на просте відтворення підприємства. В такому випадку, такі інвестиції можна назвати "інвестиціями, що проїдаються", оскільки вони не приносять ефективного результату. Сприятливими напрямками для інвестування є фінансування розширення діяльності підприємства та реалізація інноваційних проєктів. Проте, ці напрями вимагають належного фінансового стану підприємства.

Таблиця 2.6 – Вибір напрямку інвестування залежно від фінансового стану підприємства

Показники	Оборотні кошти, що наявні, недостатні для задоволення мінімальних потреб підприємства	Наявність коштів на підприємстві відповідає мінімальним потребам у фінансових ресурсах	Підприємство має достатню кількість коштів для активного здійснення інвестицій
Коефіцієнт загальної ліквідності	До 1	1-2	Понад 2
Платоспроможність	Критична, низька або знижується	Задовільна, стабільна або підвищується	Висока, зниження не очікується
Зміст заходів	Скорочення виробництва	Шляхом покращення продуктивності виробництва та залучення зовнішніх джерел інвестицій, підприємство досягає підвищення своєї ефективності	Зростання виробництва, підвищення якості продукції
Напрями інвестування	Оборотні засоби, ремонт, оренда або лізинг основних засобів	Оборотні засоби, заміна основних засобів	Технічне оновлення, розширення діяльності

Враховуючи вищезазначене, головним завданням підприємства, яке сподівається на залучення інвестицій, зокрема з-за кордону, є поліпшення його фінансового стану. Щоб виявити шляхи покращення, в першу чергу необхідно здійснити діагностику фінансового стану підприємства.

Фінансовий стан є ключовою характеристикою економічної діяльності підприємства, оскільки він визначає його конкурентоспроможність та потенціал у сфері ділового співробітництва. Він оцінює, наскільки гарантовані економічні

інтереси самого підприємства та його партнерів у фінансовому та виробничому відношенні.

Фінансовий стан підприємства відображається у вартісній формі і включає загальні результати його діяльності, включаючи ефективність управління фінансовими ресурсами, тобто фінансову роботу.

Фінансовий стан є однією із ключових характеристик діяльності будь-якого підприємства. Оцінка фінансового стану має на меті виявлення потенційних можливостей для підвищення рентабельності виробництва і зміцнення комерційних показників, які є основою стабільної роботи підприємства і виконання його зобов'язань перед бюджетом, банками та іншими установами.

У вивченні фінансового стану підприємства існує широкий спектр різних методів оцінки. В рамках нашого дослідження ми вважаємо доцільним застосувати комплексний підхід, що включає аналіз стану та структури майна підприємства та джерел його формування, аналіз ліквідності, платоспроможності та фінансової стійкості, а також розрахунок показників ділової активності.

Фінансовий стан підприємства відображає розміщення та використання його активів та джерел їх формування, таких як власний капітал та зобов'язання. Для аналізу стану та структури майна підприємства, а також джерел його утворення, статті балансу групуються у специфічні категорії [1, с. 61].

Ми проведемо аналіз показників оцінки майнового стану підприємства в таблиці 2.7, щоб отримати детальну інформацію про його фінансовий стан.

Після аналізу динаміки та структури майна підприємства у 2022 році, можна зазначити, що його кошти збільшилися на 32,2%. Цей ріст в основному пояснюється зростанням оборотних активів на 77,5%. Запаси та витрати збільшилися на 50,8%, а дебіторська заборгованість на 85,4%. У структурі коштів підприємства вагомо зросла питома вага оборотних активів. На кінець року вони складають 55,6%, порівняно з 41,4% на початку року. Дебіторська

заборгованість також має значний вплив, і її питома вага зросла до 42,2% коштів підприємства на кінець року.

Таблиця 2.7 – Аналіз динаміки та структури майна ТзОВ молочна компанія “Галичина” у 2022 році

Актив балансу	На початок періоду		На кінець періоду		Абсолютне відхилення, тис. грн.	Відносне відхилення, %
	тис. грн.	% до підсу мку	тис. грн.	% до підсу мку		
Кошти підприємства	3441740	100	4539850	100	1098110	132,2
Необоротні активи	2021000	58,6	2022010	44,3	1010	100,1
Оборотні активи, в тому числі:						
Запаси і витрати	1420740	41,4	2521950	55,6	1101210	177,5
Дебіторська заборгованість	341900	9,9	515640	11,4	173740	150,8
	1033300	30,1	1915330	42,2	882030	185,4

Після проведення аналізу майна та джерел його формування, наступним кроком у оцінці фінансового стану ТзОВ молочна компанія “Галичина” є аналіз статей пасиву балансу. Це означає дослідження джерел коштів, які вкладені у майно підприємства (згідно з таблицею 2.8).

Після проведення аналізу статей пасиву балансу за 2022 рік, стало очевидним, що джерела коштів підприємства зросли на 32,3%. Збільшення відбулося в основному за рахунок зростання власного капіталу на 60,6%, що усього складає 235850 тис. грн. Питома вага власного капіталу також зросла в структурі джерел формування капіталу, з 11,3% на початку року до 13,8% на кінець. Проте, варто зазначити, що питома вага власного капіталу залишається незначною, і більшу частку складає позиковий капітал. Позиковий капітал підприємства збільшився на 28,7% (абсолютна сума 872260 тис. грн.). Цей ріст

обумовлений збільшенням довгострокових зобов'язань та кредиторської заборгованості на 67,9% та 27,4% відповідно.

Таблиця 2.8 – Аналіз джерел формування капіталу у ТзОВ молочна компанія “Галичина” у 2022 році

Пасив балансу	На початок періоду		На кінець періоду		Абсолютне відхилення, тис. грн.	Відносне відхилення, %
	тис. грн.	% до підсумку	тис. грн.	% до підсумку		
Джерела коштів підприємства	3431740	100,0	4539850	100,0	1108110	132,3
Власний капітал	389280	11,3	625130	13,8	235850	160,6
Позиковий капітал, в тому числі:	3042460	88,7	3914720	86,2	872260	128,7
Довгострокові зобов'язання	1138660	33,2	1911370	42,1	772710	167,9
Короткострокові зобов'язання	1903800	55,5	2003350	44,1	99550	105,2
Кредиторська заборгованість	1287780	37,5	1640500	36,1	352720	127,4

На основі аналізу фінансового стану, особливу увагу слід звернути на платоспроможність та ліквідність підприємства. Платоспроможність вимірюється відсутністю прострочених зобов'язань перед банком, бюджетом, постачальниками, працівниками та службовцями. Оцінка платоспроможності здійснюється шляхом аналізу ліквідності поточних активів. Ліквідність підприємства визначається його здатністю швидко реалізувати активи та отримати гроші для погашення своїх зобов'язань. Це відношення між величиною високоліквідних активів, таких як гроші, ринкові цінні папери та дебіторська заборгованість, і короткостроковою заборгованістю. У таблиці 2.9 представлені обчислені показники ліквідності та платоспроможності.

Таблиця 2.9 – Аналіз показників ліквідності та платоспроможності у ТзОВ молочна компанія “Галичина” у 2022 році

Показники	2020 р.	2021 р.	2022 р.	Відхилення 2022 року до 2020 року
Коефіцієнт покриття (показник загальної платоспроможності)	0,95	0,75	1,32	0,37
Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,82	0,57	1,00	0,18
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,22	0,004	0,04	-0,18
Робочий капітал (тис. грн.)	-75500	-483060	518600	594100

Після аналізу показників ліквідності та платоспроможності у 2022 році виявлено значне поліпшення фінансового стану підприємства порівняно з попередніми роками. Коефіцієнти покриття, швидкої ліквідності та робочого капіталу знаходяться в оптимальних межах, що свідчить про стабільність фінансової ситуації. Незадовільні значення цих показників у 2020 та 2021 роках пояснюються кризовим періодом, який вплинув на підприємство. Важливим позитивним моментом є значне зростання робочого капіталу, що має велике значення, оскільки він є фінансовим резервом для погашення короткострокових зобов'язань та забезпечення нормальної діяльності підприємства. Однак, варто зазначити, що значення коефіцієнта абсолютної ліквідності зменшується в динаміці, і у 2022 році становить 0,04, що значно нижче нормативного значення 0,2. Ця ситуація обумовлена великим відношенням позикового капіталу до власного капіталу.

У сучасних ринкових умовах, незалежно від форми власності та джерел фінансування, велике значення приділяється аналізу показників фінансової стійкості підприємства. Основна ідея полягає у визначенні співвідношення між вартістю матеріальних оборотних засобів та рівнем власного та позикового капіталу [1, с. 36]. Для оцінки фінансової стійкості використовуються такі основні показники, як коефіцієнти автономії, фінансової залежності, маневреності власного капіталу та довгострокового залучення позикових коштів. Відповідні розрахунки цих показників наведені у таблиці 2.10.

Таблиця 2.10 – Аналіз показників фінансової стійкості ТзОВ молочна компанія “Галичина” у 2022 році

Показники	2020 р.	2021 р.	2022 р.	Відхилення 2022року до 2020 року
Коефіцієнт автономії	0,12	0,11	0,14	0,02
Коефіцієнт фінансової залежності	0,88	0,89	0,86	-0,02
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	-0,19	-1,24	0,83	1,02
Коефіцієнт довгострокового залучення позикових коштів	0,78	0,75	0,75	-0,03

Після аналізу розрахунків показників фінансової стійкості, можна зробити висновок про рівень стійкості підприємства. З таблиці 2.10 видно, що становище підприємства не володіє достатньою фінансовою стійкістю. Коефіцієнт автономії у 2022 році становить 0,14, що є нижчим за нормативне значення 0,5. Це означає, що підприємство має високу залежність від залученого капіталу. Проте, варто зазначити, що спостерігається незначна позитивна тенденція до зменшення коефіцієнта фінансової залежності та коефіцієнта довгострокового залучення позикових коштів у динаміці. Це свідчить про те, що підприємство займається роботою над поліпшенням своєї фінансової стійкості. Також можна відзначити позитивну тенденцію до зростання маневреності власного капіталу (коефіцієнт у 2022 році перебуває в оптимальних межах), що свідчить про гнучкість використання власних ресурсів підприємством.

На завершальному етапі аналізу фінансового стану підприємства, ми зосередимося на оцінці його ділової активності. Ділова активність включає в себе різні аспекти діяльності підприємства і визначається за допомогою таких критеріїв, як позиціонування підприємства на ринку, географія бізнесу, репутація як партнера, активність у сфері інновацій та інвестицій, а також конкурентоспроможність. Оцінка ділової активності дозволяє проаналізувати ефективність основної діяльності підприємства, виражену у швидкості обігу

його фінансових ресурсів. Для цього використовуються показники оборотності. Коефіцієнти оборотності представляють собою систему показників фінансової активності, що відображають, наскільки швидко підприємство обертає свій капітал у процесі господарської діяльності.

Давайте проаналізуємо ділову активність ТзОВ молочна компанія “Галичина” шляхом оцінки показників, представлених у таблиці 2.11.

Таблиця 2.11 – Розрахунок показників ділової активності ТзОВ молочна компанія “Галичина”

Показники	2020 р.	2021 р.	2022 р.	Відхилення 2022 року до 2020 року
Коефіцієнт оборотності активів	1,24	1,34	1,71	0,47
Тривалість обороту оборотних активів, днів	294	274	214	-80
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	4,28	4,16	4,73	0,45
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	4,57	4,65	4,64	0,07
Тривалість обороту дебіторської заборгованості, днів	80	78	79	-1
Тривалість обороту кредиторської заборгованості (днів)	85	88	77	-8
Коефіцієнт оборотності виробничих запасів	14,47	11,92	11,19	-3,28
Тривалість обороту запасів, днів	25	31	33	8

Аналізуючи розрахунок показників ділової активності, можемо помітити позитивну тенденцію до збільшення коефіцієнтів оборотності та скорочення тривалості обороту за винятком виробничих запасів. Зокрема, у порівнянні з 2020 роком тривалість обороту оборотних активів зменшилась на 80 днів, тривалість обороту кредиторської заборгованості скоротилась на 8 днів, а тривалість обороту дебіторської заборгованості скоротилась на 1 день. Ці показники свідчать про ефективну ділову активність підприємства.

Після проведеного аналізу можна зробити висновок, що ТзОВ молочна компанія “Галичина” є успішною, має високу платоспроможність і

рентабельність. У цій ситуації найбільш прийнятним рішенням є залучення прямих інвестицій, як внутрішніх, так і з-за кордону. Для цього необхідно прагнути підвищити привабливість підприємства для інвесторів, оскільки це єдиний спосіб привернути потенційних інвесторів.

При оцінці інвестиційної привабливості підприємства велика увага приділяється його фінансовому стану. Щодо фінансового стану ТзОВ молочна компанія “Галичина” можна сказати, що загалом він є задовільним. Підприємство є ліквідним і платоспроможним. Однак, необхідно розробити стратегії для поліпшення його фінансового стану.

Основними напрямками для поліпшення фінансового стану ТзОВ молочна компанія “Галичина” є ефективне управління оборотним капіталом та забезпечення фінансової стійкості. Пріоритетним завданням є зменшення фінансової залежності підприємства від довгострокових позик та збільшення відсотка власного капіталу у структурі джерел фінансування підприємства.

Взаємодія суб’єктів ринку на різних етапах виробництва, постачання, продажу та споживання товарів спонукає їх до пошуку найбільш раціональних способів удосконалення своєї діяльності. Це вимагає використання маркетингових принципів на підприємствах. Розробка стратегії розвитку підприємства на основі концепції маркетингу сприяє підвищенню ефективності роботи суб’єктів господарювання шляхом успішного здійснення ринкової діяльності.

Маркетингова діяльність агропромислового підприємства включає систематичну та послідовну роботу його маркетингової команди з метою виявлення реальних та потенційних потреб споживачів в агропродукції, що виробляється в агропромисловому комплексі. Ці потреби задовольняються через розробку та впровадження маркетингових товарних, цінових, дистрибутивних та комунікаційних програм або проєктів, що сприяють плануванню та реалізації продукції.

Для досягнення ефективної маркетингової діяльності на підприємствах встановлюють відділи маркетингу або маркетингові служби. Ефективність цих

підрозділів залежить від таких чинників, як обрана стратегія, організаційна структура підприємства і механізм його функціонування.

Маркетинг, як функція підприємства і сфера управління, вимагає належної організації для досягнення ефективності. Для успішної реалізації маркетингових стратегій необхідна відповідна організація маркетингової діяльності (рис. 2.2).



Рис. 2.2 – Модель маркетингової діяльності.

Організаційна структура маркетингової діяльності на підприємстві може бути описана як система, що визначає структурні компоненти та взаємозв'язки, які забезпечують управління маркетингом. Вона включає різні служби, відділи та підрозділи, в яких зайняті спеціалісти, що виконують різні маркетингові функції.

Наочна важливість маркетингового відділу може бути пояснена через його значний внесок у діяльність підприємства (див. рис. 2.3).



Рис. 2.3 – Роль відділу маркетингу в системі “ринок – підприємство”

На ТзОВ молочна компанія “Галичина” велика увага приділяється організації маркетингової діяльності. З метою розвитку бізнесу та використання маркетингових стратегій на підприємстві функціонує спеціальний департамент з маркетингу, яким керує комерційний директор.

На ТзОВ молочна компанія “Галичина” департамент маркетингу складається з трьох структурних підрозділів, як показано на рисунку 2.4.

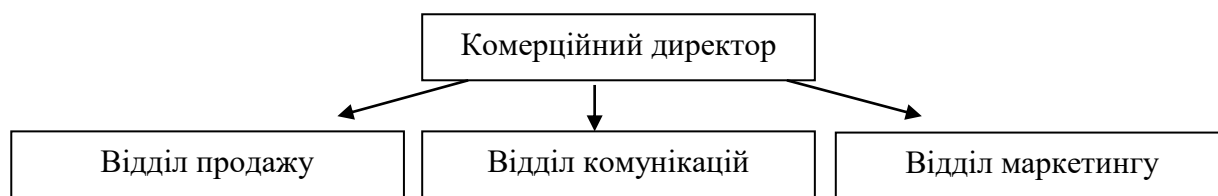


Рис. 2.4 – Структура департаменту маркетингу.

Ці підрозділи включають:

Відділ маркетингових досліджень. Відділ відповідає за проведення маркетингових досліджень, аналіз ринку та споживчої поведінки, виявлення потреб споживачів та конкурентів. Вони займаються збором та аналізом даних, що допомагають у формуванні маркетингових стратегій і прийнятті рішень.

Відділ маркетингової комунікації. Цей відділ займається плануванням та реалізацією маркетингових комунікаційних програм і проєктів. Вони відповідають за рекламу, просування продукції, створення бренду, взаємодію зі засобами масової інформації, організацію заходів для залучення уваги споживачів.

Відділ продажів. Цей відділ зосереджений на просуванні продукції та забезпеченні продажів. Вони відповідають за контакт з клієнтами, укладання угод, обслуговування клієнтів, підтримку і розвиток дистрибуційних каналів.

Така структура департаменту маркетингу дозволяє ТзОВ молочна компанія “Галичина” ефективно координувати та керувати маркетинговою діяльністю, сприяє досягненню мети розвитку бізнесу та успішному впровадженню маркетингових стратегій.

Основним завданням департаменту маркетингу ТзОВ молочна компанія “Галичина” є створення системи, яка забезпечує постійний збір, обробку та обмін об’єктивною інформацією між всіма структурними підрозділами підприємства. Головною ціллю є досягнення сталого, прогнозованого і контрольованого розвитку підприємства.

Відділ маркетингу на ТзОВ молочна компанія “Галичина” очолює маркетинголог і включає двох менеджерів. Цей відділ виконує функції служби маркетингу на підприємстві.

Служба маркетингу на підприємстві використовує стратегічні і тактичні прийоми маркетингу для забезпечення конкурентоспроможності. Вона застосовує маркетинговий підхід до ухвалення рішень, що дозволяє встановити конкретні цілі, стратегії та тактику поведінки підприємства на ринку. В рамках цього підходу розробляються товарні, цінові, збутові та комунікаційні стратегії, а також здійснюється обов’язковий моніторинг усього процесу реалізації маркетингової програми.

Маркетингова діяльність охоплює різні об'єкти, такі як ринок, споживачі, товари, ціни, товарорух, реклама та стимулювання. Дослідження проводяться на кожному з цих напрямків із метою розробки конкретних стратегій і тактик маркетингової діяльності підприємства.

Для успішної маркетингової діяльності важливим є проведення аналізу ринку, конкурентів, споживачів та постачальників.

Оскільки маркетинг спрямований на задоволення потреб споживачів, то першим кроком у маркетинговій діяльності є проведення комплексного дослідження ринку. За останніми даними аудиту торгівлі, близько 80% загального обсягу виробництва кисломолочної продукції на ринку здійснюється близько 20 підприємствами. Торгові оператори розділяються на два основних сегменти: власники національних брендів та регіональні заводи, що спеціалізуються на регіональних ринках збуту.

В останній час в Україні спостерігається зростання кількості провідних гравців на молочному ринку, а також з'явилися потужні регіональні підприємства, які претендують на лідируючі позиції. Ці підприємства відіграють ключову роль як основні маркетмейкери на ринку молокопродуктів і постійно конкурують між собою як на ринку сировини, так і на ринку збуту готової продукції.

Загалом, ТЗОВ молочна компанія "Галичина" активно працює над розвитком свого збуту, розширенням співпраці зі споживачами та забезпеченням стабільних поставок високоякісної сировини для виробництва своїх молочних продуктів.

2.2 Оцінка чинників інвестиційної привабливості переробних підприємств

Інвестиційна привабливість переробних підприємств залежить від різноманітних чинників, які можна згрупувати у наступні блоки.

Перший блок включає виробничий потенціал, який охоплює загальну характеристику виробництва, технічну базу, технологію, вартість основних

фондів, номенклатуру продукції, що випускається, виробничу потужність та можливості розширення виробництва.

Другий блок відноситься до фінансової характеристики підприємства і включає такі аспекти, як структура витрат на виробництво, обсяг прибутку, використання прибутку, статутний капітал, фінансова стійкість, прибутковість діяльності, платоспроможність і ліквідність, структура активів і капіталу.

Третій блок – маркетинговий потенціал підприємства – охоплює діловий імідж керівництва, вартість бренда, конкурентоспроможність і маркетингові можливості.

Четвертий блок включає аспекти менеджменту, такі як характеристика дирекції, схеми управління, чисельність персоналу, структура персоналу та рівень заробітної плати.

Всі ці чинники спільно впливають на інвестиційну привабливість переробних підприємств і визначають їхню здатність привертати інвестиції та розвиватись на ринку.

Згодом, інвестиційна привабливість переробних підприємств визначається не лише внутрішніми чинниками, але й зовнішнім середовищем, що оточує підприємство. Оцінка інвестиційної привабливості, яка базується лише на внутрішніх чинниках, вважається неповною та необ'єктивною. Тому для цілеспрямованої оцінки необхідно враховувати зовнішні чинники.

Багато науковців виділяють ряд зовнішніх чинників, які впливають на інвестиційну привабливість, такі як галузь, країна розташування, географічне положення підприємства, становище на ринку, лояльність клієнтів, наявність сировинної бази, відносини з владою, форма власності та організаційно-правова форма ведення бізнесу. Врахування цих зовнішніх чинників є важливим для об'єктивної оцінки інвестиційної привабливості.

Пропонується систематизувати та узагальнити зовнішні чинники для спрощення аналізу. Зовнішні чинники можна об'єднати у загальні групи, такі як характеристика ринку, галузь, економіко-географічне положення, інвестиційний клімат держави та інші. Такий підхід дозволить систематично

оцінити зовнішнє середовище та його вплив на інвестиційну привабливість підприємства.

З нашої точки зору, найбільш значущими серед цих чинників є інвестиційний клімат держави та прив'язка до конкретної галузі. Саме ці чинники будуть враховуватись нами під час оцінки інвестиційної привабливості об'єкта дослідження. Схематично вплив цих чинників на формування інвестиційної привабливості підприємства можна побачити на рисунку 2.5.

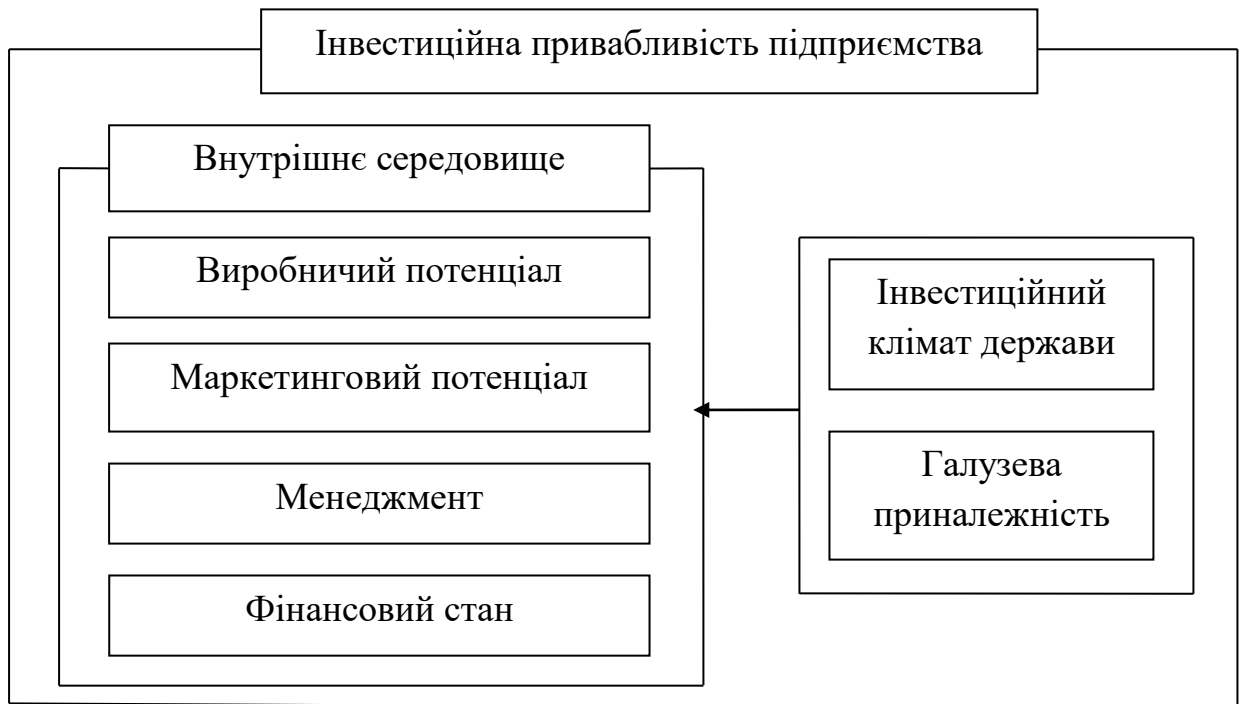


Рис. 2.5 – Чинники, що впливають на інвестиційну привабливість ТзОВ молочно компанія “Галичина”.

Наше дослідження інвестиційної привабливості ТзОВ молочно компанія “Галичина” розпочнемо з аналізу зовнішніх чинників, починаючи з інвестиційного клімату в Україні. Інвестиційний клімат можна охарактеризувати як сукупність чинників, які можна поділити на дві великі групи.

Перша група включає чинники, які можна виміряти та виразити числовими показниками, використовуючи економіко-математичні та статистичні методи.

Друга група чинників не може бути формалізована, але має не менш значиму роль. Для аналізу цієї другої групи чинників важливо виявляти тенденції їх динаміки.

Для повноцінного дослідження інвестиційної привабливості ТЗОВ молочна компанія “Галичина” ми будемо зосереджуватись на обох групах чинників, оскільки вони спільно формують інвестиційний клімат та впливають на прийняття рішень щодо інвестування.

Чинники першої групи, які відіграють важливу роль у визначенні інвестиційної привабливості, включають:

- розмір ринку збуту та його структура, яку можна оцінити, враховуючи середній дохід на душу населення та чисельність економічно активного населення;
- рівень податкових та процентних ставок для інвестиційних кредитів, а також величина експортних та імпорتنих мит, які впливають на можливість експорту та імпорту устаткування;
- середня рентабельність у галузі;
- термін окупності інвестицій;
- ціна праці, енергії, води та тепла.

Ці чинники першої групи дозволяють оцінити очікуваний чистий прибуток. Їх можна узагальнити шляхом розробки інтегрального показника інвестиційної привабливості для країни, регіону або конкретного проєкту. Проте, цей показник враховує тільки першу групу чинників, тому його використання має бути поєднане з аналізом чинників другої групи.

Чинники другої групи, які впливають на інвестиційну привабливість, можна поділити на підгрупи, серед яких варто відзначити:

- ризики, пов'язані з політичною, економічною та фінансовою нестабільністю. Політична нестабільність включає зміни у владі та економічній політиці країни. Економічні ризики пов'язані з нестабільністю економічного зростання та можливими економічними спадами. Фінансові ризики включають різке зростання інфляції, девальвацію національної валюти, збільшення

дисконтної ставки для інвестиційних кредитів, падіння ринкової вартості акцій провідних підприємств та загального індексу фондового ринку;

- ризики, пов'язані зі змінами в законодавстві та регулюванні. Ці ризики включають можливі зміни в податковій політиці, правилах державного регулювання, торгових обмеженнях та інших законодавчих актах, що можуть вплинути на умови бізнесу та інвестиційну активність;

- соціально-культурні ризики, пов'язані зі зміною соціальних та культурних умов. Це можуть бути зміни в споживацьких звичках, вимогах споживачів, демографічних тенденціях та інших аспектах, що впливають на ринок та сприйняття продукту або послуги;

- технологічні ризики пов'язані зі змінами в технологічному середовищі. Швидкий технологічний прогрес, поява нових технологій або застаріння існуючих можуть вплинути на конкурентоспроможність підприємства і його здатність виробляти інноваційні продукти чи послуги;

- екологічні ризики виникають з причин забруднення довкілля, екологічних катастроф або законодавчих обмежень щодо виробничої діяльності підприємства. Підприємства, які не враховують екологічні чинники, можуть стикатися з репутаційними, фінансовими та правовими проблемами;

- соціально-політичні ризики включають зміни в соціальних, політичних і правових умовах, таких як страйки, соціальні напруження, політична нестабільність, конфлікти та інші чинники, які можуть вплинути на діяльність підприємства та його інвестиційну привабливість.

Аналіз цих чинників другої групи доповнює формальні показники першої групи і дозволяє більш повноцінно оцінити ризики та потенціал інвестиційного проєкту чи ринку. Врахування обох груп чинників є важливим для прийняття обґрунтованих рішень щодо інвестування та забезпечення стійкого розвитку підприємства.

При аналізі інвестиційного клімату України виявлено основні складнощі, які негативно впливають на інвестиційну привабливість країни та ТзОВ молочна компанія "Галичина". Серед цих проблем виокремлюються

нестабільність політичної ситуації, що перешкоджає довгостроковому плануванню, високі темпи інфляції, великий рівень тінізації економіки, бюрократія та корупція. Ці чинники призводять до того, що Україна має негативний імідж та визнається світовою спільнотою як країна з несприятливим інвестиційним кліматом.

Враховуючи вищезазначені проблеми, інвестиційний клімат України негативно впливає на інвестиційну привабливість ТЗОВ молочна компанія “Галичина”. Ми вважаємо, що основна перешкода для успішного здійснення конкретних інвестиційних проєктів на території України полягає у несприятливому інвестиційному кліматі країни. Ця проблема має актуальний характер і вимагає негайного вирішення для стимулювання успішних інвестиційних дійств в Україні.

Товариство з обмеженою відповідальністю молочна компанія “Галичина” відноситься до підприємств харчової промисловості, яка в цілому вважається стабільною та інвестиційно привабливою галуззю. Тому можна стверджувати, що досліджуване підприємство викликає інтерес серед потенційних інвесторів.

При аналізі внутрішнього середовища підприємства враховують його виробничий потенціал, який був оцінений у попередньому розділі “Організаційно-економічна характеристика підприємства”. В цьому аналізі було розглянуто забезпеченість підприємства основними та оборотними фондами, трудовими ресурсами, а також оцінено ефективність їх використання. Результати цього аналізу свідчать про ефективну діяльність та рентабельність досліджуваного підприємства. Це вказує на його доцільність для потенційного інвестора, який має можливість інвестувати у його подальший розвиток.

Наступним кроком є аналіз фінансового стану підприємства, що є важливим чинником його інвестиційної привабливості. З урахуванням проведеного аналізу можна зробити висновок, що загальний фінансовий стан підприємства є задовільним, має достатню ліквідність та платоспроможність. Однак, важливою проблемою є висока залежність від позикового капіталу. Тому, для поліпшення інвестиційної привабливості ТЗОВ молочна компанія

“Галичина”, необхідно знайти способи зміцнення її фінансової стійкості, яка на даний момент є недостатньою. Один із можливих варіантів вирішення цієї проблеми – ефективна маркетингова діяльність, яка може сприяти залученню нових інвесторів та диверсифікації джерел фінансування.

Для оцінки маркетингового потенціалу ТзОВ молочна компанія “Галичина” можна використати SWOT-аналіз, що дозволить виявити його сильні та слабкі сторони, а також ідентифікувати загрози та можливості. Почнемо зі складання списку сильних та слабких сторін підприємства, а також виділимо потенційні загрози та можливості, що можуть вплинути на його успішність на ринку (табл. 2.12).

Сильні сторона ТзОВ молочна компанія “Галичина”:

1. ТзОВ молочна компанія “Галичина” має високу частку ринку, що свідчить про його успіх і конкурентну позицію на ринку.
2. Підприємство має значний виробничий потенціал, що дозволяє забезпечувати потреби клієнтів і розширювати обсяги виробництва.
3. Торгова марка ТзОВ молочна компанія “Галичина” має сильний імідж на ринку, що сприяє популярності і визнанню продукції.
4. ТзОВ молочна компанія “Галичина” має доступ до кваліфікованого персоналу, що є важливим ресурсом для досягнення успіху і підвищення конкурентоспроможності.
5. ТзОВ молочна компанія “Галичина” пропонує конкурентну ціну своєї продукції, що дозволяє залучати більше клієнтів і збільшувати обсяги продажів.
6. Підприємство успішно використовує систему “вентселінг” для реалізації своєї продукції, що сприяє ефективній комунікації зі споживачами та підвищує рівень задоволення клієнтів.
7. ТзОВ молочна компанія “Галичина” має стабільне фінансове забезпечення, що дозволяє здійснювати інвестиції в розвиток, вдосконалення технологій та розширення виробництва.

Зазначені пункти представляють сильні сторони ТзОВ молочна компанія “Галичина”, які сприяють його інвестиційній привабливості і конкурентоспроможності на ринку.

Таблиця 2.12 – Результати SWOT-аналізу для ТзОВ молочна компанія “Галичина”

Сильні сторони	Слабкі сторони
<ol style="list-style-type: none"> 1. Висока частка ринку. 2. Виробничі потужності. 3. Імідж торгової марки. 4. Кваліфікований персонал. 5. Конкурентна ціна. 6. Реалізація продукції по системі “вентселінг”. 7. Фінансове забезпечення. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Висока залежність від кредитів. 2. Залежність від постачальників. 3. Збій поставок продукції через велику кількість філіалів. 4. Неоптимізовані канали збуту.
Можливості	Загрози
<ol style="list-style-type: none"> 1. Відкриття власної молочної ферми в Карпатському високогірному регіоні для отримання високоякісної молочної сировини. 2. Збільшення частки ринку за рахунок ефективної маркетингової політики. 3. Об’єднання з компанією-конкурентом (КОМО). 4. Підвищення вхідних бар’єрів на продукцію конкурентів за рахунок введення в Україні державних норм ДСТУ, що регламентують європейські вимоги до якості сирого молока по нормам СОР. 5. Проникнення на нові ринки. 6. Розробка товарів-новинок. 7. Розширення виробництва за рахунок технологічного оновлення. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Падіння попиту на продукцію за рахунок зниження рівня доходів споживачів. Втрата частки ринку внаслідок дій конкурентів. 2. Подорожчання молочної продукції за рахунок систематичного зменшення поголів’я молочного стада корів в Україні.

Слабкі сторона ТзОВ молочна компанія “Галичина”:

1. ТзОВ молочна компанія “Галичина” має високу залежність від кредитів, що може створювати фінансовий ризик і обмежувати можливості розвитку підприємства.

2. Підприємство є залежним від постачальників, що може призводити до проблем з поставками сировини та матеріалів, а також до залежності від їх цін і умов постачання.

3. Велика кількість філіалів ускладнює управління і може призводити до збоїв в поставках продукції, що впливає на репутацію підприємства і задоволення клієнтів.

4. ТЗОВ молочна компанія “Галичина” має неоптимізовані канали збуту, що може обмежувати його доступ до ринків збуту і погіршувати ефективність продажів.

Вищезазначені пункти представляють слабкі сторони ТЗОВ молочна компанія “Галичина”, які можуть впливати на його інвестиційну привабливість та конкурентоспроможність. Однак, ці проблеми можуть бути вирішені шляхом впровадження відповідних стратегій і політик для покращення фінансового стану, управління постачальниками, оптимізації поставок та розвитку ефективних каналів збуту.

Можливості ТЗОВ молочна компанія “Галичина”:

1. Можливість відкриття власної молочної ферми в Карпатському високогірному регіоні дозволить отримувати високоякісну молочну сировину, що сприятиме покращенню якості продукції та конкурентоспроможності підприємства.

2. Збільшення частки ринку можливе за рахунок ефективної маркетингової політики, що включає розробку стратегій просування продукції, привертання нових клієнтів та збереження існуючих.

3. Об’єднання з компанією-конкурентом (КОМО) може створити синергію та дозволити об’єднаному підприємству зайняти сильну позицію на ринку, отримати доступ до нових ресурсів та розширити свою географію присутності.

4. Підвищення вхідних бар’єрів на продукцію конкурентів шляхом введення державних норм ДСТУ, що відповідають європейським вимогам, дозволить підприємству створити перевагу в якості сировини та використовувати це як маркетингову стратегію.

5. Можливість проникнення на нові ринки дає можливість розширити аудиторію споживачів і збільшити обсяги продажів.

6. Розробка товарів-новинок сприяє розширенню асортименту продукції та задоволенню змінних потреб споживачів.

7. Розширення виробництва за рахунок технологічного оновлення дозволяє підприємству підвищити продуктивність, якість і ефективність виробничих процесів, що сприяє збільшенню обсягів продукції і зайнятості.

Зазначені можливості відкривають перед ТзОВ молочна компанія “Галичина” перспективи розвитку, зміцнення конкурентної позиції та збільшення прибутковості. Використання цих можливостей може привести до зростання обсягів виробництва, розширення географії ринків збуту, покращення якості продукції та забезпечення стабільних доходів. Для досягнення успіху необхідно ретельне планування, аналіз ризиків і розробка стратегічних заходів, що дозволять використати переваги і уникнути можливих негативних наслідків.

Загрози ТзОВ молочна компанія “Галичина”:

1. Падіння попиту на продукцію через зниження рівня доходів споживачів може призвести до зменшення обсягів продажів і зниження прибутковості.

2. Втрата частки ринку внаслідок дій конкурентів може стати причиною зменшення ринкової позиції підприємства і обмеження його можливостей росту.

3. Подорожчання молочної продукції через зменшення поголів'я молочного стада може позначитися на конкурентоспроможності підприємства і спричинити зниження попиту з боку споживачів.

Для зменшення впливу цих загроз необхідно активно реагувати на зміни у попиті, шукати нові ринки збуту, здійснювати ефективну маркетингову політику та забезпечувати високу якість продукції. Також важливо залучати інновації в галузь, збільшувати ефективність виробництва і сприяти підвищенню поголів'я молочного стада для забезпечення стабільного постачання продукції на ринок за конкурентоспроможними цінами.

Після складання конкретного списку слабких і сильних сторін підприємства, а також загроз і можливостей, настає етап встановлення зв'язків

між ними. Для цього ми створюємо SWOT-матрицю, яка має такий вигляд (таблиця 2.13).

Таблиця 2.13 – Матриця SWOT-аналізу для ТзОВ молочна компанія “Галичина”

	Можливості:	Загрози:
Сильні сторони	<p>Шляхом впровадження технологічного оновлення можна збільшити свою частку на ринку.</p> <p>Маючи кваліфікований персонал, можна покращити якість продукції і підвищити репутацію підприємства.</p> <p>За допомогою поліпшення маркетингової політики можна відкрити нові канали збуту і покращити фінансові показники.</p>	<p>Наявність високого іміджу торгової марки і якісної продукції допоможе привернути нових кредиторів.</p> <p>За допомогою ефективної маркетингової політики, яку підтримує кваліфікований персонал, зокрема маркетологи, можна оптимізувати канали збуту.</p>
Слабкі сторони	<p>Ефективна маркетингова політика сприятиме оптимізації каналів збуту і вирішенню проблем збоїв у поставках продукції.</p> <p>Відкриття власної ферми допоможе зменшити залежність від постачальників сировини.</p> <p>Розробка нових товарів, проникнення на нові ринки і підвищення якості продукції покращить фінансовий стан шляхом збільшення прибутку і зменшення залежності від кредиторів.</p>	<p>За допомогою максимального використання своїх сильних сторін і можливостей, а також вибору вигідної стратегії, підприємство може успішно подолати загрози, а також перетворити свої слабкі сторони на переваги.</p>

В результаті проведеного аналізу маркетингового потенціалу ТзОВ молочна компанія “Галичина” було виявлено перевагу сильних сторін і можливостей. Крім того, SWOT-аналіз дозволив виявити шляхи подолання загроз і нейтралізації слабких сторін підприємства, а також способи вигідного використання його сильних сторін і можливостей. Це сприятиме збільшенню привабливості підприємства для інвестицій.

Останнім етапом оцінки інвестиційної привабливості ТзОВ молочна компанія “Галичина” є аналіз менеджменту, якому слід приділити велику увагу. Важливо оцінити рівень організації праці та виробництва в підприємстві. Під час аналізу менеджменту досліджуються великі рівні управління підприємством та основні механізми, що його керують. Система менеджменту ТзОВ молочна компанія “Галичина” є високоорганізованою та ефективною. Організаційна структура ТзОВ молочна компанія “Галичина” включає чітку координацію між функціональними службами та підрозділами. Підприємство має ефективну систему контролю та окремий відділ стратегічного управління. Узагальнюючи, можна зазначити, що система управління в ТзОВ молочна компанія “Галичина” знаходиться на високому рівні, що в значній мірі підвищує його привабливість для інвесторів.

Отримані в ході дослідження результати щодо інвестиційної привабливості ТзОВ молочна компанія “Галичина” представлені у таблиці 2.14.

Таблиця 2.14 – Вплив чинників зовнішнього та внутрішнього середовища на інвестиційну привабливість ТзОВ молочна компанія “Галичина”

Чинник	Вплив	Примітка
Інвестиційний клімат країни	Негативний	Для збільшення привабливості конкретних підприємств для інвестицій необхідно розробляти стратегії, спрямовані на покращення інвестиційного клімату в Україні, а також комплексно вирішувати існуючі проблеми.
Галузева приналежність	Позитивний	
Виробничий потенціал	Позитивний	
Фінансовий стан підприємства	Негативний	Важлива необхідність негайного зменшення залежності підприємства від позикового капіталу відображає потребу у підвищенні фінансової стійкості цього підприємства.
Маркетинговий потенціал	Позитивний	Для підвищення інвестиційної привабливості на основі концепції маркетингу важливо враховувати висновки, отримані в результаті SWOT-аналізу.
Менеджмент	Позитивний	

Загалом, можна стверджувати, що ТзОВ молочна компанія “Галичина” є привабливим підприємством для інвестицій. Проте, під час аналізу було виявлено деякі негативні моменти, які були представлені в таблиці 2.14. Це свідчить про необхідність подальших зусиль для підвищення інвестиційної привабливості даного підприємства. Особливо важливо розробити дієву маркетингову стратегію, яка допоможе підприємству подолати потенційні загрози та максимально використовувати його сильні сторони, можливості та конкурентні переваги. Важливим кроком буде розробка ефективної маркетингової стратегії, спрямованої на подолання потенційних загроз та максимальне використання сильних сторін, можливостей та переваг підприємства. Крім того, необхідно активно працювати над знаходженням шляхів покращення фінансової стійкості та зміцнення фінансового стану підприємства.

РОЗДІЛ 3

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ТОВАРИСТВА З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ МОЛОЧНОЇ КОМПАНІЇ “ГАЛИЧИНА”

3.1 Удосконалення фінансового забезпечення інвестиційної привабливості підприємства

Фінансове забезпечення підприємства, яке включає залучення, накопичення та ефективне використання фінансових ресурсів, є важливим чинником інвестиційної привабливості. Воно гарантує стабільність, прибутковість та збільшення обсягів виробництва.

Успішне формування та ефективне використання фінансових ресурсів підприємства залежить від внутрішніх та зовнішніх чинників. Внутрішні чинники можуть бути контрольовані підприємством, тоді як зовнішні чинники надходять з-за його меж та можуть бути складні для запобігання їх негативному впливу. Фінансова криза, що виникла, мала серйозний вплив на фінансовий стан ТзОВ молочна компанія “Галичина” та ускладнила його подальший розвиток. Однією з головних проблем є недостатність фінансових ресурсів для розширеного відтворення виробництва, що ставить під сумнів здатність підприємства успішно функціонувати. В зв'язку з цим, виникає необхідність залучення додаткових ресурсів для фінансування господарської діяльності ТзОВ молочна компанія “Галичина”. У ситуації, коли банківські кредити мають високу вартість, а самофінансування обмежене нестачею коштів, доцільно розглядати можливість повернення прямих інвестицій. Висока інвестиційна привабливість є ключовим чинником для забезпечення такого повернення.

Проведена оцінка інвестиційної привабливості ТзОВ молочна компанія “Галичина” підтверджує, що підприємство є досить привабливим для зовнішніх інвесторів. Проте аналіз також виявив деякі негативні аспекти, які водночас можна розглядати як потенційні можливості для підвищення привабливості.

Тому виникає необхідність в значній подальшій роботі над розробкою заходів, спрямованих на підвищення інвестиційної привабливості підприємства. Необхідні заходи включають в себе поліпшення фінансового стану підприємства, розширення фінансової стійкості, збільшення обсягів виробництва, проведення рекламних акцій для зростання прибутковості від продажу, покращення якості продукції, модернізацію виробництва, ефективну брендovu політику та розширення маркетингової діяльності. Безсумнівно, покращення якості, ефективна реклама продукції та самого підприємства, а також інші вищеперераховані заходи сприятимуть збільшенню зацікавленості зовнішніх інвесторів в ТзОВ молочна компанія “Галичина” і, відповідно, призведуть до притоку нового капіталу. Однак, важливо пам’ятати, що всі ці заходи також потребують належного фінансового забезпечення.

Відсутність комплексних досліджень інвестиційної привабливості в економічній науці призводить до помилкового ототожнення фінансового забезпечення інвестиційної привабливості з фінансовим забезпеченням інвестиційної діяльності. Важливо розрізнати ці два поняття. Фінансове забезпечення інвестиційної привабливості означає джерела фінансування заходів, спрямованих на збільшення привабливості для інвесторів. Це може включати розробку та реалізацію програм підтримки, створення сприятливих умов для бізнесу, впровадження реформ та політичних заходів. У той же час, фінансове забезпечення інвестиційної діяльності стосується залучення коштів та фінансування конкретних проєктів чи інвестицій. Отже, важливо розуміти, що фінансове забезпечення інвестиційної привабливості охоплює джерела фінансування заходів, спрямованих на створення сприятливих умов для залучення інвестицій.

Фінансування заходів, спрямованих на підвищення інвестиційного іміджу підприємства, може здійснюватися за рахунок прибутку, що генерується підприємством. Однак, удосконалення фінансового забезпечення інвестиційної привабливості не обмежується лише пошуком шляхів збільшення прибутку. Хоча збільшення ціни на продукцію може бути одним із чинників, які впливають на прибуток, варто розглядати й інші аспекти.

Насправді, в сучасних умовах низької платоспроможності населення збільшення ціни на продукцію може призвести до зменшення обсягів продажу. Тому залучення інвестицій та підвищення інвестиційного іміджу підприємства потребує комплексного підходу.

Серед шляхів підвищення інвестиційного іміджу та збільшення прибутку підприємства можуть бути:

- збільшення обсягів продажу продукції;
- ефективне управління витратами на виробництво та реалізацію продукції;
- постійне зниження позареалізаційних збитків.

Для збільшення обсягу реалізації продукції підприємство може використовувати маркетингові стратегії. Важливо проводити ефективні рекламні акції, зокрема, в місцях продажу, в Інтернеті та на бігбордах міста. Зазначимо, що реклама продукції підприємства повинна спиратися на концепцію екологічної чистоти. Особлива увага має бути приділена підкресленню того, що продукція ТзОВ молочна компанія “Галичина” є безпечною, екологічно чистою та не містить шкідливих домішок, консервантів та замінників.

Щоб збільшити прибуток підприємства, значний потенціал має зменшення собівартості виготовлення та реалізації продукції. Це можливо шляхом ефективного управління різними видами витрат. Зокрема, це включає усунення надмірних витрат на сировину та матеріали, усунення непотрібних відходів, раціоналізацію цехових та загальновиробничих витрат, а також зниження витрат на утримання та експлуатацію обладнання і витрат від браку.

Крім того, можна виділити інші способи збільшення прибутку та підвищення рівня прибутковості, такі як:

- максимізація використання матеріальних активів підприємства з метою збільшення продуктивності;
- збільшення ефективності використання оборотних активів підприємства з метою зростання інтенсивності діяльності;

- оптимізація використання робочої сили з метою підвищення продуктивності праці;
- збільшення обсягу продажу продукції;
- ефективне управління матеріальними витратами з метою їх зниження;
- збільшення обсягу продажів продукції шляхом розширення ринків збуту;
- розширення географічного охоплення ринків, включаючи іноземні, для залучення нових клієнтів та збільшення доходів.

Ці шляхи спрямовані на досягнення більшої ефективності та оптимізації діяльності підприємства, що в свою чергу сприяє збільшенню його прибутку та прибутковості.

Одним із важливих кроків для поліпшення фінансового забезпечення інвестиційної привабливості є впровадження процесу бюджетування на підприємстві. Умови економічної нестабільності вимагають від вітчизняних підприємств ефективного фінансового управління та розвитку підприємства, тому розробка бюджету стає важливим завданням, що вимагає освоєння відповідної методики та є основним фінансовим плануванням для підприємств.

Думки щодо доцільності ведення фінансового планування розходяться, існує багато суперечок на цей рахунок. Деякі науковці стверджують, що бюджетування і планування пов'язані з неефективною плановою економікою і пропонують повністю відмовитися від цих процесів. На нашу думку, відмова від фінансового планування є еквівалентом відмови від розробки інструментів для фінансового забезпечення розвитку підприємства. Планування і бюджетування надають можливість відстежувати надходження та використання фінансових ресурсів, визначати їх потребу і рівень самофінансування.

Бюджетування як процес планування, обліку та контролю грошових потоків та фінансових результатів, поступово стає необхідною складовою управління господарською та фінансовою діяльністю підприємств. Дослідники активно працюють над розробкою науково обґрунтованої методологічної бази для складання бюджетів, тоді як більшість прибуткових підприємств вже

впроваджують практику бюджетування. Отже, ми приходимо до висновку, що для успішного функціонування досліджуваного підприємства, поліпшення його фінансового забезпечення та збільшення його привабливості для інвесторів використання бюджетів є необхідним.

Важливо відзначити, що при впровадженні системи бюджетування у ТЗОВ молочна компанія “Галичина” необхідний індивідуальний підхід. Це можна пояснити значними різницями у господарській діяльності різних галузей, а також у їх фінансовій ситуації. Отже, при виборі видів бюджетів для складання слід враховувати специфіку підприємств у молокопереробній галузі.

Ми вважаємо, що необхідно обов’язково складати бюджет руху грошових коштів, а також бюджет доходів і видатків. Бюджет руху грошових коштів є важливим інструментом для контролю платоспроможності та стійкості підприємства, а також для можливості планування грошових потоків. Бюджет доходів і видатків має на меті встановлення фінансових результатів.

У процесі бюджетування важливо забезпечувати взаємозв’язок між бюджетами та прибутковими центрами. Як було відзначено раніше, прибутковість ТЗОВ молочна компанія “Галичина” залежить від трьох центрів – кисломолочної продукції, жирної продукції та сухих продуктів, які необхідно враховувати під час складання бюджетів.

Ми вважаємо, що однією із ключових особливостей бюджетування в ТЗОВ молочна компанія “Галичина” повинно бути обґрунтування потреби в кредитних ресурсах із метою встановлення оптимального і прийняттого рівня кредитного обсягу. Цей підхід сприятиме вирішенню проблеми великої залежності підприємства від кредитів і покращить його фінансову стійкість, яка на даний момент є надто низькою.

При розробці заходів із покращення фінансового забезпечення ТЗОВ молочна компанія “Галичина” з метою збільшення його привабливості для інвесторів, особлива увага повинна бути приділена фінансовій стійкості підприємства. Одним із найсуттєвіших чинників, які впливають на рішення потенційного інвестора, є висока фінансова стійкість підприємства-об’єкта

інвестування. Це можна пояснити тим, що інвестори, які мають намір розмістити свої кошти з метою отримання прибутку, віддають перевагу фінансово стійким підприємствам, а не тим, які знаходяться на межі фінансової кризи.

Фінансова стійкість підприємства може бути описана як здатність забезпечувати свою платоспроможність усіма зобов'язаннями, пов'язаними з виробничою діяльністю, шляхом ефективного формування і використання власного капіталу, а також реалізації високоліквідних активів. Це також означає, що підприємство зберігає фінансову незалежність від зовнішніх запозичень.

Підприємство, яке має фінансову стійкість, характеризується високою ринковою цінністю і не потребує залучення фінансування для забезпечення своєї поточної виробничої діяльності. У таких умовах, основним спрямуванням інвестування фінансово стійкого підприємства буде розвиток його діяльності, розширення бізнесу, впровадження новітніх технологій та залучення інвестицій. Це безсумнівно підвищує зацікавленість інвесторів, зокрема з-за кордону.

Проведений дослідження фінансового стану досліджуваного об'єкта свідчить про те, що його фінансова стійкість є дуже низькою, а також є значна залежність від довгострокових кредитів. При оцінці інвестиційної привабливості підприємства було встановлено, що його низька фінансова стійкість негативно впливає на загальний рівень привабливості. Отже, є очевидним, що для забезпечення більш широкої фінансової стійкості необхідно зосередитися на розширенні зони інвестиційної привабливості підприємства.

Ми вважаємо, що ключовим чинником у досягненні більш широкої фінансової стійкості є реалізація ефективного управління фінансовою стійкістю. Для досягнення успішного функціонування підприємства стратегія управління фінансовою стійкістю повинна включати наступні аспекти:

- оптимізацію управління оборотними активами та структурою їх фінансування для досягнення ефективного обігу ресурсів;

- дотримання графіку оновлення необоротних активів і максимізація їх продуктивного використання;
- впровадження оптимальних стратегій для збільшення активів та підтримки напрямків розвитку;
- здійснення самостійного фінансування виробничого розвитку шляхом генерації прибутку, оптимізації податкових зобов'язань та раціонального управління амортизаційними процесами;
- забезпечення оптимальних умов і механізмів для отримання позичкових коштів, що відповідають потребам підприємства, з метою досягнення максимальної ефективності.

Варто зауважити, що оптимізація структури капіталу є ключовим і складним завданням, яке вирішується в процесі фінансового управління підприємством. Оптимальна структура капіталу визначається як оптимальне співвідношення між власним та позиковим капіталом, що забезпечує найефективніше відношення між фінансовою рентабельністю та фінансовою стійкістю підприємства. Головною метою такої структури є максимізація ринкової вартості підприємства. Оптимізація формування капіталу підприємства може бути досягнута шляхом ефективного планування його діяльності.

Основним завданням управління фінансовою стійкістю є не тільки підвищення рівня стійкості, але й забезпечення оптимального використання фінансових ресурсів, ефективного управління ризиками та забезпечення сталого розвитку підприємства. Також необхідно зосередитися на підтримці фінансової стійкості на відповідному рівні, яка вимагає особливої уваги та заходів. Для забезпечення фінансової стійкості підприємства необхідно прийняти фінансову стратегію, яка допоможе уникнути можливості неплатоспроможності, банкрутства та інших негативних наслідків у майбутньому. Підприємство повинно розробити стратегію, яка націлена на ефективний розподіл фінансових ресурсів, отриманих або наявних у нього, з метою досягнення високих фінансово-господарських результатів і забезпечення стійкості підприємства.

Урахування чинників ризику має велике значення при розробці фінансової стратегії. Фінансова стратегія враховує ризики, пов'язані з можливими неплатежами, інфляційними коливаннями, фінансовою кризою та іншими непередбачуваними обставинами.

Необхідність управління фінансовими ризиками для підприємств впливає з використання відповідної стратегії, яка представляє собою функціонально-організаційну форму застосування запобіжних заходів щодо фінансових ризиків даного підприємства. Тому безсумнівно виправдано визначати ефективні методи управління фінансовими ризиками.

Для уникнення негативних наслідків інвестиційної діяльності на підприємстві рекомендується активно впроваджувати стратегію зниження фінансових ризиків. Активна стратегія нейтралізації ризику передбачає використання таких методів, як розподіл ризиків, захист від ризиків та страхування фінансових ризиків.

Крім удосконалення фінансової стійкості, покращення фінансового забезпечення інвестиційної привабливості включає також зміцнення фінансового положення підприємства. Можливість реалізації інвестиційних проєктів підприємства обумовлена його фінансовим станом. Чим більший внесок в розвиток підприємства здійснюється за рахунок власних ресурсів, тим привабливішим стає підприємство для потенційних інвесторів. Це зрозуміло, оскільки жоден інвестор не проявляє інтересу до вкладення коштів в неприбуткову діяльність або фінансування оборотних засобів. Серед перспективних напрямів інвестування для нього можна виділити фінансування інноваційних проєктів, проведення реструктуризації та розширення виробництва. Для реалізації таких заходів необхідно мати достатні фінансові ресурси в підприємстві.

У сучасних умовах ринкових відносин, платоспроможність підприємства є одним із основних показників, що використовуються для оцінки його фінансового стану. Для поліпшення платоспроможності ТзОВ молочна компанія "Галичина" можна прийняти такі заходи: збільшити вхідні грошові

потоки шляхом збільшення виручки від реалізації, продажу деяких активів підприємства або рефінансування дебіторської заборгованості; а також скоротити вихідні грошові потоки шляхом зниження витрат, пов'язаних із виробництвом, або покриття частини цих витрат за рахунок прибутку, що залишається в розпорядженні підприємства.

Ефективне управління фінансами є ключовим чинником для покращення фінансового стану підприємства та забезпечення його конкурентоспроможності. Основним змістом правильної організації управління фінансами є ефективне використання фінансового інструментарію із метою досягнення стратегічних та тактичних цілей підприємства.

Фінансовий механізм підприємства є системою управління фінансами, яка спрямована на організацію взаємодії фінансових відносин і грошових ресурсів з метою оптимізації їх впливу на ключові результати виробництва. Ефективна взаємодія фінансових відносин досягається шляхом використання всіх фінансових категорій (включаючи виручку, прибуток, амортизацію, оборотні засоби, кредит, бюджет, податки), відповідних нормативів, різноманітних стимулів, пільг, санкцій та інших фінансових механізмів.

На даному підприємстві існує окремий департамент, відомий як фінансова служба, який підпорядковується фінансовому директору та відповідає за фінансові аспекти підприємства. З метою поліпшення ефективності підприємства та зміцнення його фінансового стану, вважається необхідним виконання таких завдань:

- виявлення можливостей для залучення фінансування з метою розвитку виробництва;
- визначення оптимальних способів вкладання фінансових ресурсів із метою отримання максимальної ефективності;
- оптимізація процесів, пов'язаних із операціями з цінними паперами, з метою підвищення їх ефективності;
- встановлення оптимальних взаємин із фінансово-кредитною системою та іншими суб'єктами господарювання з метою досягнення найкращих результатів.

Це означає, що важливо належним чином організувати роботу фінансової служби, щоб забезпечити можливість залучення додаткових фінансових ресурсів за найвигідніших умов, ефективно їх інвестувати та проводити прибуткові операції на фінансовому ринку.

Ще одним значущим способом покращення фінансового стану ТзОВ молочна компанія “Галичина” є прискорення процесу погашення дебіторської заборгованості. Для досягнення цієї мети можна вжити таких заходів:

- проведення детального аналізу фінансового стану покупця з метою отримання достатньої упевненості у його здатності виконати фінансові зобов'язання в майбутньому;
- вчасне оформлення необхідних документів для розрахунків із покупцями;
- використання системи передоплат для забезпечення фінансової стабільності;
- використання вексельної форми розрахунків як методу оплати;
- вдосконалення процесу розрахунків із метою покращення ефективності та швидкості.

У контексті підвищення інвестиційної привабливості, одним із напрямків зміцнення фінансового стану підприємства є поліпшення показників рентабельності. Для покращення рентабельності загального капіталу підприємства, можна зменшити частку активів, які не приносять прибутку, шляхом їх здачі в оренду або реалізації.

Крім цього, для поліпшення фінансових результатів підприємства та реалізації потенційних джерел збільшення прибутку, можна застосовувати наступні заходи як у короткостроковому, так і у довгостроковому періоді:

- провести аналіз та прийняти заходи для зменшення надмірних витрат фінансових ресурсів, які спрямовані на матеріальні та інші операційні витрати;
- реалізувати на підприємстві системи обліку витрат;

- застосувати ефективну цінову стратегію, яка буде варіюватися в залежності від конкретних категорій покупців;
- покращити маркетингову діяльність та збільшувати ефективність окремих рекламних заходів;
- приділяти належну увагу процесу навчання, підготовці та підвищенню кваліфікації персоналу;
- розробити та впровадити систему матеріального мотивування персоналу, яка буде тісно пов'язана з ключовими результатами економічної діяльності підприємства та раціональним використанням ресурсів;
- застосовувати системи дисциплінарних заходів щодо працівників при порушенні трудової або технологічної дисципліни;
- розробити та реалізувати заходи, спрямовані на покращення корпоративного середовища в колективі, що в кінцевому підсумку позначиться на збільшенні продуктивності праці;
- проводити систематичний нагляд за умовами зберігання та транспортування товарної продукції.

Впровадження зазначених заходів сприятиме покращенню загальної ефективності функціонування підприємства та приведе до зміцнення його фінансової стійкості.

Варто зазначити, що фінансова стійкість є комплексним поняттям, яке залежить від різних фінансово-економічних процесів. Фінансова стійкість визначається як стан фінансових ресурсів, ефективності їх розміщення і використання, при якому забезпечується розвиток усіх сфер діяльності на основі зростання прибутку і активів, збереження платоспроможності і кредитоспроможності. Це означає, що підприємство може функціонувати стабільно і успішно в довгостроковій перспективі, забезпечуючи необхідні ресурси для свого розвитку та виконання своїх зобов'язань перед стейкхолдерами. Фінансова стійкість відображає економічні відносини, що утворюють фінансовий механізм, спрямований на забезпечення поступового руху соціально-економічного розвитку. Вона включає в себе різні аспекти, такі

як ефективно управління фінансовими ресурсами, оптимальне розміщення капіталу, стійкість платежів, здатність до виконання фінансових зобов'язань та забезпечення необхідних ресурсів для подальшого розвитку. Фінансова стійкість є важливим чинником у забезпеченні тривалої і стабільної економічної діяльності та підтримці соціально-економічного прогресу.

Важливо мати на увазі, що при розробці стратегій поліпшення фінансового забезпечення та збільшення інвестиційної привабливості необхідно пам'ятати про те, що фінансова стійкість і фінансовий стан є нерозривно пов'язаними поняттями. Тому, для досягнення найкращих результатів, заходи щодо покращення фінансової стійкості та фінансового стану повинні бути взаємопов'язаними і реалізовуватися в комплексі. Упровадження запропонованих заходів в перспективі призведе до збільшення привабливості ТзОВ молочна компанія "Галичина" для потенційних інвесторів.

3.2 Маркетингове забезпечення підвищення інвестиційного іміджу підприємства

Проблема досягнення світового конкурентного рівня розвитку та підвищення ефективності вітчизняних переробних підприємств є актуальною і складною на сьогоднішній день. Одним із головних напрямків для вирішення цієї проблеми, на нашу думку, є збільшення інвестиційної привабливості конкретних підприємств.

Для забезпечення активної реструктуризації та зростання обсягів конкурентної продукції на етапі стабілізації виробництва, поліпшення інвестиційної привабливості переробних підприємств є необхідним. Це дозволить залучати необхідні ресурси для підприємств, щоб вони могли ефективно реалізувати процеси реструктуризації та забезпечити зростання своєї конкурентоспроможності. Завдання підвищення динаміки виробництва протягом тривалого часу на поточному виробничому потенціалі зіштовхується з труднощами через несумісність його технічного та технологічного рівня із вимогами сучасної ринкової конкуренції.

Отже, залучення додаткових ресурсів для впровадження новітніх технологій та інтенсифікації виробництва є об'єктивно необхідним. Це можливо досягти шляхом підвищення інвестиційної привабливості підприємства.

Після проведеної оцінки інвестиційної привабливості ТЗОВ молочна компанія "Галичина" було встановлено, що одним із найефективніших способів підвищення цієї привабливості є поліпшення маркетингового забезпечення.

Маркетингове забезпечення інвестиційної привабливості можна визначити як процес використання різних інструментів маркетингу та їх комбінації, відповідно до діючої маркетингової концепції, з метою посилення конкурентних позицій підприємства. Це спрямовано на забезпечення підвищення фінансової стійкості підприємства та зростання його ринкової вартості для привертання потенційних інвесторів.

Для підвищення інвестиційної привабливості ТЗОВ молочна компанія "Галичина" важливо розробити ефективну маркетингову діяльність. Це охоплює оптимізацію системи збуту, що допомагає збільшити фінансові показники підприємства. Також це сприяє забезпеченню фінансової стійкості підприємства та подоланню можливих загроз і використанню переваг завдяки вибору відповідної маркетингової стратегії для довгострокового розвитку. Це дозволяє залучити увагу потенційних інвесторів та підвищити інтерес до підприємства.

Дослідження показали, що застосування маркетингового інструментарію, такого як SWOT-аналіз, бенчмаркінг і маркетингові дослідження, а також використання економіко-математичних методів, значно зменшує ризики, з якими зіштовхуються потенційні інвестори при розгляді участі в конкретному бізнесі. Крім того, це сприяє підвищенню доходів від інвестицій.

Розвиток підприємства на основі маркетингової концепції є необхідним для відновлення конкурентоспроможності продукції та підвищення його інвестиційної привабливості. Основними цілями маркетингової діяльності є підтримка конкурентоспроможності підприємства і забезпечення його

максимальної ринкової вартості. Досягнення цієї мети залежить від успішної реалізації ефективних маркетингових програм, які забезпечують перевищення економічного ефекту над витратами, необхідними для їх впровадження.

Слід відзначити, що для пошуку шляхів вдосконалення маркетингового забезпечення інвестиційної привабливості ТзОВ молочна компанія “Галичина” необхідний комплексний підхід. Вдосконалення маркетингового забезпечення інвестиційної привабливості ТзОВ молочна компанія “Галичина” передбачає широкий огляд і впровадження різноманітних стратегій і інструментів маркетингу, які включають не лише збутову політику і розширення ринків, але й розробку маркетингових досліджень, підвищення якості продукції, розвиток бренду, встановлення ефективних комунікацій зі зацікавленими сторонами та інші активності. Тільки комплексний підхід дозволить досягти значущих результатів у вдосконаленні маркетингового забезпечення та збільшенні інвестиційної привабливості підприємства.

Маркетингові програми відомі своєю здатністю збільшувати вартість бізнесу через два основних спрямування:

- можуть сприяти збільшенню поточного річного прибутку, що в свою чергу сприяє підвищенню вартості бізнесу у короткостроковій перспективі;
- можуть сприяти забезпеченню довгострокових тенденцій зростання прибутку, що в свою чергу сприяє підвищенню вартості бізнесу у довгостроковій перспективі.

Вважаємо, що оптимальним варіантом є поєднання цих двох напрямків маркетингових програм, а також використання збільшення річного прибутку як джерела для забезпечення довгострокових тенденцій зростання прибутку та підвищення вартості підприємства в довгостроковій перспективі.

Для досягнення ефективних результатів використання маркетингових засобів необхідно розробляти і впроваджувати комплексну маркетингову стратегію, яка сприятиме розвитку підприємства. Конкретними шляхами реалізації комплексної маркетингової стратегії підприємства повинні стати: удосконалення маркетингової діяльності в цілому, поліпшення збутової

політики, пошук нових ринків збуту, впровадження інвестиційного маркетингу, ефективне формування цінової політики та інші важливі заходи.

Першочерговим завданням є покращення існуючої системи управління маркетингом, що в подальшому має сприяти наступним результатам:

- отримання достовірної, надійної та своєчасної інформації про ринкові умови, структуру та тенденції попиту, вподобання та потреби споживачів, тобто зовнішні чинники, що впливають на функціонування підприємства;

- розроблення продукту або асортименту товарів, які відповідають вимогам ринку у більшій мірі, ніж товари, пропоновані конкурентами;

- здійснення ефективного впливу на споживача, попит та ринок із метою досягнення максимальної контролю над сферою збуту;

- проведення аналізу споживачів, який включає дослідження демографічних, економічних, соціальних, географічних та інших характеристик людей, які здійснюють покупки. Цей аналіз спрямований на вивчення їх широкого спектру потреб та процесів придбання як наших, так і конкуруючих товарів;

- проведення дослідження і планування існуючих та майбутніх товарів, що включає розробку концепцій створення нових товарів та модернізацію існуючих. Це охоплює роботу з асортиментом товарів, визначення параметричних рядів та розробку упакування;

- управління маркетинговою діяльністю як цілісною системою, включаючи планування, виконання та контроль маркетингової програми і виконання індивідуальних обов'язків кожного учасника організації. Це також включає оцінку ризиків і потенційного прибутку, аналіз ефективності маркетингових рішень та прийняття відповідних коректив для досягнення максимальних результатів.

Наступним кроком є вдосконалення стратегії збуту. Щоб забезпечити ефективність збутової діяльності підприємства, важливо засновувати її на принципах маркетингу як важливого інструменту, що поєднує в собі різні процеси виробництва, збуту та споживання продукції. Маркетинг виконує

провідну роль у цьому комплексі взаємопов'язаних процесів, і його розробка стає ключовою передумовою для успішної збутової стратегії.

Ефективний збут вважається найсуттєвішим чинником, що сприяє поліпшенню господарської діяльності та формуванню конкурентної переваги підприємства на ринку. Для досягнення більшої ефективності у збутовій діяльності в умовах маркетингової орієнтації, підприємствам рекомендується вдосконалювати свою стратегію засновуючись на концепції STP-маркетингу. Ця концепція включає прийняття стратегічних рішень у трьох ключових напрямках: сегментація, вибір цільового ринку та позиціонування.

При розробці стратегії збуту важливо враховувати, що взаємодії між виробниками і покупцями мають ґрунтуватися на принципах співпраці та партнерства. Такі взаємовідносини не лише сприяють обміну відповідними вигодами для обох сторін, але й сприяють їх взаємному розвитку в більш широкому контексті.

Додатковими викликами є зміцнення конкурентоспроможності виробленої продукції, впровадження ефективної системи її маркетингового просування на ринок та успішне проведення рекламних заходів. Успішна рекламна кампанія часто визначає успіх підприємства. Рекомендується розміщувати рекламу на бігбордах у великих містах і в онлайн-середовищі для досягнення широкої аудиторії. Пріоритетом для ТзОВ молочна компанія “Галичина” у розробці рекламної кампанії є зосередження уваги споживачів на високій якості їх продукції, належності до високої молочарської культури Галичини і використанні виключно натуральної та екологічно чистої сировини.

Важливу роль у просуванні товарів і послуг на ринок відіграє і мотивація працівників, зайнятих у відділі маркетингу.

Маркетинговий відділ ТзОВ молочна компанія “Галичина” повинен надати пріоритетне значення пошуку нових ринків збуту для їх виробленої продукції. Один із потенційних шляхів довгострокового розвитку підприємства полягає в розширенні своєї присутності на міжнародних ринках. Це сприятиме збільшенню рентабельності та підвищенню репутації підприємства, що

позитивно вплине на його привабливість для інвестицій. Важливою перевагою є той факт, що завдяки входу на зарубіжні ринки, підприємство зможе привернути іноземних інвесторів.

Інвестиційний маркетинг становить необхідну складову ефективної маркетингової стратегії. Інвестиційний маркетинг є спеціальною діяльністю, яка спрямована на підвищення привабливості підприємства для інвесторів, шляхом активного залучення інвестиційних ресурсів і пошуку перспективних шляхів інвестування.

Впровадження принципів інвестиційного маркетингу є розумним для підприємств, де акцент робиться на самому підприємстві та його цінні папери. Основна мета полягає у вигідному продажу (емісії) цих цінних паперів і підвищенні ефективності їх обігу на фондовому ринку, залучаючи максимальні фінансові ресурси. Пріоритетом мають бути цілі інвестиційної стратегії розвитку, які повинні бути узгоджені з загальнокорпоративною стратегією та планом дій на інших функціональних рівнях. Головною метою є постійне зростання ринкової вартості бізнесу, що приведе до збільшення добробуту для кожного підприємства. У зв'язку з тим, що досліджуване підприємство відноситься до даного типу підприємств, ми можемо зробити висновок, що інвестиційний маркетинг повинен мати визначальну роль у маркетинговій стратегії.

Щодо розробки майбутньої ефективної цінової політики підприємства, рекомендується впровадити наступні заходи:

- визначення цін із урахуванням прибутковості кожної торгової марки та позиції;
- встановлення планової маржі для кожної торгової позиції;
- адаптація цін до конкурентного середовища шляхом їх коригування;
- розробка єдиного національного прайс-листа для всієї продукції;
- розробка програми знижок для постійних клієнтів із метою стимулювання їх лояльності;
- установа єдиної системи знижок для дистриб'юторів із метою залучення та утримання партнерів;

- введення знижок і бонусів у роздрібній торгівлі при покупці більшої кількості товару для стимулювання збільшення обсягів продажу.

Крім того, у процесі розробки маркетингової стратегії для подальшого розвитку підприємства, важливо враховувати, що ключовими чинниками, що визначають ринкову цінність підприємства, є рівень прибутковості та частка ринку. У випадку ТзОВ молочна компанія “Галичина”, прибутковість формується через три центри - кисломолочні продукти, жирні продукти та сухі продукти.

За нашим баченням, основний акцент слід зробити на перших двох напрямках, оскільки вони характеризуються більшою стабільністю та передбачуваністю. Це пояснюється їх орієнтацією на внутрішній ринок. Ми вважаємо, що виробництво та продаж кисломолочних продуктів буде забезпечувати стійкі фінансові потоки підприємства протягом наступних трьох років.

Виокремленою метою підприємства на найближчу перспективу є досягнення понад 12% частки на українському ринку молокопродуктів. За нашим переконанням, це можливо здійснити шляхом розширення діяльності у сфері надання послуг із реалізації молочної продукції. Зокрема, ми вважаємо, що реалізація виробленої молочної продукції за допомогою розгалуженої мережі філій дозволить забезпечити стабільність фінансових потоків. Орієнтація маркетингової стратегії має базуватись на створенні національного бренду ТзОВ молочна компанія “Галичина”.

Крім того, враховуючи поточну сировинну кризу в молочній промисловості, велике значення слід приділити вдосконаленню системи закупівлі сировини. Головною сировиною для виробництва продукції ТзОВ молочна компанія “Галичина” є молоко, яке підприємство закуповує у населення, сільськогосподарських підприємств та посередників. Найбільший обсяг постачання молока для підприємства забезпечує населення, яке складає 54% від загального обсягу. Господарства та посередники також постачають значну кількість молока, їх питома вага становить відповідно 34,9% та 11%.

Для забезпечення відповідної якості сировини, підприємство має широкую мережу поставок молока, яка охоплює 8 областей, зокрема Вінницьку, Волинську, Житомирську, Київську, Львівську, Рівненську, Тернопільську та Хмельницьку. З метою підвищення якості продукції, особливу увагу слід звернути на удосконалення системи заготівлі сировини, зокрема налагодження власних заготівельних пунктів у селах. Ці пункти повинні бути обладнані відповідними холодильними установками для зберігання молока, що сприятиме збереженню його якості. Крім того, важливим є покращення транспортного забезпечення між пунктами заготівлі та безпосереднім виробництвом для швидкої доставки сировини. Це допоможе забезпечити свіжість молока та зменшити можливість його псування протягом транспортування. З метою зменшення проблем, пов'язаних із недостатньою кількістю сировини, в молокопереробній галузі, рекомендується зменшити кількість посередників і здійснювати закупівлю молока безпосередньо у виробників.

Впровадження цих заходів дозволить збільшити кількість постачальників та подолати проблему з недостатньою кількістю сировини для ТзОВ молочна компанія “Галичина”, необхідну для виробництва продукції. Одночасно це дозволить підвищити закупівельні ціни без значного збільшення витрат для підприємства.

Додатковим способом вирішення проблем із постачанням сировини може бути створення власної молочної ферми в Карпатському регіоні. Цей захід дозволить суттєво знизити залежність підприємства від зовнішніх постачальників, оскільки власна ферма забезпечить стабільне постачання необхідної сировини.

Ми вважаємо, що ефективною стратегією розподілу маркетингового бюджету підприємства є приділення основної уваги просуванню ключового асортименту у великих торгових мережах категорії. Це має на меті:

- акцентувати увагу і зосередити зусилля на підвищенні обсягів продажу;
- спочатку забезпечити стійкі позиції на ринку з вибраними товарами, а потім розширювати асортимент продукції;

- фокусуватися на введенні на ринок тільки інноваційних продуктів, які будуть представлені в інноваційних упаковках.

При створенні привабливості для інвесторів, власники підприємства повинні використовувати всі доступні інструменти та стратегії для оптимального розміщення підприємства на ринку і залучення інвестиційного капіталу.

Під час приваблення інвесторів все більшої уваги приділяється нематеріальним конкурентним перевагам. Нематеріальні активи і ресурси, хоча й не мають фізичної форми, відіграють значну роль у формуванні вартості продукції та успіху підприємства. Серед нематеріальних активів підприємства, які сприяють збільшенню його вартості та привабливості для інвесторів, можна виділити бренд, імідж та репутацію. Ці елементи найкраще позиціонують підприємство на ринку, підвищують його ринкову цінність та сприяють приверненню інвестицій.

Враховуючи це, ми рекомендуємо ТзОВ молочна компанія “Галичина” приділити особливу увагу впровадженню та розвитку бренду. Брендінг або управління брендом є стратегічною діяльністю, спрямованою на створення, утримання та посилення цінності бренду підприємства з метою отримання тривалої конкурентної переваги. Це досягається шляхом ефективного комунікаційного міксу та вдалого позиціонування, що сприяє зміцненню впливу підприємства на його цільову аудиторію [2, с. 17].

Під час розробки стратегії управління брендом важливо враховувати, що бренд являє собою інструмент, який може мати як позитивний, так і негативний вплив на інвестиційну привабливість підприємства. Сила цього впливу залежить від фінансового стану підприємства та ефективного стратегічного управління ним.

Додатковим чинником, що збільшує привабливість для інвесторів, є комбінація унікальних характеристик та програм, що підвищують його інвестиційну привабливість.

Тому, зважаючи на визначальну роль маркетингових інструментів у функціонуванні підприємства та підвищенні його ринкової цінності, а також

інвестиційної привабливості, можна зробити висновок, що для майбутнього розвитку досліджуваного підприємства необхідно посилити маркетингову діяльність та приділити особливу увагу впровадженню ефективної маркетингової стратегії.

Щоб покращити маркетингове забезпечення інвестиційної привабливості, ми вважаємо, що можна здійснити такі конкретні заходи:

1. Розробка ефективної стратегії маркетингу для розвитку підприємства. Це включає в себе аналіз цільової аудиторії, визначення унікальних продуктових пропозицій, розробку цільових каналів комунікації та стратегій залучення нових інвесторів.

2. Використання інвестиційного маркетингу. Це означає активне просування підприємства та його інвестиційних можливостей на ринку. Це може включати веб-сайт з детальною інформацією про підприємство та його проекти, використання соціальних медіа для привертання уваги потенційних інвесторів, проведення виставок та конференцій для залучення нових контактів та інших маркетингових заходів, спрямованих на залучення інвесторів.

3. Впровадження системи бренд-менеджменту. Це включає ретельне вивчення і розробку бренду підприємства, встановлення чіткого ідентифікаційного стилю, використання ефективного комунікаційного та дизайнерського підходу, що допоможе підсилити сприйняття підприємства інвесторами та встановити позитивну сприйнятливність щодо її продукту або послуги.

4. Оптимізація збутової та цінової політики. Аналіз ринкових тенденцій та конкурентної ситуації, визначення оптимальних каналів збуту, удосконалення процесів продажу та обслуговування клієнтів. Крім цього, розробка конкурентоспроможної цінової стратегії, враховуючи якість продукту або послуги, витрати та цінову політику конкурентів.

5. Проведення екологічної рекламної кампанії. Зважаючи на ріст свідомості щодо екології та сталого розвитку, проведення рекламних заходів, що акцентують на екологічних аспектах продукту або послуги, може

привернути увагу інвесторів. Це можуть бути рекламні кампанії в ЗМІ, спонсорство екологічних заходів або співпраця з організаціями, присвяченими екологічній тематиці.

6. Оптимізація системи заготівлі сировини. Це включає створення власних точок заготівлі сировини, які будуть обладнані відповідно та забезпечені для ефективного збору необхідної сировини. Також може бути важливим зменшення ролі посередників і підвищення закупівельних цін для виробників шляхом прямого співробітництва з ними.

7. Створення власної молочної ферми. Це може служити засобом зменшення залежності підприємства від постачальників сировини, зокрема молока. Шляхом створення та управління власною фермою, підприємство може контролювати якість та доступність сировини, а також забезпечити стабільні поставки для своїх виробничих потреб.

Ці заходи спрямовані на покращення ланцюжка постачання сировини, забезпечення стабільності постачання та підвищення контролю над якістю сировини, що може позитивно вплинути на інвестиційну привабливість підприємства.

ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ

1. Ефективність економічного розвитку будь-якого суб'єкта господарювання нерозривно пов'язана з підвищенням інвестиційної привабливості підприємств. Це стосується як залучення іноземних інвестицій, так і перерозподілу інвестиційних ресурсів між різними регіонами. Підвищення інвестиційної привабливості сьогодні стає пріоритетним завданням розвитку підприємства у зв'язку з нестачею власних фінансових ресурсів і потребою в залученні додаткового інвестиційного капіталу.

2. Ефективними засобами підвищення інвестиційної привабливості є удосконалення її маркетингового та фінансового забезпечення. Проте, ці методи ще не до кінця вивчені і потребують глибокого аналізу та комплексного підходу. Для початку дослідження теоретичних основ маркетингового та фінансового забезпечення інвестиційної привабливості, варто розглянути сутність управління маркетинговою та фінансовою діяльністю підприємства.

3. Враховуючи тісний зв'язок між маркетинговою діяльністю і ефективністю функціонування підприємства, а також вплив маркетингу на фінансові результати, сьогодні найбільш важливими способами підвищення інвестиційної привабливості підприємства є використання маркетингових і фінансових інструментів. З цією метою, розгляд дослідження маркетингової і фінансової діяльності підприємства варто провести разом. Проведення комплексного дослідження системи управління маркетинговою та фінансовою діяльністю сприятиме глибшому розумінню сутності бізнесу на основі маркетингової концепції і оцінці її впливу на фінансову діяльність підприємства. На основі цих даних можна буде розробити конкретні стратегії та заходи для підвищення інвестиційної привабливості.

4. Після проведення дослідження фінансово-економічних основ інвестування, ми прийшли до висновку, що головною проблемою інвестиційної діяльності є нестача джерел фінансування для інвестиційних проєктів. Використання власних ресурсів підприємства є найбажанішим варіантом, але

через їх обмеженість необхідно активно шукати додаткові джерела фінансування.

5. Після вивчення відповідної економічної літератури, стало очевидним, що відсутність єдиного підходу до оцінки інвестиційної привабливості та її трактування є значною проблемою. Варто відзначити, що поняття “інвестиційна привабливість” має суперечливий статус через те, що кожен учасник інвестиційного процесу вкладає в нього свій власний зміст і трактує його по-своєму. Загалом, можна точніше визначити інвестиційну привабливість підприємства як ефективність та доцільність вкладення коштів у нього.

6. Відсутність комплексних досліджень інвестиційної привабливості в економічній науці призводить до неправильного ототожнення фінансового забезпечення інвестиційної привабливості з фінансовим забезпеченням інвестиційної діяльності. Тому важливо зазначити, що фінансове забезпечення інвестиційної привабливості означає джерела фінансування заходів з підвищення її рівня.

7. Товариство з обмеженою відповідальністю молочна компанія “Галичина” є об’єктом дослідження, у якого використовуються маркетингові та фінансові засоби для підвищення інвестиційної привабливості. Проведений аналіз виробничого потенціалу та фінансового стану підприємства дозволяє зробити висновок, що воно є прибутковим, рентабельним та платоспроможним підприємством із потужним виробничим потенціалом та ефективною господарською діяльністю.

8. Товариство з обмеженою відповідальністю молочна компанія “Галичина” має низький рівень власного капіталу, що становить лише 13,8% від загальної фінансової основи. Більшість фінансування підприємства отримується шляхом залучення позикових та залучених джерел, що становить 86,2%. Це обумовлено кризовим станом і недостатністю власних фінансових ресурсів. Наразі основним способом фінансування підприємства є кредитне фінансування, що є неефективним через високі витрати на кредитні ресурси. Вважається, що оптимальним рішенням було б самофінансування

підприємства, але через обмеженість власного капіталу необхідно шукати альтернативні шляхи фінансування діяльності.

9. Підвищення фінансової стійкості підприємства є ключовим чинником, який впливає на рішення потенційних інвесторів про вкладання коштів. Запропоноване зміцнення фінансової стійкості має велике значення для поліпшення інвестиційної привабливості.

10. Під час виконання роботи за допомогою традиційної логіки та аналогії була встановлена пряма залежність між маркетинговою діяльністю і поліпшенням фінансової стійкості. Це дає нам підставу запропонувати один із заходів для зміцнення фінансової стійкості та, відповідно, інвестиційної привабливості – поліпшення маркетингової діяльності й розробку та впровадження нових маркетингових стратегій.

11. Проведений аналіз маркетингового потенціалу ТзОВ молочна компанія “Галичина” підтвердив переваги та можливості підприємства, а також виявив шляхи для подолання загроз та нейтралізації його слабких сторін. Крім того, було визначено способи вигідного використання сильних сторін та можливостей, що сприятиме підвищенню його інвестиційної привабливості.

12. Проведена оцінка інвестиційної привабливості ТзОВ молочна компанія “Галичина” свідчить про високий рівень привабливості підприємства для зовнішніх інвесторів. Втім, аналіз також виявив деякі негативні аспекти, включаючи низьку фінансову стійкість, значну кількість слабких сторін та відсутність системи бренд-менеджменту на підприємстві. Отримані результати стали основою для розробки шляхів підвищення інвестиційної привабливості підприємства.

13. Розробка ефективної маркетингової стратегії є важливим засобом для підвищення інвестиційної привабливості ТзОВ молочна компанія “Галичина”. Ця стратегія сприяє покращенню фінансових результатів шляхом вдосконалення системи збуту, забезпечення фінансової стійкості підприємства і подолання загроз шляхом ефективного використання сильних сторін і можливостей. Вибір відповідної довгострокової маркетингової стратегії сприятиме сталому розвитку підприємства.

14. Для забезпечення зацікавленості зовнішніх інвесторів підприємством необхідне належне фінансове забезпечення. Головним джерелом фінансування заходів, спрямованих на підвищення інвестиційного іміджу підприємства, є прибуток. Тому удосконалення фінансового забезпечення інвестиційної привабливості передбачає пошук шляхів збільшення прибутку підприємства. Крім того, необхідно звернути увагу на зміцнення фінансового стану і підвищення фінансової стійкості підприємства.

15. При розробці способів покращення фінансового забезпечення інвестиційної привабливості необхідно мати на увазі, що фінансова стійкість і фінансовий стан є нерозривно пов'язаними поняттями. Відповідно, заходи щодо їх покращення повинні бути взаємопов'язаними і проводитися комплексно.

На основі проведеного наукового дослідження ми розробили такі пропозиції:

1. Оскільки пошук ефективних джерел і ресурсів фінансування є однією з найбільших проблем, які виникають у процесі інвестиційної діяльності, ми вважаємо, що формування інвестиційних ресурсів є одним із найважливіших завдань фінансової стратегії підприємства. У випадку недостатності власних фінансових ресурсів, ця стратегія повинна включати розробку шляхів підвищення інвестиційної привабливості підприємства для залучення зовнішніх інвестицій.

2. З метою уточнення поняття і запобігання ототожненню фінансового забезпечення інвестиційної привабливості та самої інвестиційної діяльності, ми пропонуємо розуміти фінансове забезпечення інвестиційної привабливості як комплекс фінансових відносин, спрямованих на залучення, накопичення та ефективне використання фінансових ресурсів з метою забезпечення стійкості, прибутковості та розширеного відтворення виробництва.

3. Щоб краще розуміти суть маркетингового забезпечення інвестиційної привабливості, ми можемо його трактувати як процес використання маркетингових інструментів, їх комбінування та використання діючої

маркетингової концепції з метою зміцнення конкурентних позицій підприємства, забезпечення підвищення його фінансової стійкості та зростання ринкової вартості, що сприяє зацікавленню потенційних інвесторів.

4. Оцінка інвестиційної привабливості підприємства, яка заснована лише на його фінансовому стані, надає неповну картину ситуації. Пропонуємо використовувати комплексний підхід до оцінки, який враховує макроекономічні чинники та фінансовий аналіз діяльності підприємства. Це дозволить оцінити потенційну прибутковість, виявити найсуттєвіші інвестиційні ризики та максимально врахувати вплив зовнішнього середовища.

5. Пропонуємо при визначенні інвестиційного іміджу конкретного підприємства враховувати наступні чинники: інвестиційний клімат країни, галузь, фінансовий стан, менеджмент, виробничий потенціал, маркетинговий потенціал. За допомогою аналізу інвестиційної привабливості об'єкта дослідження, заснованого на цих чинниках, ми отримали достовірну інформацію про привабливість ТЗОВ молочна компанія "Галичина". Це свідчить про можливість подальшого використання розробленої методики.

6. Для поліпшення функціонування ТЗОВ молочна компанія "Галичина" та збільшення його привабливості для інвесторів, рекомендується приділити увагу маркетинговим аспектам та зосередитися на розробці ефективної маркетингової стратегії.

7. Ми вважаємо, що оптимальним підходом для досліджуваного підприємства є комбінація стратегії глибокого проникнення на ринок разом із стратегіями розвитку ринку і розвитку продукту.

8. З метою підвищення інвестиційної привабливості досліджуваного підприємства, пропонуємо реалізувати такі заходи:

- використання стратегії інвестиційного маркетингу;
- впровадження системи бренд-менеджменту;
- проведення екологічно орієнтованих рекламних акцій;
- створення власної молочної ферми;
- удосконалення цінової та збутової політики;

- зміцнення фінансової стійкості та поліпшення фінансового стану підприємства;

- використання результатів SWOT-аналізу для використання можливостей та сильних сторін підприємства для нейтралізації слабких сторін та загроз;

- впровадження системи бюджетування;

- виявлення резервів для збільшення прибутку та спрямування його на фінансування заходів із підвищення інвестиційного іміджу підприємства;

- використання сучасних методів для нейтралізації інвестиційних ризиків;

- розробка системи моніторингу використання інвестицій.

9. Виявлений позитивний вплив ефективної маркетингової діяльності на фінансову стійкість ТЗОВ молочна компанія “Галичина”, а також його інвестиційну привабливість.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Артимонова І. В. Методичні підходи до оцінки ефективності маркетингової діяльності аграрних підприємств. *Актуальні проблеми економіки*. 2017. №5. С. 56-62.
2. Балабанова Л. В., Приходченко Я. В. Бренд-менеджмент підприємства в умовах маркетингової орієнтації : монографія. Донецьк, Плагмат, 2016. 200 с.
3. Балацький О. Ф. Управління інвестиціями : навч. посіб. Суми : ВТД “Університетська книга”, 2014. 232 с.
4. Білоконь Ю. Сучасні методи управління розвитком території на державному рівні. *Будівництво України*. 2012. № 3. С. 7-11.
5. Борш А. Г., Борщ О. Г. Структура фінансового капіталу та ефективність його використання агропромисловими підприємствами. *Економіка АПК*. 2018. № 3. С. 51-55.
6. Вітлінський В. В., Наконечний С. І. Економічний ризик і методи його вимірювання. К. : ІЗМН, 2016. 400 с.
7. Гоголь І. А. Формування маркетингової стратегії сільськогосподарських підприємств. *Економіка АПК*. 2016. №12. С. 123-126.
8. Гоголя О. П., Степасюк Л. М. Удосконалення маркетингової діяльності сільськогосподарських товаровиробників. *Економіка АПК*. 2016. №3. С. 61-64.
9. Голубков Є. П. Маркетингові дослідження: теорія, методологія і практика. К. : Фінпрес, 2013. 260 с.
10. Грабко Н. О. Інвестування молокопереробних підприємств Одеської області. *Вісник ХНТУСГ ім. Петра Василенка*. Випуск 55. Х. : Ібіс, 2017. С. 229-233.
11. Гривківська О. В. Дослідження грошових потоків від інвестиційно-фінансової діяльності підприємств. *Актуальні проблеми економіки*. 2010. №5. С. 69-73.

12. Грідасов В. М. Кравченко С. В. Інвестування : навч. посіб. К. : Центр навч. літ., 2014. 203 с.
13. Гукалюк А. Ф. Інвестиційна привабливість як чинник підвищення конкурентоспроможності підприємства. *Актуальні проблеми економіки*. 2010. №6. С. 167-173.
14. Демчук Н. І. Фінансове забезпечення інвестиційної діяльності в аграрному секторі економіки. *Інвестиції: практика і досвід*. 2018. С. 8-10.
15. Денисенко М. П. Основи інвестиційної діяльності : підручник. К. : Алерта, 2013. 156 с.
16. Дороніна М. С. Фінансова діяльність суб'єктів господарювання : навч. посіб. Х. : Ібіс, 2012. 154 с.
17. Єріна А. М., Захожай В. Б., Єрін Д. Л. Методологія наукових досліджень : навч. посіб. К. : ІЗМН, 2014. 212 с.
18. Жаліло Л. А. Економічна стратегія держави: теорія, методологія, практика. К. : НІС, 2013. 368 с.
19. Зятковський І. В. Фінансове забезпечення діяльності підприємством : монографія. Тернопіль: Економічна думка, 2016. 229 с.
20. Ізмайлова К. В. Фінансовий аналіз : навч. посіб. К. : МАУП, 2011. 152 с.
21. Краус К. М., Краус Н. М. Стратегія фінансової стабілізації підприємств : монографія. Полтава : Дивосвіт, 2017. 140 с.
22. Лайко Г. П. Формування інвестиційної привабливості підприємств АПК. К. : ННЦ "Інститут аграрної економіки", 2015. 202 с.
23. Лиходій В. Г., Єрмошенко М. М. Маркетинг. К. : Центр навч. літ., 2012. 403 с.
24. Лукінов І. І. Стратегія і механізм пореформеного розвитку національного АПК. *Економіка АПК*. 2012. №8. С. 6-10.
25. Маморова Т. В. Інвестиційна діяльність : навч. посіб. К. : Центр навч. літ., 2014. 376 с.

26. Мартиненко В. Формування державного механізму управління інвестиційним процесом в Україні: проблеми невизначеності та методи їх зняття. *Економіка України*. 2012. № 8. С. 50-56.
27. Мартюшев Л. С. Теоретико-методичне забезпечення управління фінансовою діяльністю підприємств : монографія. Х. : АдВА, 2019. 272 с.
28. Методика інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємств і організацій. *Державний інформаційний бюлетень про приватизацію*. 2008. № 7. С. 18-28.
29. Мойсеєнко І. Інвестування : навч. посіб. К. : Знання, 2016. 490 с.
30. Мочерний С. В. Методологія економічних досліджень : підручник. Львів : Світ, 2011. 415 с.
31. Музиченко А. С. Державне регулювання інвестиційної діяльності. К. : Науковий світ, 2011. 345 с.
32. Настасенко О. Г. Методичний підхід до оцінки ефективності інвестиційної діяльності молокопереробних підприємств. *Актуальні проблеми економіки*. 2018. № 4. С. 120-126.
33. Носова О. В. Інвестиційна привабливість підприємства. *Стратегічні пріоритети*. 2017. № 1 (12). С. 120-126.
34. Пересада А. А. Основи інвестиційної діяльності. К. : Лібра, 2013. 207 с.
35. Пілецька С. Т., Чапліна О. А. Фінансова діяльність суб'єктів підприємництва : навч. посіб. Краматорськ: АРК, 2019. 111 с.
36. Поддєрьогін А. М., Корнилюк А. В. Інновації та їх фінансове забезпечення в промисловості України. *Фінанси України*. 2019. № 11. С. 94-100.
37. Подолянчук О. А. Бюджетування як елемент внутрігосподарського контролю. *Економіка АПК*. 2021. № 3. С. 55-58.
38. Пузирьова П. В. Базові методи нейтралізації фінансових ризиків у підприємницькій діяльності. *Актуальні проблеми економіки*. 2019. №5. С. 143-148.

39. Самойлова Т. А. Джерела формування фінансового капіталу підприємства. *Облік і фінанси АПК*. 2021. №1. С. 169-173.
40. Спаський Г. Інвестування сільськогосподарського виробництва Закарпатського регіону. *Економіка АПК*. 2021. № 2. С. 58-63.
41. Тодоряк О. Г. Особливості розробки інвестиційної політики підприємства в умовах фінансово-економічної кризи. *Актуальні проблеми економіки*. 2016. №10. С. 73-77.
42. Управління фінансовою діяльністю суб'єктів підприємництва : навч. посіб. К. : МАУП, 2019. 556 с.
43. Фінанси підприємств : підручник / За ред. А. М. Подерьогіна. К. : КНЕУ, 2013. 305 с.
44. Черевко Г. В. Економіка підприємств : навч. посіб. Львів : Апріорі, 2014. 384 с.
45. Щукін Б. М. Аналіз інвестиційних проектів : конспект лекцій. К. : МАУП, 2012. 126 с.