

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ ТА НАУКИ УКРАЇНИ
ІЗМАЇЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
КАФЕДРА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЮ ТА ТУРИСТИЧНОЮ
ДІЯЛЬНІСТЮ

ОЦІНКА ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Кваліфікаційна робота здобувача
освітнього ступеня «магістр»
спеціальності 076 Підприємництво,
торгівля та біржова діяльність
освітньої програми Економіка та
управління підприємствами. Менеджмент
проектів і консалтинг
Хижого Нікіти Вікторовича
Керівник: к.е.н., доц. Сорока Л.М.
Рецензент: д.е.н., проф. Захарченко В.І.

Робота допущена до захисту

на засіданні кафедри управління підприємством та туристичного бізнесу
(назва інститутської кафедри)

протокол № 8 від «27» грудня 2022 р.

Завідувач кафедри

Микола Гук
(підпис)

Робота пройшла публічний захист

на відкритому засіданні ЕК

«26» січня 2023 р.

Оцінка

84
(зу становлять двоє)

добре
(за градаційного вказівки)

Голова ЕК

Сергій Л.М.
(підпис)

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ВИЗНАЧЕННЯ Й ОЦІНКИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ.....	7
1.1. Теоретичне підґрунтя інвестування.....	7
1.2. Сутність економічної категорії «інвестиційна привабливість».....	10
1.3. Методи оцінки інвестиційної привабливості суб'єктів господарювання.....	16
Висновки до розділу 1.....	22
РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ТОВ «ТОРГОВИЙ ДІМ «КИЇВХЛІБ».....	24
2.1. Загальна характеристика ТОВ «Торговий дім «КиївХліб».....	24
2.2. Фінансово-економічний аналіз господарської діяльності ТОВ «Торговий дім «КиївХліб».....	28
2.3. Оцінка інвестиційної привабливості ТОВ «Торговий дім «КиївХліб».....	38
Висновки до розділу 2.....	44
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ТОВ «ТОРГОВИЙ ДІМ «КИЇВХЛІБ».....	45
3.1. Рекомендації щодо підвищення ефективності господарської діяльності.....	45
3.2. Прогнозування зміни рівня інвестиційної привабливості за рахунок удосконалення господарської діяльності ТОВ «Торговий дім «КиївХліб».....	52
3.3. Моніторинг інвестиційної привабливості підприємства як запорука його ефективного розвитку.....	54
Висновки до розділу 3.....	60
ВИСНОВКИ.....	62
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ.....	66
ДОДАТКИ.....	75

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. В ринкових умовах господарювання, які характеризуються загостренням ринкової конкуренції між підприємствами за: покупця, нові ринки збуту продукції, ринки сировини, рівень прибутку, доступ до джерел фінансування тощо, оцінка інвестиційної привабливості певного суб'єкта господарювання є важливим питанням. Оскільки, з одного боку – це можливість залучити додаткові кошти інвесторів до господарського процесу підприємства, а з іншого, – це можливість з'ясувати реальний стан господарської діяльності, виявити недоліки в діяльності компанії, розробити заходи щодо їх ліквідації та таким чином сприяти залученню інвестиційних ресурсів зовнішніх інвесторів.

Питанням, що пов'язані з процесом інвестування, визначенням рівня інвестиційної привабливості суб'єктів підприємницької діяльності, вибору методики оцінки інвестиційної привабливості суб'єктів господарювання, з'ясуванню проблем, що пов'язані з даним процесом присвячено багато наукових праць як вітчизняних науковців, так і закордонних.

Серед них можна назвати наступних: Савлук О., Саєнко О., Харченко А., Коюда В., Лепейко Т., Коюда О., Бланк І. та інші.

Проте наявність деяких дискусійних питань, постійні зміни, що відбуваються в сучасних ринкових відносинах, наявність специфіки господарської діяльності підприємств різних галузей народного господарства, присутність багатьох методик оцінки інвестиційної привабливості вимагають подальших досліджень даної проблематики. Виходячи з цього, вважаємо тематику дослідження актуальною та доцільною.

Мета і завдання дослідження. Мета кваліфікаційної роботи полягає у виборі методики оцінки інвестиційної привабливості для

визначення рівня інвестиційної привабливості сучасних підприємств та надання пропозицій щодо його підвищення.

Для того, щоб досягти поставлену мету, нам необхідно виконати ряд завдань:

- дослідити теоретичне підґрунтя процесу інвестування;
- визначити сутність і зміст поняття «інвестиційна привабливість»;
- розглянути методи оцінки інвестиційної привабливості підприємств;
- надати комплексну характеристику ТОВ «Торговий дім «КиївХліб»;
- оцінити його інвестиційну привабливість;
- надати рекомендації щодо підвищення ефективності господарської діяльності, яка є запорукою інвестиційної привабливості підприємств;
- спрогнозувати зміну рівня інвестиційної привабливості у разі впровадження рекомендацій.

Об'єктом дослідження виступають теоретичні та практичні засади процесу оцінки інвестиційної привабливості сучасних підприємств.

Предметом дослідження обрано процес оцінки інвестиційної привабливості ТОВ «Торговий дім «КиївХліб».

Методи дослідження. При проведенні дослідження нами використано методи теоретичного узагальнення, порівняння та систематизації (при розгляді теоретичних засад, що виступають у якості підґрунтя процесу інвестування); статистичного, графічного, економічного аналізу та діагностики (при аналізі результатів господарської діяльності підприємства); експертних і рейтингового методів оцінювання (при оцінці рівня інвестиційної привабливості підприємства) тощо.

Інформаційною базою стали: законодавчі акти України, бухгалтерська та статистична звітність підприємства, монографії, підручники, посібники, наукові статті як у фахових, так і у періодичних вітчизняних виданнях, матеріали науко-практичних конференцій та матеріали, які є у вільному доступі мережі Інтернет.

Наукова новизна дослідження полягає у розробці алгоритму оцінки інвестиційної привабливості, який у комплексі формує інтегральну оцінку, яка свідчить про рівень інвестиційної привабливості підприємства.

Практичне значення дослідження полягає:

- в можливості використати запропоновану методику оцінки інвестиційної привабливості для будь-якого господарюючого суб'єкта;
- встановлений рівень інвестиційної привабливості підприємства ТОВ «Торговий дім «КиївХліб» може стати поштовхом менеджменту підприємства до практичних дій, що приведе до покращення стану господарської діяльності і, як наслідок, підвищення рівня інвестиційної привабливості у майбутніх періодах.

Структура та обсяг роботи. Робота має наступну структуру: вступ, три розділи, висновки, список використаних джерел та літератури, додатки. Зміст дослідження викладений на 79 сторінках друкарського тексту, який включає 11 таблиць та 4 рисунки.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ВИЗНАЧЕННЯ Й ОЦІНКИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

1.1. Теоретичне підґрунтя інвестування

Фундаментом успішної національної економіки будь-якої країни є інвестиційна діяльність тому, що вона «пов'язує інтереси, концентрує та спрямовує ресурси населення, господарюючих суб'єктів та держави у напрямку сталого ефективного соціально-економічного розвитку» [1, с. 69].

Згодні з авторами [2], які вважають, що «науковий підхід до вирішення певних питань потребує, у першу чергу, необхідності визначення та пояснення термінології та категорій, які будуть використовуватися у процесі розгляду проблем» [2, с. 17].

Почнемо з розгляду законодавчої бази України. У Законі України «Про інвестиційну діяльність» написано: «інвестиційна діяльність – це сукупність практичних дій громадян, юридичних осіб і держави щодо реалізації інвестицій» [3].

Автори наукової статті [1] пропонують розглядати сучасну інвестиційну діяльність із 2х боків: «із одного боку – це діяльність, яка пов'язана із вкладенням коштів у об'єкти інвестування з ціллю отримання прибутку, а з іншого боку – це власне процес інвестування, який характеризується перетворенням різноманітних економічних ресурсів у інвестиції» [1, с. 70].

У Законі України «Про інвестиційну діяльність» також є визначення об'єкту інвестування. В ньому зазначено, що: «Об'єктами інвестиційної діяльності можуть бути: будь-яке майно, в тому числі основні фонди і оборотні кошти в усіх галузях економіки, цінні папери (крім векселів),

цільові грошові вклади, науково-технічна продукція, інтелектуальні цінності, інші об'єкти власності, а також майнові права» [3].

Центральними учасниками процесу інвестування є інвестори. У головному акті щодо інвестиційної діяльності, а саме Закону України «Про інвестиційну діяльність» написано, що інвестори – це «суб'єкти інвестиційної діяльності, які приймають рішення про вкладення власних, позичкових і залучених майнових та інтелектуальних цінностей в об'єкти інвестування» [3].

Також, у розглянутому нами законодавчому акті [3] присутнє визначення й економічного терміну «інвестиції», який є ключовою категорією у процесі інвестування. Під інвестиціями розуміються «всі види майнових та інтелектуальних цінностей, що вкладаються в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності, в результаті якої створюється прибуток (доход) та/або досягається соціальний та екологічний ефект» [3].

Зрозуміло, що інвестиції дуже необхідні економіці будь-якої країни задля її ефективного розвитку, та забезпечення її сталого економічного зростання у майбутніх періодах. Обсяги інвестицій прямо впливають на розвиток галузей народного господарства в загалі та суб'єктів підприємництва зокрема, обсяги виробництва та зайнятості в країні, а також є причиною бажаних структурних зрушень в економіці.

Внаслідок цього, інвестиції як економічна категорія виконують низку важливих функцій, без яких неможливий розвиток економіки. В економічній теорії виділяються такі основні функції інвестицій:

1. регулююча функція, яка полягає у спроможності коригувати процеси відтворення капіталу та підтримувати темпи їх зростання;
2. розподільна функція полягає у виконанні розподілу створеного суспільного продукту між суб'єктами господарювання за допомогою інвестицій;

3. стимулююча функція проявляється у тому, що інвестиції спроможні стимулювати всі елементи процесу відтворення;

4. індикативна функція характеризується здатністю інвестицій контролювати рух до поставлених цілей, тобто виробляє такі регулюючі механізми, які забезпечують якнайменше рівноважний стан економічної системи [4, с. 147].

Відомо, що інвестори у процесі інвестування ставлять за мету отримання максимально можливого прибутку. Вбачаючи те, що у ринковому середовищі загострюється конкурентна боротьба серед учасників господарських відносин з приводу ринків сировини та збуту продукції, якості виробленого продукту, залучення кваліфікованого персоналу, ефективності використаного капіталу тощо, напрямки інвестування набувають першочергового значення. Отже, інвесторам потрібен ретельний аналіз можливих об'єктів інвестування, які є найбільш бажаними, ефективними, а говорячи спеціальною мовою – інвестиційно привабливими.

Перелік критеріїв, які можуть висувати потенційні інвестори до об'єктів інвестування доволі широкий [5-11].

До складу вимог на макрорівні, у якості прикладу, можна віднести наступні: рівень економічного розвитку держави, її політичний та соціальний стан суспільства, рівень досконалості правового поля, наявність корупційної складової та дії країни в напрямку боротьби з нею та багато інших. На регіональному рівні потенційні інвестори в першу чергу цікавляться рівнем доходності галузі, наявністю сировини та можливістю вільного використання її, присутністю кваліфікованого персоналу тощо. На рівні підприємства важливими критеріями для потенційних суб'єктів інвестування можуть виступати: фінансовий стан компанії, її матеріально-технічне оснащення, динаміка та перспективи розвитку, присутність кваліфікованих кадрів, ступінь залежності від зовнішнього середовища,

наявність та перелік ризиків, рівень конкурентоспроможності підприємства та багато інших.

Отже, для того, щоб ухвалити остаточне рішення щодо об'єкта інвестування, потенційні інвестори аналізують та оцінюють його інвестиційну привабливість. І тільки після цього інвестують власний капітал у певний регіон, країну, галузь, компанію або певний проєкт лише якщо вони разом або окремо відповідають певним умовам, які є пріоритетними для інвестуючої сторони. Зазначимо, що набір критеріїв може змінюватися у залежності від цілей та інтересів потенційних інвесторів. Отже, тому серед переліку критеріїв-детермінантів інвестиційної привабливості, з боку інвестуючої сторони до певного об'єкту інвестування, є ступінь гарантованості, надійності та своєчасності досягнення мети, яку вважає пріоритетною саме інвестор.

1.2. Сутність економічної категорії «інвестиційна привабливість»

У процесі дослідження ми з'ясували, що економічний термін «інвестиційна привабливість» став використовуватися економістами в теорії та практиці економіки України тільки після 1991 року, коли Україна стала незалежною та почала будувати ринкові відносини, що послугувало поштовхом пошуку ефективних шляхів для інвестування [12, с. 16].

У процесі проведення дослідження та написання роботи, ми не знайшли у жодному законодавчому акті України сформованого визначення економічної категорії «інвестиційна привабливість», тому ми вивчали наукові праці спеціалістів у даній царині економічних інтересів.

Економічна категорія «інвестиційна привабливість», розглядається як наявність у певного об'єкта (країни, підприємства чи проєкта), можливого для вкладення коштів інвестування деяких характеристик, які інвестор вважає пріоритетними [13, с. 21]. Тому, у якості об'єкта

інвестування власником коштів може бути обрано будь-який проєкт, компанію, галузь економіки, регіон або країну. Ось чому, виділяють і розглядають різні економічні терміни, а саме: «інвестиційну привабливість країни», «інвестиційну привабливість регіону», «інвестиційну привабливість галузі», «інвестиційну привабливість підприємства», «інвестиційну привабливість проєкту» тощо [14-17]. У нашому дослідженні, ми зосередимо увагу на розгляді саме інвестиційної привабливості підприємства, що й вимагає наша тема.

Вивчення інформаційних джерел дозволило нам з'ясувати, що фахівці у даній царині мають різні погляди сутність економічної категорії, яку ми досліджуємо.

Колектив авторів навчального посібника «Основи інвестиційного менеджменту» [18] вважають, що інвестиційна привабливість підприємства – «це сукупність характеристик його фінансово-господарської та управлінської діяльності, перспектив розвитку та можливостей залучення інвестиційних ресурсів» [18, с. 134].

На думку науковців Довбні С.Б. та Охлопкової Т.Л. інвестиційна привабливість суб'єкта господарювання – це «оціночна характеристика стану фірми, що задовольняє вимогам інвестора та переконує його в доцільності вкладання коштів в даний об'єкт» [19, с. 43].

Автор наукової праці [20] вважає, що під інвестиційною привабливістю слід розуміти «категорію, яка характеризується: ефективністю використання майна суб'єкта господарювання, його рівнем платоспроможності, стійкістю фінансового стану, можливістю розвиватися на основі підвищення дохідності капіталу, техніко-економічного рівня виробництва, якості і конкурентоздатності продукції» [20, с. 17].

На думку фахівців [21] інвестиційну привабливість необхідно розглядати як «комплекс різноманітних чинників, набір і значення яких може змінюватись у залежності від: мети інвесторів; виробничо-технічних

характеристик підприємства, у яке інвестуються ресурси; тенденцій економічного розвитку організації у минулих періодах й у теперішній час; прогнозованого у майбутньому економічного розвитку; очікуваної ефективності тощо» [21, с. 32].

Автор наукової статті [22] пише, що інвестиційна привабливість – «це інтегральний показник, певна узагальнююча характеристика доцільності інвестування у певний об'єкт з позицій конкретного інвестора» [22, с. 102].

Короткова О.В. стверджує, що під інвестиційною привабливістю слід розуміти «сукупність чинників, дослідження й аналіз яких вказує на можливість вкладання інвестицій в той чи інший об'єкт та отримання певного ефекту; інтегральна характеристика господарських одиниць з позиції перспектив сталого розвитку, об'ємів та можливостей збуту готової продукції, ефективності використання активів та їх ліквідності, рівня платоспроможності і фінансової стійкості підприємства» [23].

Автори наукового дослідження [24] вважають, що інвестиційна привабливість – це «відносне поняття, яке відбиває думку певної групи інвесторів відносно співвідношення рівня ризику та прибутковості, а також ціни фінансових ресурсів в тій чи іншій країні, регіоні або галузі. З іншого боку – це перелік деяких об'єктивних характеристик, властивостей, засобів, можливостей певної економічної системи, яка визначає потенційний платіжний попит на інвестиційні ресурси» [24].

Кузменко О.В. дійшов висновку, що інвестиційна привабливість – це «економічна характеристика, яка віддзеркалює змогу залучати, опанувати та використовувати інвестиційні ресурси завдяки розвинутому інвестиційному потенціалу суб'єкта господарювання та сприятливій регіональній інвестиційній політиці» [25, с. 46].

Сталінська О.В., у результаті власних досліджень, під інвестиційною привабливістю пропонує розуміти «інтегральний показник, який об'єднує

комплекс формалізованих і неформалізованих показників та критеріїв, які характеризують доцільність вкладення капіталу в потенційний об'єкт інвестування» [26, с. 68].

Відомий фахівець у галузі інвестування Бланк І.О. наголошує на тому, що «інвестиційна привабливість підприємства – це ступінь задоволення фінансових, виробничих, організаційних та інших вимог та інтересів потенційного інвестора щодо певного підприємства, який може характеризуватися чи бути оціненим за допомогою визначених показників, у тому числі й за допомогою інтегрального показника» [27, с. 92].

Отже, як вважають автори [28] якщо ретельно проаналізувати всі визначення, то можна всіх їх можна згрупувати за певною характеристикою, а саме: «1) інвестиційна привабливість як ефективність суб'єкта підприємницької діяльності; 2) інвестиційна привабливість як можливість для власників інвестиційних ресурсів; 3) інвестиційна привабливість як порівняльний показник; 4) інвестиційна привабливість як сукупність чинників; 5) інвестиційна привабливість як інтегральний показник» [28, с. 50].

Ми вважаємо, що під інвестиційною привабливістю необхідно розуміти інтегральний показник, який отримано у процесі проведення аналізу господарської діяльності суб'єкта підприємницької діяльності, при обов'язковому врахуванні впливу зовнішнього середовища на підприємство.

Цілком згодні з автором наукової праці [29], яка вважає, що «формування інвестиційної привабливості підприємства необхідно для: забезпечення конкурентоспроможності продукції та підвищення її якості; структурної перебудови виробництва; створення необхідної сировинної бази для ефективного функціонування підприємств; вирішення соціальних проблем; інвестиції необхідні для забезпечення ефективного функціонування підприємств, їх стабільного стану та, у зв'язку з цим, вони

використовуються для досягнення подальшого розширення та розвитку виробництва; відновлення основних виробничих фондів; підвищення технічного рівня праці та виробництва тощо» [29].

Треба наголосити на тому, що існує безліч факторів, які впливають на діяльність сучасних підприємств. Отже, визначення переліку факторів, показників і критеріїв, які мають втілитися у інтегральну характеристику рівня інвестиційної привабливості – це доволі складна задача.

Автором наукового дослідження [29] запропоновано об'єднати чинники впливу на інвестиційну привабливість у дві групи: чинники непрямого впливу та чинники прямого впливу на інвестиційну привабливість компанії. До групи факторів непрямого впливу, слід віднести ті, на які не можливо здійснити вплив певним господарюючим суб'єктом, тобто, на них має вплив тільки держава. До групи чинників прямого впливу відносяться ті, які може компанія змінювати при необхідності та бажанні.

Автори праці [30, с. 169] пропонують об'єднати всі фактори, які впливають на інвестиційну привабливість суб'єкта підприємницької діяльності у 4 групи: зовнішні, внутрішні, галузеві й інші (рис. 1.1.).

Отже, шляхом аналізу пріоритетних чинників, інвестор має можливість визначити інвестиційну привабливість певного підприємства кількісно, що дозволить із декількох підприємств обрати саме те, яке є найбільш привабливим для інвестування. Однак, для цього необхідно обрати певну методику, яка надасть можливість отримати коректні результати.

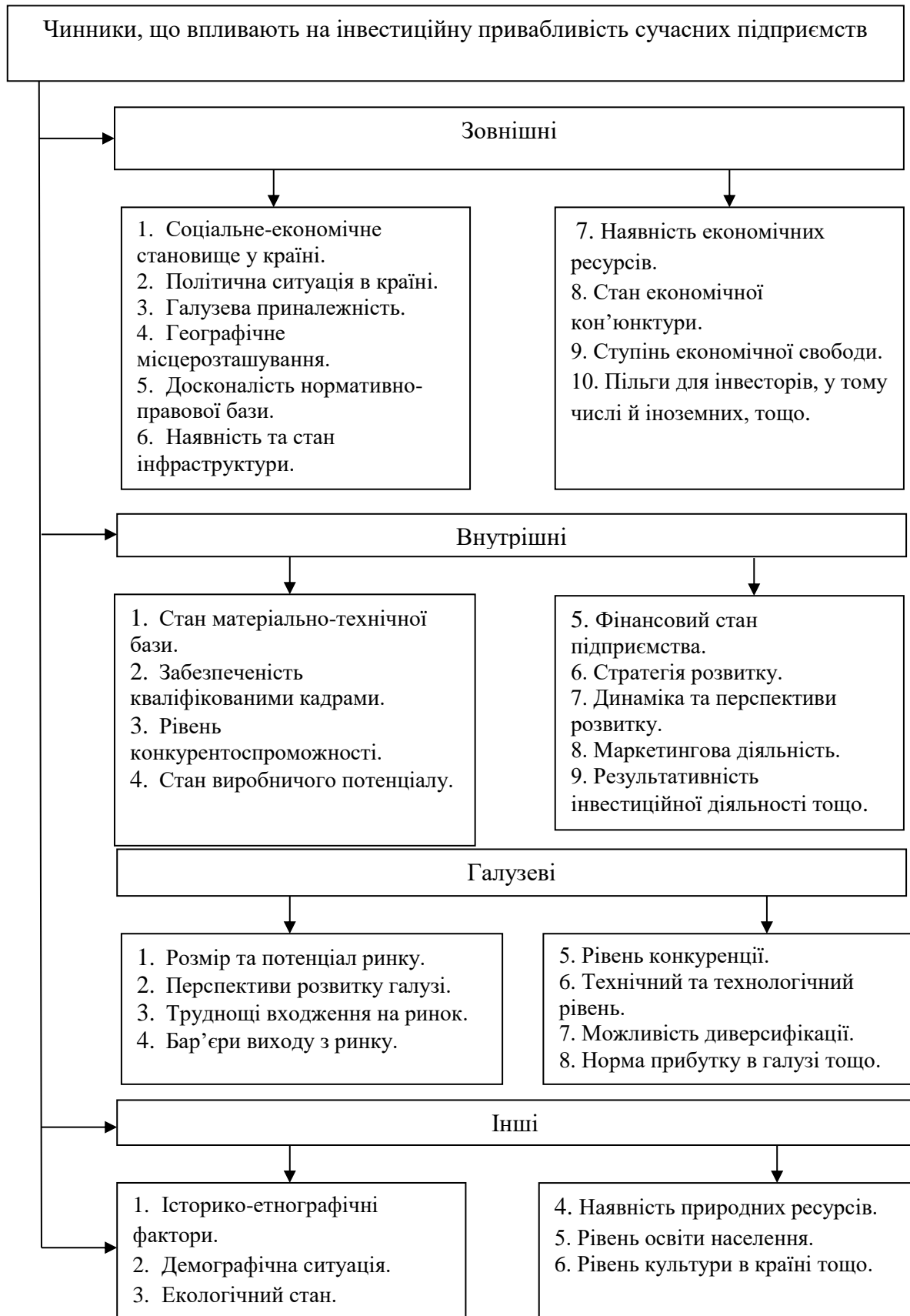


Рис. 1.1. Чинники, що впливають на інвестиційну привабливість

Джерело: складено на основі [31-35]

1.3. Методи оцінки інвестиційної привабливості суб'єктів господарювання

Існують доволі різноманітні методики оцінки інвестиційної привабливості підприємства. Однак, методи і методики аналізу інвестиційної привабливості суб'єкта господарювання залежать, в першу чергу, від цілей оцінки, що обумовлено задачами, які інвестор вважає пріоритетними.

Пилипенко О.І. у власному науковому дослідженні [36] доводить, що «всі розроблені у вітчизняній та світовій практиці методики оцінки інвестиційної привабливості по відношенню до джерела вихідної інформації можна умовно поділити на три великі групи: 1) методики, що ґрунтуються на різноманітних оцінках експертів; 2) методики, що ґрунтуються на статистичній інформації; 3) комбіновані методики, що ґрунтуються на експертно-статистичних розрахунках» [36, с. 121]

У країнах Європи досить популярним є метод рейтингової оцінки. Найбільш поширеними є наступні методи: «Fortune 500, Global 1000, Business Week 1000, які вимірюють інвестиційну привабливість на основі фінансово-господарських показників підприємств: об'ємів доходів, прибутків, активів; ефективності інвестицій; збільшення прибутків, доходів, працівників; рівня ринкової вартості компанії» [37].

В Україні у Наказі «Про порядок здійснення аналізу фінансового стану підприємств, що підлягають приватизації», встановлюється процедура оцінки інвестиційної привабливості вітчизняних підприємств за допомогою розрахунку певних коефіцієнтів, які характеризують фінансовий стан. У результаті використання даної методики має бути встановлена рейтингова система, на базі якої, проводиться оцінка інвестиційної привабливості певного суб'єкта господарювання [38].

Прибічниками даного методу виявилися [39-43], проте маємо наголосити на тому, що у даного методу є суттєвий недолік – це «вірогідність отримання діяльності вітчизняних підприємств має місце факт фальсифікації результатів господарської діяльності з метою приховування частини доходів від оподаткування, яка впливає на достовірність оприлюднених економічних показників» [44, с. 122].

Отже, ця методика визначення інвестиційної привабливості, для того, щоб відповідати потребам інвесторів, має базуватися на коректній інформації задля прийняття обґрунтованих інвестиційних рішень.

Досить цікавим є узагальнюючий методичний підхід до оцінювання інвестиційної привабливості підприємств, який розглядають автори наукової статті [45], який містить алгоритм, відповідно до якого, на першому етапі необхідно оцінити загальний стан технічної бази підприємства – характер технології; наявність сучасного обладнання; складського господарства; власного транспорту; географічне положення; наближеність до транспортних комунікацій. Далі слід розглянути номенклатуру продукції, яка випускається підприємством з точки зору її конкурентоспроможності, збалансованості асортименту і перспектив на ринку. Потім пропонується розрахувати виробничу потужність підприємства, що характеризує роботу основних фондів в таких умовах, при яких можна повністю використовувати потенційні можливості, закладені в засобах праці. Надалі необхідно провести оцінку соціальної сфери підприємства з метою встановлення її можливого впливу на інвестиційні процеси.

Крім того, слід провести аналіз організаційної структури підприємства з точки зору таких факторів як: відповідність організаційної структури виробничому процесу, збалансованість керуючої і керованої підсистем в системі управління, координованість роботи окремих підрозділів і виконуваних ними функцій, рівень згуртованості колективу і

наявність корпоративної культури і т.д. Далі необхідно оцінити статутний фонд і проаналізувати структуру витрат підприємства.

Далі визначається рейтинг інвестиційної привабливості (РІП) підприємства. На підставі одержаної величини даного показника підприємство відносять до однієї з груп інвестиційної привабливості:

– перша група (РІП = 20 і більше) – підприємство має високу рентабельність і воно фінансово стійко. Платоспроможність підприємства не викликає сумнівів. Якість фінансового та виробничого менеджменту високе. Підприємство має відмінні шанси для подальшого розвитку;

– друга група ($15 < \text{РІП} < 20$) – платоспроможність і фінансова стійкість підприємства знаходяться, в цілому, на прийнятному рівні. Підприємство має задовільний рівень прибутковості, хоча окремі показники знаходяться нижче рекомендованих значень. Слід зазначити, що дане підприємство недостатньо стійке до коливань ринкового попиту на продукцію (послуги) та іншим факторам фінансово-господарської діяльності. Робота з підприємством вимагає зваженого підходу;

– третя група ($10 < \text{РІП} < 15$) – підприємство фінансово нестійке, воно має низьку рентабельність для підтримання платоспроможності на прийнятному рівні. Як правило, таке підприємство має прострочену заборгованість. Для виведення підприємства з кризи слід зробити значні зміни в його фінансово-господарської діяльності. Інвестиції в підприємство пов'язані з підвищеним ризиком;

– четверта група (РІП < 10) – підприємство знаходиться в глибокій фінансовій кризі. Розмір кредиторської заборгованості великий, воно не в змозі розплатитися за своїми зобов'язаннями. Фінансова стійкість підприємства практично повністю втрачена. Значення показника рентабельність власного капіталу не дозволяє сподіватися на поліпшення. Ступінь кризи підприємства настільки глибока, що ймовірність

поліпшення ситуації, навіть у разі докорінної зміни фінансово-господарської діяльності, невисока.

На останньому етапі приймається рішення про доцільність інвестування в дане підприємство. При позитивному висновку розробляється стратегічний план реалізації інвестиційної політики [45].

Вірянська О.В. наголошує на тому, що : «...з метою оцінки інвестиційної привабливості підприємства розраховується господарський стан підприємства та оцінюються фінансові показники компанії. Основними показниками є:

- ліквідність – показник, який характеризує швидкість трансформації активів у грошові кошти за необхідності;

- майновий стан – характеризує частку оборотних і необоротних коштів в майні підприємства;

- ділова активність – показник характеризує всі фінансові процеси на підприємстві, від яких в свою чергу залежить прибуток підприємства;

- фінансова залежність – показує залежність підприємства від зовнішніх джерел фінансування і чи можливе функціонування без додаткових засобів;

- рентабельність – відображає ефективність використання підприємством своїх фінансових можливостей. При оцінці інвестиційної привабливості враховуються такі фінансові показники: забезпеченості ресурсами, рентабельність продукції, чисельність персоналу, рівень завантаження виробничих потужностей, знос основних засобів, наявність основних і виробничих фондів тощо [46].

Деякі дослідники з метою визначення рівня інвестиційної привабливості об'єктів, пропонують використовувати експертні методи оцінки [47-48], які, на наш погляд, характеризуються суб'єктивністю, що пояснює не доцільність їх використання без поєднання з іншими методами. Ось, чому ми є прихильниками методики визначення інвестиційної

привабливості підприємства, яка поєднує методи фінансової оцінки з експертними методами.

Сутність даної методики у тому, що інтегральний показник розраховується за допомогою визначення показників, які свідчать про рівень майнового стану, фінансової стійкості, ліквідності, прибутковості та ділової активності за певний період, при цьому кожній групі показників експертним шляхом надається коефіцієнти вагомості [49, с. 27].

Алгоритм проведення процедури оцінювання інвестиційної привабливості розглянемо нижче.

По-перше, необхідно розрахувати фінансові показники. По-друге, необхідно розрахувати для кожного показника коефіцієнт, що вказує на його нормування. Для цього використовують формулу:

$$K_i = P_i / P_{i_норм}, \quad (1.1)$$

де K_i – нормований одиничний показник;

P_i – розрахункове значення одиничного показника;

$P_{i_норм}$ – значення одиничного показника згідно встановленого нормативу;

i – номер за порядком одиничного показника.

По-третє, необхідно розрахувати підсумкову блочну оцінку за допомогою формули:

$$K_j = \sum (K_i * a_i), \quad (1.2)$$

де K_j – підсумкова блочна оцінка;

a_i – вагомість одиничного показника в блочній оцінці;

j – номер блоку показників.

Для отримання інтегрального показника інвестиційної привабливості необхідно визначити вагу кожного блоку показників. Для цього використаємо метод експертного оцінювання.

На заключному етапі, для визначення інтегрального показника, який і є індикатором інвестиційної привабливості використовують наступну формулу:

$$K_k = \sum(K_j * B_j), \quad (1.3)$$

де K_k – інтегральний показник фінансового стану підприємства;

B_j – вагомість блоків показників.

Однак, ми розуміємо, що й дана методика має певні недоліки, серед яких можемо назвати: неповний набір фінансових показників, суб'єктивний підхід до визначення вагомості фінансових показників, встановлення показників-еталонів, трактування отриманого інтегрального показника тощо.

У той же час, ми поділяємо думку автора [50], що «якісна і своєчасна оцінка інвестиційної привабливості суб'єктів підприємництва підвищує обґрунтованість управлінських рішень з питань галузевої і регіональної диверсифікованості інвестиційного портфелю підприємств, створює умови для здійснення більш ефективної їхньої інвестиційної діяльності» [50, с. 370].

Висновки до розділу 1.

Інвестиційна привабливість суб'єктів господарювання є одним з ключових аспектів господарської діяльності сьогодення. Це підтверджується наявністю багатьох методичних і наукових праць в яких досліджується сутність даної економічної категорії, фактори, які на неї впливають, напрями її підвищення та методи оцінки. Проте єдиної думки щодо сутності даного поняття не сформовано як і до методики її оцінки .

Дослідники даної проблематики мають різні погляди на сутність інвестиційної привабливості суб'єктів підприємницької діяльності, що пояснюється тим, що кожний науковець обирає ключову характеристику: 1) ефективність суб'єкта підприємницької діяльності; 2) можливість для інвесторів; 3) порівняльний показник; 4) сукупність факторів; 5) інтегральний показник тощо.

Ми вважаємо, що під інвестиційною привабливістю необхідно розуміти інтегральний показник, який отримано у процесі проведення аналізу господарської діяльності суб'єкта підприємницької діяльності, при обов'язковому врахуванні впливу зовнішнього середовища на підприємство.

Нами з'ясовано, що існує безліч факторів, які впливають на діяльність сучасних підприємств в загальному й у тому числі на інвестиційну привабливість, які поділяють на дві групи: чинники непрямого впливу та чинники прямого впливу на інвестиційну привабливість компанії. До групи факторів непрямого впливу, слід віднести ті, на які не можливо здійснити вплив певним господарюючим суб'єктом, тобто, на них має вплив тільки держава. До групи чинників прямого впливу відносяться ті, які може компанія змінювати при необхідності та бажанні.

Існують різноманітні методи і методики оцінки інвестиційної привабливості підприємства. Однак, вони залежать, в першу чергу, від цілей оцінки, що обумовлено задачами, які інвестор вважає пріоритетними.

РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ТОВ «ТОРГОВИЙ ДІМ «КИЇВХЛІБ»

2.1. Загальна характеристика ТОВ «Торговий дім «КиївХліб»

ТОВ «Торговий дім «КиївХліб» (ТОВ «ТД «КиївХліб») – це одна з компаній-лідерів хлібопекарського ринку України, яка також відома і за її межами.

Юридична адреса товариства: 04080, м. Київ, Подільський район, вул. Костянтинівська, буд. 64. Сайт товариства: <https://kyivkhliv.ua/> [51]. Додаткова інформація про компанію подана у Додатку А [52].

Основним видом діяльності за КВЕД є оптова торгівля хлібобулочними виробами (код виду економічної діяльності – 46.36). Всі види діяльності ТОВ «Торговий дім «КиївХліб» нами подано у Додатку Б.

Згідно із Статутом товариства предметом діяльності компанії можуть бути:

– «виробництво хліба та хлібобулочних виробів, виробництво борошняних кондитерських виробів, тортів і тістечок нетривалого зберігання;

– виробництво сухарів і сухого печива, виробництво борошняних кондитерських виробів та інші» (Див. Додаток В).

Місія компанії: «Забезпечити кожну родину свіжими, якісними і смачними хлібобулочними та кондитерськими виробами!» [51]

Цінностями товариства є: «унікальний професійний досвід, висока якість продукції, майстерність та збереження кращих традицій хлібопечення завдяки нашим співробітникам» [51].

Слоган ТОВ «Торговий дім «КиївХліб» – це вираз «Вірність традиціям» [51] (рис. 2.1.), який сформувався історично.

Компанія є першим промисловим виробником хлібобулочної продукції у м. Київ, яка з'явилася на ринку ще у 1930 році. Отже, вже декілька поколінь киян є постійними споживачами продукції даної торгової марки. З метою збереження прихильності постійних споживачів, а також залучення нових товариство постійно розробляє нові рецептури, впроваджує нові технології, розширює номенклатуру та асортиментні позиції, запускає нові виробничі лінії, збільшуючи власні потужності.

Фахівцями ТОВ «ТД «КиївХліб» постійно проводяться маркетингові дослідження з вивчення попиту покупців на потенційних ринках збуту, вивчаються тенденції у змінах смакових переваг громадян. І як наслідок цих досліджень регулярно з'являються нові види продуктів. Наприклад, протягом 2020 року на підприємстві були освоєні такі нові види продукції:

- хліб тостовий томатний,
- хліб тостовий кукурудзяний,
- хліб Бородинський із насінням,
- батон Смачний,
- здоба пиріжок в асортименті (вишня, мак, смородина),
- штруделі з вишнею та яблуками,
- булочки висівкові .

Також, було розроблено проєкт експорту нового виду продукту – замороженого хліба [52].

ТОВ «ТД «Київхліб» станом на 31.12.20 р. має у власному арсеналі 55 зареєстрованих торговельних марок, з них 15 зареєстровано у 2020 році [52].

Асортимент продукції ТОВ «Торговий дім «КиївХліб» дуже широкий, він нараховує біля 250 найменувань, до його складу входять різноманітні сорти наступних номенклатурних позицій: хлібобулочних виробів, сушки, пряників, печива, рогаликів, тістечок, тортів, короваїв та

інших. Біль детально з пропозиціями підприємства можна ознайомитись на сайті за посиланням: <https://kyivkhlіb.ua/production/> [51].



Рис. 2.1. Слоган ТОВ «Торговий дім «КиївХліб»

Джерело: [51]

До складу ТОВ «Торговий дім «КиївХліб» входить дев'ять виробничих майданчиків, які розташовані як у м. Київ, так і у Київській області. Загальна виробнича потужність підприємства дає змогу щоденно виробляти 400 тонн хлібобулочних виробів та 10 тонн випічки і кондитерських смаколиків.

Посилена увага на підприємстві приділяється якості продукції: «вся продукція ТОВ «Торговий дім «КиївХліб» виробляється виключно з натуральної сировини, без використання консервантів та ГМО. Безкомпромісне дотримання найвищих стандартів виробництва реалізується за рахунок впровадження системи безпеки харчової продукції та застосування ефективної системи управління якістю. На кожному майданчику підприємства діє атестована технологічна лабораторія, що

контролює усі етапи виробничого процесу, починаючи від надходження сировини і закінчуючи зберіганням готової продукції» [51].

Задля виконання всіх завдань, які поставлені у рамках виконання політики якості підприємство має всі необхідні економічні ресурси, а адміністративний апарат у своїй діяльності керується принципами, що направлені на покращення і підтримку якості продукції, а також підвищення відповідальності і професіоналізму кожного робітника товариства.

На ТОВ «ТД «КиївХліб» впроваджена інтегрована система менеджменту безпечністю харчових продуктів, що сертифікована на відповідність вимог міжнародного стандарту ISO 22000:2018. Підприємство має сертифікат, який підтвержує той факт, що ТОВ «ТД «КиївХліб» запровадило та успішно використовує систему управління безпечністю харчових продуктів, які виробляє.

Отже, керівництво товариства постійно удосконалює організаційний, виробничий і технологічний рівень діяльності підприємства з метою збереження всіх традицій компанії та реалізує принцип: «Якість – це відповідальність кожного» [51].

Все це сприяє тому, що підприємство є власником багатьох нагород, подяк та грамот. Так, тільки у 2020 році компанія отримала значні нагороди: «Кращій партнер року» в рамках національної премії Made in Ukraine, а також «Лідер галузі» в національному бізнес рейтингу [53].

Товариство володіє автопарком та має широку дистриб'юторську мережу, все це дає підприємству змогу своєчасно доставляти свіжий хліб, випічку та кондитерські вироби на прилавки магазинів як в Україні, так і за її межі.

Так, продукція ТМ «Київхліб» реалізується у всіх крупних торговельних мережах України, а саме у: «Ашан», «Metro», «Novus», «П'ятірочка», «АТБ», «Сільпо», «Копійка» та інших. З метою

розповсюдження власної продукції підприємство залучає до співпраці численних дистриб'юторів, оптових і роздрібних покупців по всій території України.

Задля забезпечення своєчасної та надійної доставки продукції до пунктів реалізації ТМ «Київхліб» укладені договори з логістичними компаніями, найбільший представник яких – ТОВ «Київтранслогістик». Також, продукція ТОВ «Торговий дім «КиївХліб» експортується переважно на на ринки Європи, а саме до таких країн: Німеччина, Румунія, Естонія, Словацька республіка, а також ринок Канади та інших країн світу, що підтверджує переваги підприємства серед конкуруючих компаній.

2.2. Фінансово-економічний аналіз господарської діяльності ТОВ «Торговий дім «КиївХліб»

На початку аналізу необхідно розглянути основні економічні результати фінансово-господарської діяльності досліджуваного підприємства та оцінити їх у динаміці (табл. 2.1.).

Таблиця 2.1.

Основні економічні результати фінансово-господарської діяльності ТОВ «ТД «КиївХліб» за 2018-2020 рр., тис. грн.*

Показники	2018	2019	2020	Відхилення	
				2019-2018	2020-2019
				Абсолютне (+;-)	Абсолютне (+;-)
Дохід від реалізації	2017108	2619582	3547554	602474	927972
Собівартість реалізації	1493458	1972730	2674849	479272	702119
Валовий прибуток	523650	646852	872705	123202	225853
Інші операційні доходи	8625	29752	14684	21127	-15068
Витрати на реалізацію та збут	479393	628726	804897	149333	176171

Продовження табл. 2.1.

Управлінські витрати	14734	26246	33866	11512	7620
Інші операційні витрати	25757	18320	34740	-7437	16420
Операційний прибуток	12391	3312	13886	-9079	10574
Інші витрати	-	5	2	5	-3
Інші доходи	6	20	-	14	-20
Фінансові витрати	622	884	5992	262	5108
Фінансові доходи	20	254	48	234	-206
Прибуток до оподаткування	11795	2697	7941	-9098	5244
Чистий прибуток	13582	2153	6499	-11429	4346
Валюта балансу	321536	527922	717474	206386	189552
Власний капітал	8109	5956	605	-2153	-5351
Власні оборотні кошти	307275	515938	705477	208663	189539
Кредиторська заборгованість на кінець періоду	-	-	44700	-	44700
Дебіторська заборгованість на кінець періоду	201675	293465	473220	91790	179755

** фінансова звітність підприємства представлена у Додатку Г*

Джерело: складено автором на базі фінансової звітності підприємства [54]

Результати розрахунків, які представлені у таблиці 2.1. свідчать про те, що діяльність ТОВ «ТД «КиївХліб» у продовж аналізованого періоду була прибутковою, про що свідчить позитивна динаміка основних кінцевих показників, а саме: дохід від реалізації збільшився у 2020 році у порівнянні з попереднім періодом на 927972 тис. грн.; збільшення валового прибутку за аналогічний період маємо на 225853 тис. грн.; чистий прибуток за цей час зріс на 4346 тис. грн. Загалом валюта балансу за 2020 рік збільшилася на 189552 тис. грн., що є позитивною динамікою.

Покращення основних економічних результати фінансово-господарської діяльності відбулося не зважаючи на зменшення деяких позицій, а саме: у 2020 році спостерігається зменшення інших операційних доходів на 15068 тис. грн.; фінансових доходів на 206 тис. грн.; інших доходів на 20 тис. грн.; власного капіталу на 5351 тис. грн.

Однак, згідно фінансової звітності підприємства, власні оборотні кошти, на протязі досліджуваного періоду, мали позитивну динаміку, так у 2019 році їх збільшення відбулося на 208663 тис. грн. у рівнянні із 2018 роком, а у 2020 році на 189539 тис. грн. у порівнянні із 2019 роком. Така тенденція свідчить про спроможність підприємства забезпечувати господарську діяльність за рахунок власних фінансових ресурсів. У товариства на протязі 2018-2019 рр. була відсутня взагалі кредиторська заборгованість, і тільки у 2020 році її розмір сягнув 44700 тис. грн., що для підприємства є значною сумою. Цю ситуацію ми пов'язуємо з постійним ростом дебіторської заборгованості. У 2019 році вона збільшилася у порівнянні с попереднім роком на 91790 тис. грн., а у 2020 році - 179755 тис. грн. Отже за досліджувані роки її темп росту склав 235%. Як відомо, постійний ріст дебіторської заборгованості приводить до скорочення власних обігових коштів, що у свою чергу призводить до появи або збільшення кредиторської заборгованості підприємства.

На наступному етапі ми розрахуємо основні коефіцієнти, що свідчать про результативність та ефективність господарської діяльності ТОВ «ТД «КиївХліб» і за допомогою яких, ми зможемо здійснити оцінку інвестиційної привабливості товариства як цілісного майнового комплексу.

У таблиці 2.2. представимо дані та результати розрахунків, що характеризують майновий стан компанії.

Сума господарських коштів, які ТОВ «ТД «КиївХліб» має у приватному розпорядженні, інформує про вартісну оцінку активів, що

перебувають на балансі товариства. Зростання цього показника є індикатором збільшення майнового потенціалу господарюючого суб'єкту.

Таблиця 2.2.

Показники майнового стану ТОВ «ТД «КиївХліб» за 2018-2020 рр.

Показники	Рік		
	2018	2019	2020
Сума господарських коштів, що товариство має у власному розпорядженні, тис. грн.	321536	527922	717774
Коефіцієнт зносу основних засобів	0,30	0,46	0,52
Коефіцієнт придатності основних засобів	0,70	0,54	0,48
Коефіцієнт оновлення	-*	0,24	0,45
Коефіцієнт вибуття	-	0,07	0,2
Частка основних засобів в активах	0,20	0,01	0,11
Коефіцієнт мобільності активів	21,55	43,05	58,80

-* - немає даних для проведення розрахунків

Джерело: складено автором на базі фінансової звітності підприємства [54]

На протязі періоду, який ми досліджуємо, спостерігається позивна динаміка даного показника. Так, у порівнянні із 2018 роком, у 2020 році сума господарських коштів, якою володіє ТОВ «ТД «КиївХліб» збільшилася на 396238 тис. грн., що становить 223,2% до рівня базового року. Маємо можливість стверджувати, що майновий стан товариства суттєво зміцнився.

Коефіцієнт зносу основних засобів дає інформацію про частку зношених основних засобів у загальній їх вартості. Вважається позитивною тенденцією зменшення значення даного показника. У нашому випадку коефіцієнт зносу має позитивну тенденцію. Так, у 2020 році маємо його збільшення, у порівнянні з базовим 2018 роком, на 0,22.

Зрозуміло, що й коефіцієнт придатності основних засобів, який показує, яка частина основних фондів товариства придатна для експлуатації в процесі хазяйської діяльності, поступово зменшується з 0,70 у 2018 р. до 0,48 у 2020 р.

Ситуація, яка склалася ТОВ «ТД «КиївХліб», явно занепокоїла адміністрацію, які активно стали озброювати власні основні фонди. Про що нам свідчить коефіцієнт оновлення, який ілюструє, яку частину від наявних на кінець звітного періоду складають нові основні засоби на підприємстві. Так, у 2020 році, цей показник сягнув 0,45 у порівнянні із 2019 р., коли він дорівнював 0,24. Тобто збільшення відбулося на 0,21 або 187,5%.

Коефіцієнт вибуття вказує на частину основних засобів, яка вибула за певний період. У нашому випадку спостерігаємо позитивну тенденцію, збільшення у 2020 році сягло 285,7% у порівняння з попереднім роком.

Частка основних засобів у активах певного підприємства при негативній тенденції є позитивною ознакою в разі стабільного або зростаючого обсягу його виробництва. У нашому випадку позитивна тенденція спостерігалася у період з 2018 р. по 2019 р., коли показник з 0,2 зменшився до 0,01. У 2020 році маємо збільшення показника з попереднім роком на 0,1 або 110%.

Коефіцієнт мобільності активів свідчить про рівень мобільності активів підприємства, якщо маємо його підвищення, то є позитивною ознакою. На ТОВ «ТД «КиївХліб» за 2018-2020 рр. спостерігаємо позитивну динаміку, у порівнянні з базовим роком маємо збільшення на 282,9%.

Основні показники фінансової стійкості подано у таблиці 2.3. Коефіцієнт автономії вказує на питому частку власного капіталу підприємства в загальній сумі коштів, що були вкладені в його господарську діяльність. Відомо, що нормативне рекомендоване значення

цього показника має бути більш ніж 0,5. У 2020 році значення цього показника більше за нормативне 0,34, що говорить про задовільний стан справи, чого не можна сказати про попередні роки.

Таблиця 2.3.

Основні показники фінансової стійкості ТОВ «ТД «КиївХліб» за
2018-2020 рр.

Показники	Рік		
	2018	2019	2020
Коефіцієнт автономії	-0,03	-0,11	0,84
Коефіцієнт співвідношення власних і залучених коштів	-0,25	-0,01	0,84
Коефіцієнт фінансової стійкості	-0,03	-0,01	0,91
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	2,76	3,01	0,06
Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними коштами	-0,07	-0,93	0,09

Джерело: складено автором на базі фінансової звітності підприємства [54]

Коефіцієнт співвідношення власних і залучених коштів вказує на те, скільки одиниць власних коштів приходить на кожну одиницю позикових і залучених коштів (його нормативне значення >1). На протязі всього періоду дослідження цей показник не досяг нормативного значення, особливо низьким він був у 2018-2019 рр.

Коефіцієнт фінансової стійкості вказує, на частку активів, яку підприємство спроможне фінансувати за рахунок власного капіталу, а також довгострокових кредитів. Він свідчить про здатність господарюючого суб'єкта бути платоспроможним в довгостроковому періоді. З наших даних видно, що тільки у 2020 році підприємство вважається фінансово стійким, показник фінансової стійкості у даному році становить 0,91.

Показник – коефіцієнт маневреності власного капіталу несе наступну інформацію – вказує на те, яка частина оборотного капіталу товариства перебуває в обороті, тобто знаходиться у тій формі, яка дає можливість вільно маневрувати даними коштами, а яка капіталізована. Коефіцієнт маневреності власного капіталу у 2020 році показує, що тільки незначна частина власного оборотного капіталу перебуває в обороті, а саме показник дорівнює 0,06.

Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними коштами ТОВ «ТД «КиївХліб» показує, що ступінь фінансування оборотних активів за допомогою довгострокових джерел фінансових ресурсів у 2020 році становить 0,09.

Показники ліквідності київського хлібокомбінату подано у таблиці 2.4.

Таблиця 2.4.

Показники ліквідності ТОВ «ТД «КиївХліб» за 2018-2020 рр.

Показники	Рік		
	2018	2019	2020
Коефіцієнт покриття	0,93	0,97	1,05
Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,93	0,97	1,05
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,009	0,18	0,01

Джерело: складено автором на базі фінансової звітності підприємства [54]

Коефіцієнт покриття вказує чи достатньо ресурсів у підприємства, які можуть бути використані з метою погашення поточних зобов'язань. Рекомендоване значення даного індикатора – більш ніж 1,5-2,5.

У нашому випадку отриманий нами показник – коефіцієнт покриття вказує недостатність ресурсів ТОВ «ТД «КиївХліб», які можуть бути ним використані з метою погашення його поточних зобов'язань тому, що

значення даного коефіцієнта, починаючи з 2018 р. менше за нормативне значення.

Коефіцієнт швидкої ліквідності свідчить про платіжні можливості ТОВ «ТД «КиївХліб» щодо оплати поточних зобов'язань у разі вчасного проведення розрахунків із дебіторами. Рекомендоване значення цього показника більш ніж 0,6-0,8. Упродовж аналізованого періоду, товариство має показники, які знаходять у межах норми.

Коефіцієнт абсолютної ліквідності вказує на той факт, яка частина боргів підприємства може бути оплачена ним моментально. Рекомендоване значення такого показника більш ніж 0,2-0,35. Значення даного коефіцієнта для ТОВ «ТД «КиївХліб» за період 2018-2020 рр., є незадовільним, тобто менш ніж нормативне значення.

На наступному етапі дослідження розрахуємо та проаналізуємо відносні показники прибутковості (табл. 2.5.)

Таблиця 2.5.

Відносні показники прибутковості ТОВ «ТД «КиївХліб» за 2018-2020 рр.

Показники	Рік		
	2018	2019	2020
Рентабельність капіталу	0,042	0,004	0,09
Рентабельність власного капіталу	-1,67	-0,36	0,01
Рентабельність реалізованої продукції	0,35	0,33	0,33
Рентабельність продажів	0,07	0,82	1,83

Джерело: складено автором на базі фінансової звітності підприємства [54]

Рентабельність капіталу свідчить про ефективність використання всього майна господарюючим суб'єктом. Упродовж 2018-2020 рр. не спостерігалось значних результатів за даним показником, хоча результати 2020 року суттєво линули на його збільшення.

Що стосується показника – рентабельність власного капіталу, який вказує на ступінь ефективності використання власного капіталу, то за вказаний період, значних успіхів товариством у даному напрямку також не досягнуто.

Показник рентабельності реалізованої продукції, який вказує на ефективність виробництва та реалізації продукції компанії, за період, який ми розглянули, знаходиться практично без змін.

Однак, рентабельність продажів, коефіцієнт, який показує, скільки прибутку приходиться на одиницю проданої продукції, за цей же час, зазнав позитивних змін. Його збільшення у 2020 році порівняно із 2018 роком склало 1,76 пунктів, що є значним досягненням хлібокомбінату.

Показники ділової активності хлібокомбінату нами представлені у таблиці 2.6.

Таблиця 2.6.

Показники ділової активності ТОВ «ТД «КиївХліб» за 2018-2020 рр.

Показники	Рік		
	2018	2019	2020
Коефіцієнт оборотності активів	6,27	4,96	4,94
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	99428,6	913542,1	247423,2
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	-	-	59,8
Коефіцієнт оборотності запасів	42,61	47,10	39,04
Фондовіддача	36,60	42,09	44,62

Джерело: складено автором на базі фінансової звітності підприємства [54]

Коефіцієнт оборотності активів суб'єкту підприємницької діяльності характеризує ефективність використання ним усіх існуючих у нього ресурсів не зважаючи на джерела їх залучення. На хлібокомбінаті «ТД

«КиївХліб» спостерігається тенденція зменшення показника, який аналізується, це свідчить про зниження ефективності використання товариством усіх його наявних ресурсів.

Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості вказує на те, скільки разів за певний період обернулися кошти, які вкладені в розрахунки, тобто скільки разів дебіторська заборгованість виникає та погашається на протязі розрахункового періоду. Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості на ТОВ «ТД «КиївХліб» показує, що у 2020 році 247423,2 разів обернулися кошти, отже 247423,2 разів ця заборгованість утворювалася та погашалася на протязі року.

За роками дослідження спостерігається тенденція до зростання даного показника.

Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості, який свідчить про швидкість обертання кредиторської заборгованості фірми за певний період, не маємо можливості проаналізувати в динаміці, оскільки тільки у 2020 році на підприємстві виникла кредиторська заборгованість.

Коефіцієнт оборотності запасів вказує на швидкість обертів запасів із метою забезпечення масштабів продажів. Маємо можливість констатувати, що за 2019 рік спостерігається тенденція до зростання даного показника на 4,49 пункти, а у 2020 році відбувається зменшення значення даного показника на 13,06 одиниць у порівнянні з попередніми роками.

Фондовіддача свідчить про ефективність використання основних фондів господарюючого суб'єкта і показує скільки отримано доходу на 1 одиницю вкладених основних засобів. Цей показник достатньо високий на протязі досліджуваного періоду, що свідчить про ефективність використання основних фондів на хлібокомбінаті.

В цілому, фінансовий стан ТОВ «ТД «КиївХліб» можна вважати задовільним. Однак, у підприємства є значний потенціал по його

покращенню, який необхідно використати з метою як підвищення ефективності господарської діяльності, так і підвищення рівня інвестиційної привабливості, що стане запорукою зміцнення рівня його конкурентоспроможності.

2.3. Оцінка інвестиційної привабливості ТОВ «Торговий дім «КиївХліб»

Як нам вдалося з'ясувати на початку нашого дослідження, більшість науковців приходять до згоди, що оцінювати рівень інвестиційної привабливості певного підприємства необхідно за допомогою розрахунку інтегрального показника. Сутність методики встановлення інтегрального показника полягає у тому, щоб поєднати у одному результативному показнику декілька інших, які відрізняються між собою одиницями виміру. У нашому випадку перед нами стоїть задача – виміряти інвестиційну привабливість ТОВ «Торговий дім «КиївХліб», тому ми вважаємо за доцільне розрахувати інтегральний показник за допомогою показників, які ілюструють майновий стан хлібокомбінату, фінансову стійкість, ліквідність, прибутковість, а також ділову активність підприємства (табл. 2.7.).

Таблиця 2.7.

Система елементів, які враховують у процесі визначення інвестиційної привабливості підприємств (на основі фінансової звітності)

Ліквідність та платоспроможність	Потенціал формування фінансових ресурсів
Фінансова стійкість	Повнота використання фінансових ресурсів
Прибутковість	Рівень фінансового ризику
Ділова активність	Ефективність виробництва

Джерело: [60]

Дані для встановлення рівня інвестиційної привабливості будемо брати ті показники, що були розраховані нами на основі фінансової звітності ТОВ «Торговий дім «КиївХліб». Всі подальші розрахунки рівня інвестиційної привабливості будемо здійснити на базі показників 2020 року.

При використанні обраної нами методи встановлення інтегрального показника, необхідно розрахувати для кожного показника коефіцієнт, що вказує на його нормування. Для цього використовують формулу:

$$K_i = P_i / P_{i_норм}, \quad (2.1)$$

де K_i – нормований одиничний показник;

P_i – розрахункове значення одиничного показника;

$P_{i_норм}$ – значення одиничного показника згідно встановленого нормативу;

i – номер за порядком одиничного показника.

Ця формула використовується у такій інтерпретації тоді, коли фактичне значення повинно бути більшим ніж нормативне. У тому ж випадку якщо розрахункове значення повинне бути меншим за норматив, то вказану формулу використовують в оберненому вигляді.

У разі якщо показник не має рекомендованого значення, то його у процесі нормування, слід порівнювати з найкращим значенням за певний період [61].

На наступному етапі необхідно розрахувати підсумкову блочну оцінку за допомогою формули:

$$K_j = \sum (K_i * a_i), \quad (2.2)$$

де K_j – підсумкова блочна оцінка;

a_i – вагомість одиничного показника в блочній оцінці;

j – номер блоку показників.

Також для отримання інтегрального показника інвестиційної привабливості нам буде необхідно визначити вагу кожного блоку

показників. Для цього ми скористаємось методом експертного оцінювання, що допоможе визначити найбільш вагомі групи показників, з огляду на цілі інвесторів.

На заключному етапі, для визначення інтегрального показника, який стане індикатором інвестиційної привабливості використаємо наступну формулу:

$$K_k = \sum(K_j * B_j), \quad (2.3)$$

де K_k – інтегральний показник фінансового стану підприємства;

B_j – вагомість блоків показників.

Отже, на наступному етапі маємо намір визначити ступінь інвестиційної привабливості ТОВ «Торговий дім «КиївХліб». Ми скористаємося методикою розрахунку інтегрального показника, який сформуємо за допомогою вже розрахованих показників фінансового стану хлібокомбінату за 2020 рік.

Задля розрахунку інтегрального показника, який стане загальним показником рівня інвестиційної привабливості підприємства нам необхідно спочатку розрахувати інтегральні коефіцієнти для кожної групи (блоку) показників (табл. 2.8.)

Таблиця 2.8.

Методика розрахунку блочних інтегральних оцінок

Показник	P_i	$P_{i_норм.}$	K_j
Показники майнового стану			
Сума господарських коштів, що товариство має у власному розпорядженні, тис. грн.	717774	-	
Коефіцієнт зносу основних засобів	0,52	0,2	2,6
Коефіцієнт придатності основних засобів	0,48	0,5	0,96
Коефіцієнт оновлення	0,45	0,1	4,5
Коефіцієнт вибуття	0,2	0,1	2,0

Частка основних засобів в активах	0,11	-	-
Коефіцієнт мобільності активів	58,80	-	-
Блочний інтегральний показник			10,06
Показники фінансової стійкості підприємства			
Коефіцієнт автономії	0,84	0,5	1,68
Коефіцієнт співвідношення власних і залучених коштів	0,84	1,0	0,84
Коефіцієнт фінансової стійкості	0,91	0,6	1,52
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	0,06	0,5	0,12
Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними коштами	0,09	0,1	0,9
Блочний інтегральний показник			5,06
Показники ліквідності підприємства			
Коефіцієнт покриття	1,05	1,5	0,7
Коефіцієнт швидкої ліквідності	1,05	0,6	1,75
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,01	0,2	0,05
Блочний інтегральний показник			2,5
Показники прибутковості підприємства			
Рентабельність капіталу	0,09	0,14	0,64
Рентабельність власного капіталу	0,01	0,2	0,05
Рентабельність реалізованої продукції	0,33	1,0	0,33
Рентабельність продажів	1,83	0,3	0,6
Блочний інтегральний показник			1,62
Показники ділової активності підприємства			
Коефіцієнт оборотності активів	4,94	0,3	16,5
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	247423,2	3,0	82474,4
Коефіцієнт оборотності кредиторської	59,8	2,0	29,9

заборгованості			
Коефіцієнт оборотності запасів	39,04	8,0	4,88
Фондовіддача	44,62	3,0	14,9
Блочний інтегральний показник			82540,6

Джерело: розраховано автором

Отже, ми визначили підрахункові блочні оцінки за кожним блоком фінансових показників. Тепер нам необхідно визначити питому вагу кожної групи показників. Для цього припустимо, що ми інвестори, яким необхідно визначити інвестиційну привабливість ТОВ «Торговий дім «КиївХліб» як цілісного майнового комплексу, тому встановимо дані значення з урахуванням нашого мети (табл. 2.9.).

Таблиця 2.9.

Визначення питомої за групами показників

Групи показників	Питома вага
Показники майнового стану	0,3
Показники фінансової стійкості підприємства	0,15
Показники ліквідності підприємства	0,2
Показники прибутковості підприємства	0,25
Показники ділової активності підприємства	0,1

Джерело: складено автором

На наступному етапі маємо можливість розрахувати інтегральний показник інвестиційної привабливості ТОВ «Торговий дім «КиївХліб» як комплексного майнового комплексу.

$$K_k = 10,06 * 0,3 + 5,06 * 0,15 + 2,5 * 0,2 + 1,62 * 0,25 + 82540,6 * 0,1 = 8258,742$$

Отже, тримане значення інтегрального показника дорівнює 8258,742. Це значення саме по собі не несе необхідну інформацію для інвестора. Його потрібно порівняти із аналогічними показниками підприємств-конкурентів або із показником певного підприємства за попередні роки, щоб оцінити динаміку розвитку організації. Вибір інвесторів має бути

направлений на компанію, яка має найвищий інтегральний показник у порівнянні із альтернативними варіантами.

Отже, можемо констатувати, що рівень інвестиційної привабливості певного суб'єкту господарювання – це основний індикатор залучення інвестицій в підприємство.

У свою чергу методика розрахунку інтегрального показника задля оцінки інвестиційної привабливості компанії може бути різною, але головне – щоб вона дозволяла інвесторам дослідити усі аспекти господарської діяльності та враховувати їх основні цілі.

Висновки до розділу 2.

ТОВ «Торговий дім «КиївХліб» (ТОВ «ТД «КиївХліб») – це одна з компаній-лідерів хлібопекарського ринку України, яка відома і за її межами. Компанія є першим промисловим виробником хлібобулочної продукції у м. Київ, яка з'явилася на ринку ще у 1930 році.

До складу ТОВ «Торговий дім «КиївХліб» входить дев'ять виробничих майданчиків, які розташовані як у м. Київ, так і у Київській області. Загальна виробнича потужність підприємства дає змогу щоденно виробляти 400 тонн хлібобулочних виробів та 10 тонн випічки і кондитерських смаколиків.

Підприємство має у власному арсеналі 55 зареєстрованих торговельних марок, з них 15 зареєстровано у 2020 році. Асортимент продукції ТОВ «Торговий дім «КиївХліб» дуже широкий, він нараховує біля 250 найменувань, до його складу входять різноманітні сорти наступних номенклатурних позицій: хлібобулочних виробів, сушки, пряників, печива, рогаликів, тістечок, тортів, короваїв та інших.

Аналіз фінансового стану ТОВ «ТД «КиївХліб» надав нам можливість вважати його задовільним. З'ясовано, що у підприємства є значний потенціал щодо його покращення, який необхідно використати з метою як підвищення ефективності господарської діяльності, так і підвищення рівня інвестиційної привабливості, що стане запорукою зміцнення рівня його конкурентоспроможності.

Нами оцінено інвестиційну привабливість підприємства, шляхом отримання інтегральної оцінки, яка дорівнює 8258,742. Отже, маємо можливість констатувати, що рівень інвестиційної привабливості певного суб'єкту господарювання – це основний індикатор залучення інвестицій в підприємство.

РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ТОВ «ТОРГОВИЙ ДІМ «КИЇВХЛІБ»

3.1. Рекомендації щодо підвищення ефективності господарської діяльності

Будь-яка методика, яку можна обрати для оцінки інвестиційної привабливості, базується на показниках, що є результатами господарської діяльності підприємства. Отже, ефективна господарська діяльність – це частина запоруки високого рівня інвестиційної привабливості певного суб'єкта підприємницької діяльності, на яку впливає безліч факторів як внутрішнього впливу так і зовнішнього (рис. 3.1.).

Відомо, що внутрішні фактори залежать від результативності роботи менеджменту і трудового колективу підприємства, а зовнішні характеризують середовище, у якому підприємства має господарювати.

Отже, спираючись на фактори, від яких залежить ефективність господарської діяльності виділимо три напрями підвищення економічної ефективності фінансово-господарської діяльності підприємств (табл. 3.1.).

Таблиця 3.1.

Напрями підвищення господарської діяльності сучасних підприємств

Напрямок підвищення економічної ефективності	Характеристика напрямку
Ресурсний	Використання оборотних засобів Використання основних засобів Ефективність використання трудових ресурсів
Організаційний	Організаційно-правова структура управління Організація виробничо-господарської діяльності на підприємстві
Технологічний	Упровадження сучасних досягнень у сфері техніки і технології Удосконалення наявної техніки і технології

Джерело: складено на основі [62, с. 60]



Рис. 3.1. Детермінанти ефективності господарської діяльності сучасних підприємств

Джерело: складено на основі [63, с. 155]

Інформація, яка надана у табл. 3. 1., свідчить, що одним з основних напрямків підвищення ефективності господарської діяльності підприємства є ресурсний. Ресурсний напрям передбачає контроль за використанням всіх видів економічних ресурсів. У межах цього напрямку потрібно розглядати рівень завантаження обладнання, структуру собівартості продукції, матеріальних затрат, а також витрат на оплату праці.

Слідуючим напрямом є організаційний. В рамках якого удосконалюються всі системи управління і процеси, які протікають на підприємстві, у тому числі й виробничий процес.

Третім напрямом підвищення ефективності господарської діяльності підприємства обрано технологічний. Сутність якого полягає у запровадженні у процеси виробництва сучасної техніки і технологій. Якщо суб'єкт господарювання буде визначено як технологічно відсталий, то цю проблему необхідно вирішувати за такими під напрямками: матеріальний та нематеріальний. Перший під напрям концентрує увагу на оновленні матеріальної та технологічної складової, другий під напрям буде націлений на вирішення організаційно правових проблем

Вважаємо, що концентрація уваги керівництва на визначених нами напрямках, обов'язково буде сприяти підвищенню результативності господарської діяльності підприємств.

Далі постає необхідність сформулювати основні напрямки покращення результативності господарської діяльності ТОВ «Торговий дім «КиївХліб».

По-перше, необхідно слідкувати за рівнем завантаженості виробничих потужностей, який має бути максимально можливим. Зараз рівень завантаженості виробничих потужностей ТОВ «Торговий дім «КиївХліб» знаходиться на рівні 65%, що залишає суттєві можливості до їх 100% використання.

По-друге, стан основних фондів має постійно бути у центрі уваги керівництва підприємства. Рівень зносу основних фондів на підприємстві складає 52%, що свідчить про необхідність модернізації та оновлення основних виробничих фондів.

По-третє, раціональне формування виробничих запасів, надмірна кількість яких, сприяє не ефективному використанню оборотних засобів.

По-четверте, удосконалення потребує маркетингова політика, яка відповідає за асортимент, цінову політику, ринки збуту, прихильність споживачів.

При чому рекомендуємо почати процес поліпшення ефективності господарської діяльності з активізації маркетингової діяльності, яка має сприяти підвищенню попиту на продукцію підприємства, розширенню номенклатури продукції, асортименту та ринків збуту, що неодмінно призведе до збільшення відсотку завантажувості виробничих потужностей. Як наслідок, збільшаться обсяги виробництва продукції у натуральному вимірі та вартісному, що знайде відображення у збільшенні наступних показників: доходу, прибутку, чистому прибутку. Отже, частину прибутку підприємство зможе використовувати на оновлення матеріально-технічної бази, що позитивно вплине на ефективність господарської діяльності та, як наслідок, на рівень інвестиційної привабливості підприємства.

Тому вважає за необхідне приділити проблемі удосконалення маркетингової діяльності підприємств хлібопекарської галузі, куди відноситься й підприємство, яке ми досліджуємо [64, с. 150].

Мета ТОВ «Торговий дім «КиївХліб», як і будь-якого іншого підприємства, це – отримання максимально можливого прибутку шляхом задоволення потреб у хлібобулочних виробках населення.

На думку автора наукової праці [64]: «щоб забезпечити дану ціль, рекомендується застосування системи ефективного комплексу маркетингу,

методологічною основою якої виступає маркетинг-мікс «7P», складовими елементами якого є товар (Product), його просування (Promotion), ціна (Price), місце реалізації продукту (Place), процес взаємодії між покупцем та продавцем (Process), люди пов'язані з тим чи іншим брендом (People) та всі фізичні речі і відчуття, які оточують споживача в момент взаємодії з брендом (Physical Evidence)» [64, с. 151].

Хлібопекарська продукція як один з товарів комплексного маркетингу забезпечує своїми характеристиками потреби споживача. Основні специфічні властивості хлібопекарської продукції як товару полягають у тому, що цей вид продукції може бути проданий в об'ємах, які не перевищують норми фізіологічно можливого споживання; для цього виду товару не створюються товарні запаси; для хліба встановлено норми повернення нереалізованої продукції [64, с. 151].

Оскільки хлібопекарські вироби розглядаються як вид товару, то досліджуваним хлібопекарським підприємствам рекомендується формувати основні напрямки товарної політики у координації маркетингміксу. Коли враховуються не лише поточні потреби у споживанні певних різновидів хлібопекарської продукції, а й, власне, сама динаміка їх зміни, оскільки підприємства хлібопекарської галузі на пряму є залежними від своїх споживачів та повинні реагувати на їх сучасні та майбутні потреби [64, с. 151].

Проблеми хлібного ринку Києва і Київської області вимагають глибокого і всебічного вивчення. Однак деякі з них досить відомі. Так, деякі райони області не охоплені мережами розповсюдження хлібобулочної продукції, значить, варто налагодити дистрибуцію в ці райони, звичайно, з урахуванням невеликого терміну зберігання хлібобулочних виробів. Хоча майже кожен район області має власний хлібозавод, асортимент і якість хліба часто залишають бажати кращого. Вихід на нові географічні ринки і освоєння нових сегментів повинні

спиратися на високу якість, конкурентні переваги. Головним напрямком має стати робота над асортиментом продукції, її якістю, упаковкою та маркуванням. Безумовно, важливими при виході на нові ринки виявляться питання ціноутворення, руху товару і просування [65].

Основні напрями маркетингової товарної політики, рекомендовані для досліджуваних хлібопекарських підприємств на ринку хлібобулочної продукції представлені на рис. 3.2.

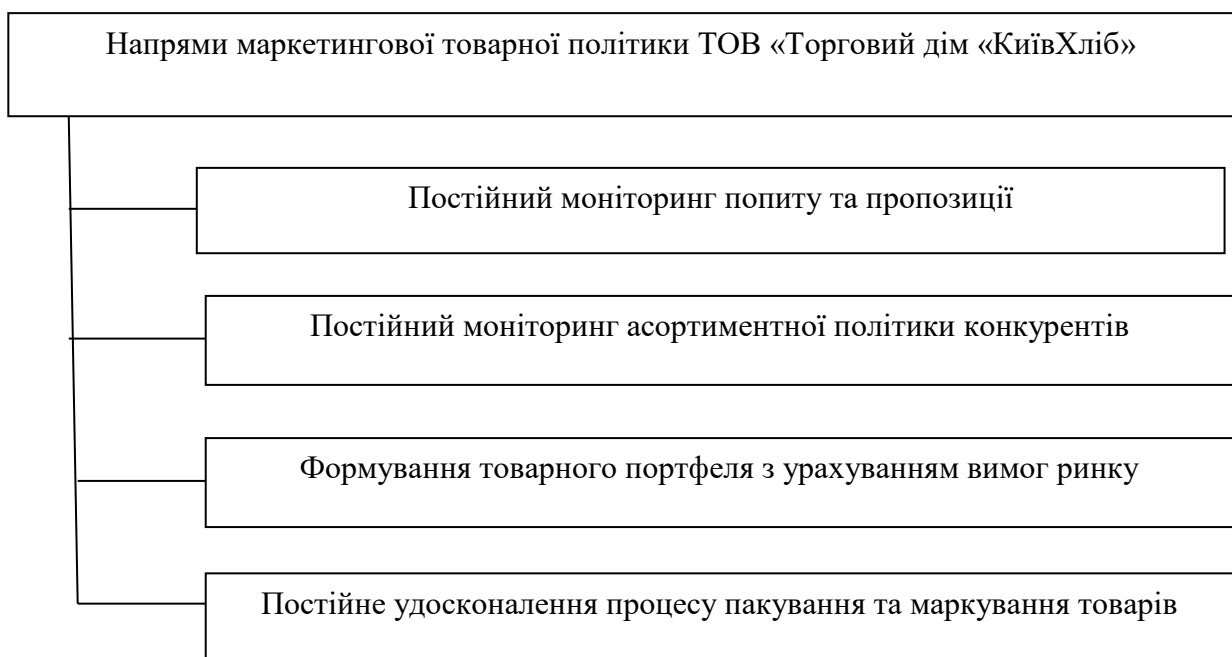


Рис. 3.2. Напрями маркетингової товарної політики ТОВ «Торговий дім «КиївХліб»

Джерело: складено автором

Для більш ефективної діяльності керівництву хлібопекарських підприємств рекомендується максимально дотримуватися принципів маркетингу, скласти програму маркетингової діяльності, більше уваги приділяти асортименту та якості хліба та булочних виробів. У першу чергу, це відноситься до тих підприємств, які орієнтуються на розширення своїх позицій на займаному ринку в умовах постійно загостреної конкуренції [64, с. 152].

У господарській практиці, що склалася, у хлібопекарських підприємств існує безліч можливостей впливу на споживчий ринок як безпосередньо, так і опосередковано через використання розроблених стратегій. Продуктові стратегії маркетингу мають на увазі популяризацію продукту, розкриття його властивостей і за рахунок цього просування його на ринок. Вони реалізуються за допомогою використання деяких загальних стратегій і концепцій управління в поєднанні з окремими програмами, розробленими або для окремого продукту, або для продукції лінії, які в цілому пов'язані з цілями і завданнями діяльності підприємства. Товарна номенклатура хлібопекарних підприємств складається з різних товарних ліній. При цьому під товарною лінією розуміється група хлібопекарських виробів, тісно пов'язаних між собою через схожість свого використання та призначення одним і тим же групам споживачів, а також реалізовані через одні й ті самі типи торгових підприємств у рамках одного і того ж діапазону цін. У міру додавання нових одиниць продукції зростають витрати на розробку нових рецептур, технології випічки, інженерні розробки, на облік, переналадження виробництва, управління виробництвом, та витрати на просування нових видів продукції на ринок [64, с. 153].

Однак, результатом цих дій є збільшення доходів підприємства, отримані додаткові кошти можна спрямувати на розвиток підприємства, що стане поштовхом для підвищення рівня інвестиційної привабливості підприємства.

Отже, ми згодні з авторами, які вважають, що «інвестиційний та виробничий процес тісно взаємопов'язані. Результати виробничого процесу дають можливість накопичити достатньо коштів для їх подальшого інвестування. Інвестиції забезпечують процес виробництва. Рух платежів поєднує процес виробництва та процес інвестування».

Маємо можливість констатувати, що інвестиційна привабливість – це певний економічний ефект від інвестування коштів в активи підприємства з перспективою отримання прибутку.

3.2. Прогнозування зміни рівня інвестиційної привабливості за рахунок удосконалення господарської діяльності ТОВ «Торговий дім «КиївХліб»

У попередньому параграфі ми сформулювали основні напрямки підвищення результативності господарської діяльності ТОВ «Торговий дім «КиївХліб». Реалізація запропонованих рекомендацій в першу дозволить підвищити показники прибутковості досліджуваного підприємства.

Розглянемо, яким чином зміниться загальний (інтегральний) показник інвестиційної привабливості, якщо дохід підприємства збільшиться на 5%.

Результати розрахунків інтегральних коефіцієнтів для кожної групи (блоку) показників, що приймають участь у оцінюванні представлено в таблиці 3.2.

Таблиця 3.2.

Прогнозний розрахунок блочних інтегральних оцінок

Показник	P_i	$P_{i_норм.}$	K_j
Показники майнового стану			
Коефіцієнт зносу основних засобів	0,52	0,2	2,6
Коефіцієнт придатності основних засобів	0,48	0,5	0,96
Коефіцієнт оновлення	0,45	0,1	4,5
Коефіцієнт вибуття	0,2	0,1	2,0
Частка основних засобів в активах	0,11	-	-
Коефіцієнт мобільності активів	58,80	-	-
Блочний інтегральний показник			10,06
Показники фінансової стійкості підприємства			

Коефіцієнт автономії	0,84	0,5	1,68
Коефіцієнт співвідношення власних і залучених коштів	0,84	1,0	0,84
Коефіцієнт фінансової стійкості	0,91	0,6	1,52
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	0,06	0,5	0,12
Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними коштами	0,09	0,1	0,9
Блочний інтегральний показник			5,06
Показники ліквідності підприємства			
Коефіцієнт покриття	1,05	1,5	0,7
Коефіцієнт швидкої ліквідності	1,05	0,6	1,75
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,01	0,2	0,05
Блочний інтегральний показник			2,5
Показники прибутковості підприємства			
Рентабельність капіталу	0,095	0,14	0,679
Рентабельність власного капіталу	0,03	0,2	0,15
Рентабельність реалізованої продукції	0,335	1,0	0,335
Рентабельність продажів	1,872	0,3	0,61
Блочний інтегральний показник			1,77
Показники ділової активності підприємства			
Коефіцієнт оборотності активів	4,94	0,3	16,5
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	247423,2	3,0	82474,4
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	59,8	2,0	29,9
Коефіцієнт оборотності запасів	39,04	8,0	4,88
Фондовіддача	44,62	3,0	14,9
Блочний інтегральний показник			82540,6

Джерело: розраховано автором

Ми визначили підрахункові блочні оцінки за блоком показники прибутковості підприємства, всі інші блочні оцінки залишилися без змін.

Питома вага кожної групи показників, яка була визначена експертним шляхом, залишилися без змін (табл. 3.3.).

Таблиця 3.3.

Питома вага за групами показників

Групи показників	Питома вага
Показники майнового стану	0,3
Показники фінансової стійкості підприємства	0,15
Показники ліквідності підприємства	0,2
Показники прибутковості підприємства	0,25
Показники ділової активності підприємства	0,1

Джерело: складено автором

Отже, маємо можливість розрахувати прогнозний інтегральний показник інвестиційної привабливості ТОВ «Торговий дім «КиївХліб»:

$$K_k = 10,06 * 0,3 + 5,06 * 0,15 + 2,5 * 0,2 + 1,77 * 0,25 + 82540,6 * 0,1 = 8258,861$$

Прогнозне значення інтегрального показника дорівнює 8258,861. Це значення ми порівнюємо з попереднім показником, який ми отримали при оцінці поточної інвестиційної привабливості ТОВ «Торговий дім «КиївХліб». Збільшення інтегрального показника відбулося на 0,119, що є достатньо вагомих результатом, який свідчить про дієвість рекомендацій, які ми сформуваємо за результатами дослідження.

3.3. Моніторинг інвестиційної привабливості підприємства як запорука його ефективного розвитку

З метою контролю за інвестиційною привабливістю задля підтримання та збільшення її рівня пропонуємо керівництву підприємства проводити постійний моніторинг даного показника.

Система моніторингу має складатися із певних етапів, які поєднані в алгоритм дій.

1. Побудова системи інформативних звітних показників спирається на дані фінансового, статистичного та управлінського обліку підприємства.

Ця система показників є так званою «первинною інформаційною базою спостереження», яка є необхідною для наступного етапу – розрахунку агрегованих по підприємству окремих аналітичних показників як абсолютних, так і відносних, які характеризують результативність фінансової діяльності підприємства.

2. Розробка системи узагальнюючих (аналітичних) показників, які відображають фактичні результати досягнення передбачених кількісних стандартів контролю, здійснюється у чіткій відповідності до системи фінансових показників. При цьому забезпечується повна сумісність встановлених стандартів та контрольованих аналітичних показників.

У процесі розробки даної системи створюються алгоритми розрахунку певних узагальнюючих (аналітичних) показників з використанням первинної інформаційної бази спостереження та методів фінансово-економічного аналізу.

3. Визначення структури та показників, а також форм контрольних звітів (рапортів) виконавців покликано сформувати систему носіїв контрольної інформації. Для забезпечення ефективності моніторингу така форма звіту має бути стандартизована та містити таку інформацію: фактично досягнуте значення контрольованого показника (у порівнянні з передбаченим); розмір відхилення фактично досягнутого значення контрольованого показника передбаченого; факторне розкладання розміру відхилення (якщо контрольований показник піддається кількісному розкладу деякі складові). Алгоритм такого розкладання має бути визначений та доведений до кожного виконавця заздалегідь; пояснення причин негативних відхилень за показником загалом та окремим його складовим; визначення осіб, винних у негативному відхиленні показника, якщо це відхилення викликано внутрішніми факторами діяльності підрозділу; форма стандартного контрольного звіту (рапорту) виконавця диференціюється відповідно до змісту доведеного йому бюджету (плану).

4. Встановлення контрольних термінів і періодів за кожним видом, кожною групою показників, що контролюється. Конкретизація контрольного періоду груп показників визначається «терміновістю реагування», яка потрібна задля ефективного управління інвестиційної привабливістю підприємства.

5. Встановлення розмірів відхилень фактичних результатів контрольованих показників від встановлених стандартів здійснюється як і абсолютних, так і у відносних показниках. Оскільки кожен показник міститься у контрольних звітах виконавців, у цій стадії він агрегується у межах підприємства загалом. При цьому за відносними показниками всі відхилення поділяються на три групи:

- позитивне відхилення;
- негативне «допустиме» відхилення;
- негативне «критичне» відхилення.

Для проведення такої градації на кожному підприємстві має бути визначено критерій «критичних» відхилень, який може бути диференційований за контрольними періодами.

6. Виявлення основних причин відхилень фактичних результатів контрольованих показників від встановлених стандартів проводиться по підприємству загалом та за окремими «центрами відповідальності». У процесі такого аналізу виділяються та розглядаються ті показники фінансового контролінгу, за якими спостерігаються критичні відхилення від цільових нормативів, завдань поточних планів та бюджетів. По кожному «критичному» відхиленню (а при необхідності і менш значимим розмірам відхилень показників пріоритету першого порядку) повинні бути виявлені причини, що їх викликали.

У процесі здійснення такого аналізу загалом на підприємстві використовуються відповідні розділи контрольних звітів виконавців.

Формування системи алгоритмів дій щодо усунення відхилень є заключним етапом побудови системи моніторингу для підприємства. Принципова система дій менеджерів підприємства у разі полягає у трьох алгоритмах:

– «нічого не робити». Ця форма реагування передбачається у тих випадках, коли розмір негативних відхилень значно нижчий від передбаченого «критичного» критерію;

– «усунути відхилення». Така система дій передбачає процедуру пошуку та реалізації резервів щодо забезпечення виконання цільових, планових чи нормативних показників. При цьому резерви розглядаються у розрізі різних аспектів інвестиційної діяльності та окремих інвестиційних проектів. Як такі можливості можна розглянути доцільність запровадження посиленого режиму економії (за принципом «відсікання зайвого»), використання системи внутрішніх резервів та інші;

– «змінити систему планових чи нормативних показників». Така система дій вживається у випадках, коли можливості нормалізації окремих аспектів інвестиційної діяльності обмежені або взагалі відсутні. І тут за результатами моніторингу вносяться пропозиції щодо коригування системи цільових стратегічних нормативів, показників поточних планів чи окремих бюджетів.

В окремих критичних випадках може бути обґрунтовано пропозицію про припинення окремих виробничих, інвестиційних та фінансових операцій та навіть реалізації окремих інвестиційних проектів.

Впровадження для підприємства системи моніторингу дозволяє значно підвищити ефективність всього процесу управління інвестиційними процесами, а чи не лише у частині формування інвестиційної привабливості.

Узагальнюючи вищевикладене, слід зазначити, що основою формування системи моніторингу є розробка індикативних показників, що

дозволяють виявити появу і складність проблеми. У змістовному плані система показників орієнтована вивчення ознак, що характеризують залежність управління інвестиційної привабливістю підприємства від зовнішньої та внутрішньої середовища, оцінку їх якості та прогнозування.

Всю систему показників моніторингу інвестиційної привабливості доцільно розбити такі групи:

1. Показники зовнішньої середовища. Для зовнішній середовища підприємств, що функціонують в умовах ринку, характерний ряд відмінних ознак: по-перше, всі фактори враховуються одночасно, по-друге, підприємства повинні брати до уваги багатоаспектний характер управління. Діяльність підприємства протікає на різних рівнях: на товарних ринках, в галузі ресурсів, між різними підприємницькими концепціями (бореться з конкурентом поодиночці або уклавши союз з іншими виробниками, партнерами, постачальниками, торговими посередниками тощо), по-третє, агресивна політика цін (прямі атаки для ослаблення конкурентів), по-четверте, динамізм розвитку ринку, коли позиції конкурентів і розстановка сил змінюються з швидкістю, що наростає.

Динамізм розвитку ринку є важливим чинником довкілля. Позиції конкурентів і розстановка сил підприємств змінюються з швидкістю, що наростає.

2. Показники, що характеризують прояв соціальної ефективності підприємства на суспільному рівні. Соціальна ефективність виділяється з усієї групи соціально-економічних показників як та її сторона, яка відбиває вплив заходів економічного характеру на найповніше задоволення потреб суспільства. Її критерієм є задоволення потреб соціального характеру, включаючи потреби якості продукції, якості обслуговування споживача, скорочення часу купівлю тощо.

3. Показники, що характеризують рівень професійної підготовки персоналу; показники, що характеризують рівень організації праці; соціально-психологічні показники.

4. Показники, що характеризують ефективність розвитку інвестиційних процесів для підприємства. У рамках розробленої моделі оцінки інвестиційної привабливості підприємств найбільший інтерес становить група показників, які безпосередньо відображають ефективність управління інвестиційними процесами.

Враховуючи вищевикладене, при формуванні системи моніторингу інвестиційної привабливості слід, по-перше, враховувати фактори формування інвестиційної вартості, по-друге, потенційні можливості підприємства у формуванні його інвестиційних ресурсів, виробничий, кадровий та технічний потенціал підприємства, можливості залучення зовнішніх ресурсів; третє, ефективність розвитку інвестиційних процесів, що визначає економічне зростання підприємства.

Запропонований алгоритм побудований на відслідковуванні змін ринкової вартості. В умовах інформатизації та автоматизації процесів функціонування підприємства реалізація даного алгоритму не потребує організаційно-економічних перетворень на підприємстві.

Здійснений таким чином моніторинг інвестиційної привабливості підприємства дозволить як визначити своєчасно проблемні ділянки у формуванні умов для активізації інвестиційних процесів на підприємстві, так і виявити можливі зміни у економічному потенціалі підприємства, що дозволить вчасно приймати рішення, що будуть сприяти сталому розвитку підприємства.

Висновки до розділу 3.

Дослідивши на фактори, від яких залежить ефективність господарської діяльності, виділили три напрями підвищення економічної ефективності фінансово-господарської діяльності підприємств: ресурсний, технологічний й організаційний, в рамках яких запропоновано основні напрями покращення результативності господарської діяльності ТОВ «Торговий дім «КиївХліб».

По-перше, необхідно слідкувати за рівнем завантаженості виробничих потужностей, який має бути максимально можливим. Зараз рівень завантаженості виробничих потужностей ТОВ «Торговий дім «КиївХліб» знаходиться на рівні 65%, що залишає суттєві можливості до їх 100% використання.

По-друге, стан основних фондів має постійно бути у центрі уваги керівництва підприємства. Рівень зносу основних фондів на підприємстві складає 52%, що свідчить про необхідність модернізації та оновлення основних виробничих фондів.

По-третє, раціональне формування виробничих запасів, надмірна кількість яких, сприяє не ефективному використанню оборотних засобів.

По-четверте, удосконалення потребує маркетингова політика, яка відповідає за асортимент, цінову політику, ринки збуту, прихильність споживачів.

Основну увагу, на нашу думку, необхідно приділити маркетинговій діяльності підприємства, удосконалення якої буде мати мультиплікативний ефект.

Прогнозування рівня інвестиційної привабливості (на основі врахування наданих нами рекомендацій) дало збільшення інтегрального показника на 0,119, що є достатньо вагомим результатом, який свідчить

про дієвість рекомендацій, які ми сформуваємо за результатами дослідження.

З метою контролю за інвестиційною привабливістю задля підтримання та збільшення її рівня керівництву підприємства нами запропоновано проводити постійний моніторинг даного показника.

Здійснений за певним алгоритмом моніторинг інвестиційної привабливості підприємства дозволить як визначити своєчасно проблемні ділянки у формуванні умов для активізації інвестиційних процесів на підприємстві, так і виявити можливі зміни у економічному потенціалі підприємства, що дозволить вчасно приймати рішення, що будуть сприяти сталому розвитку підприємства.

ВИСНОВКИ

Інвестиційна діяльність є фундаментом успішної національної економіки будь-якої країни світу, тому її активізація необхідна економіці країни задля її ефективного розвитку, та забезпечення її сталого економічного зростання у майбутніх періодах.

Інвестиційна привабливість суб'єктів господарювання є одним з ключових аспектів господарської діяльності сьогодення. Це підтверджується наявністю багатьох методичних і наукових праць в яких досліджується сутність даної економічної категорії, фактори, які на неї впливають, напрями її підвищення та методи оцінки. Проте єдиної думки щодо сутності даного поняття не сформовано як і до методики її оцінки.

Дослідники даної проблематики мають різні погляди на сутність інвестиційної привабливості суб'єктів підприємницької діяльності, що пояснюється тим, що кожний науковець обирає ключову характеристику: 1) ефективність суб'єкта підприємницької діяльності; 2) можливість для інвесторів; 3) порівняльний показник; 4) сукупність факторів; 5) інтегральний показник тощо.

Ми вважаємо, що під інвестиційною привабливістю необхідно розуміти інтегральний показник, який отримано у процесі проведення аналізу господарської діяльності суб'єкта підприємницької діяльності, при обов'язковому врахуванні впливу зовнішнього середовища на підприємство.

Нами з'ясовано, що існує безліч факторів, які впливають на діяльність сучасних підприємств в загалі й у тому числі на інвестиційну привабливість, які поділяють на дві групи: чинники непрямого впливу та чинники прямого впливу на інвестиційну привабливість компанії. До групи факторів непрямого впливу, слід віднести ті, на які не можливо здійснити вплив певним господарюючим суб'єктом, тобто, на них має

вплив тільки держава. До групи чинників прямого впливу відносяться ті, які може компанія змінювати при необхідності та бажанні.

Існують різноманітні методи і методики оцінки інвестиційної привабливості підприємства. Однак, вони залежать, в першу чергу, від цілей оцінки, що обумовлено задачами, які інвестор вважає пріоритетними.

ТОВ «Торговий дім «КиївХліб» (ТОВ «ТД «КиївХліб») – це одна з компаній-лідерів хлібопекарського ринку України, яка відома і за її межами. Компанія є першим промисловим виробником хлібобулочної продукції у м. Київ, яка з'явилася на ринку ще у 1930 році.

До складу ТОВ «Торговий дім «КиївХліб» входить дев'ять виробничих майданчиків, які розташовані як у м. Київ, так і у Київській області. Загальна виробнича потужність підприємства дає змогу щоденно виробляти 400 тонн хлібобулочних виробів та 10 тонн випічки і кондитерських смаколиків.

Підприємство має у власному арсеналі 55 зареєстрованих торговельних марок, з них 15 зареєстровано у 2020 році. Асортимент продукції ТОВ «Торговий дім «КиївХліб» дуже широкий, він нараховує біля 250 найменувань, до його складу входять різноманітні сорти наступних номенклатурних позицій: хлібобулочних виробів, сушки, пряників, печива, рогаликів, тістечок, тортів, короваїв та інших.

Аналіз фінансового стану ТОВ «ТД «КиївХліб» надав нам можливість вважати його задовільним. З'ясовано, що у підприємства є значний потенціал щодо його покращення, який необхідно використати з метою як підвищення ефективності господарської діяльності, так і підвищення рівня інвестиційної привабливості, що стане запорукою зміцнення рівня його конкурентоспроможності.

Нами оцінено інвестиційну привабливість підприємства, шляхом отримання інтегральної оцінки, яка дорівнює 8258,742. Отже, маємо можливість констатувати, що рівень інвестиційної привабливості певного

суб'єкту господарювання – це основний індикатор залучення інвестицій в підприємство.

Дослідивши на фактори, від яких залежить ефективність господарської діяльності, виділили три напрями підвищення економічної ефективності фінансово-господарської діяльності підприємств: ресурсний, технологічний й організаційний, в рамках яких запропоновано основні напрями покращення результативності господарської діяльності ТОВ «Торговий дім «КиївХліб».

По-перше, необхідно слідкувати за рівнем завантаженості виробничих потужностей, який має бути максимально можливим. Зараз рівень завантаженості виробничих потужностей ТОВ «Торговий дім «КиївХліб» знаходиться на рівні 65%, що залишає суттєві можливості до їх 100% використання.

По-друге, стан основних фондів має постійно бути у центрі уваги керівництва підприємства. Рівень зносу основних фондів на підприємстві складає 52%, що свідчить про необхідність модернізації та оновлення основних виробничих фондів.

По-третє, раціональне формування виробничих запасів, надмірна кількість яких, сприяє не ефективному використанню оборотних засобів.

По-четверте, удосконалення потребує маркетингова політика, яка відповідає за асортимент, цінову політику, ринки збуту, прихильність споживачів.

Основну увагу, на нашу думку, необхідно приділити маркетинговій діяльності підприємства, удосконалення якої буде мати мультиплікативний ефект.

Прогнозування рівня інвестиційної привабливості (на основі врахування наданих нами рекомендацій) дало збільшення інтегрального показника на 0,119, що є достатньо вагомим результатом, який свідчить

про дієвість рекомендацій, які ми сформуваємо за результатами дослідження.

З метою контролю за інвестиційною привабливістю задля підтримання та збільшення її рівня керівництву підприємства нами запропоновано проводити постійний моніторинг даного показника.

Здійснений за певним алгоритмом моніторинг інвестиційної привабливості підприємства дозволить як визначити своєчасно проблемні ділянки у формуванні умов для активізації інвестиційних процесів на підприємстві, так і виявити можливі зміни у економічному потенціалі підприємства, що дозволить вчасно приймати рішення, що будуть сприяти сталому розвитку підприємства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Галазюк Н.М., Зелінська О.М., Кравчук О.Я. Сутність та структура міжнародної інвестиційної діяльності на сучасному етапі. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2017. Випуск 12. Частина 1. С. 69-72. URL: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/12_1_2017ua/17.pdf (дата звернення: 20.09.2022).
2. Важинський С.Е., Щербак Т. І. Методика та організація наукових досліджень: навч. посіб. Суми: СумДПУ імені А. С. Макаренка, 2016. 260 с.
3. Про інвестиційну діяльність: Закон України від 18.09.91 р. № 1561-ХІІ. *Відомості Верховної Ради України*. № 47. Ст. 647. (зі змінами та доповненнями). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1560-12#Text> (дата звернення: 21.09.2021).
4. Макроекономіка: курс лекцій: навч. посіб. для дистанційного навчання / за ред. В. В. Кириленка. Тернопіль: «Економічна думка», 2018. 250 с. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/28895/1/Курс%20лекцій%20з%20Макроекономіки.pdf> (дата звернення: 23.09.2022).
5. Шевченко О.І. Фактори інвестиційної привабливості держави. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2009. № 4. URL: <http://www.dy.nauka.com.ua/?op=1&z=63> (дата звернення: 25.09.2022).
6. Конакова К.М. Фактори інвестиційної привабливості України. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2017. №4 (12). URL: <http://ppeu.stu.cn.ua/article/view/147312> (дата звернення: 25.09.2022).
7. Пилипенко, Н.М. Принципи та фактори інвестиційної привабливості підприємства. Економічні проблеми сталого розвитку: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої

пам'яті проф. Балацького О.Ф., м. Суми, 6-8 травня 2014 р.: у 2-х т. / За заг. ред.: О.В. Прокопенко, О.В. Люльова. Суми: СумДУ, 2014. Т.1. С. 271-273. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/141441967.pdf> (дата звернення: 26.09.2022).

8. Васил'єв С.В. Фактори і напрями покращення інвестиційної привабливості суб'єктів господарювання. *Інвестиції: практика та досвід*. 2016. № 9. С. 46-49. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/9_2016/10.pdf (дата звернення: 27.09.2022).

9. Гребенюк Н.О. Інвестиційна привабливість: сутність та засоби покращення. *Інвестиції: практика та досвід*. 2012. № 12. С. 12-17.

10. Івахненко І.К. Інвестиційна діяльність в Україні: сучасний стан та можливості її активізації. *Інвестиції: практика та досвід*. 2010. № 2. С. 7-9.

11. Гунько В.І. Фактори та показники формування інвестиційної привабливості підприємств. *MANAGEMENT OF FINANCIAL AND INVESTMENT ACTIVITIES OF BUSINESS*. 2013. № 1(9). С. 85-88. URL: <https://ofp.cibs.ubs.edu.ua/files/1301/13hvifai.pdf> (дата звернення: 28.09.2022).

12. Матюшенко І.Ю. Інвестування (в контексті міжнародної інтеграції України): навч. посібн. Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2013. 396 с.

13. Мойсеєнко І., Ревак І., Миськів Г., Чапляк Н. Інвестиційний аналіз: навч. посіб. Львів: ЛьвДУВС, 2019. 276 с.

14. Поліщук О.А., Поліщук О.Т., Інвестиційна привабливість регіону в умовах фінансової децентралізації. URL: https://r.donnu.edu.ua/bitstream/123456789/949/1/%2B%20%D0%9D%D0%92%D0%95%D0%A1%D0%A2%D0%98%D0%A6%D0%99%D0%9D%D0%90_%D0%9F%D0%A0%D0%98%D0%92%D0%90%D0%91%D0%9B%D0%98%D0%92%D0%A1%D0%A2__%D0%A0%D0%95%D0%93%D0%9E%D0%9D%D0%A3.pdf (дата звернення: 29.09.2022).

15. Хопчан В.М. Теоретичні засади оцінювання інвестиційної привабливості регіону. *Ефективна економіка*. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3135> (дата звернення: 29.09.2022).

16. Савлук О. Оцінка інвестиційної привабливості регіонів України. *Держава та економіка*. 2013. № 5. С. 31-44. URL: <http://visnik.knute.edu.ua/files/2013/05/3.pdf> (дата звернення: 29.09.2022).

17. Харченко А. О. Інвестиційна привабливість країни та її складові. *Вісник Національного технічного університету «ХПІ»*. Харків: НТУ «ХПІ», 2020. № 1. С. 24-31. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/54875> (дата звернення: 30.09.2022).

18. Коюда В.О., Лепейко Т.І., Коюда О.П. Основи інвестиційного менеджменту: навч. посіб. К.: Кондор, 2008. 340 с.

19. Довбня С.Б., Охлопкова Т.Л. Методичні засади формування інвестиційної привабливості підприємства. *Економічний вісник національного гірничого університету*. 2007. № 4. С. 43-49. URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Evngu/2007_4.pdf (дата звернення: 30.09.2022).

20. Саєнко О.П. Інвестиційна привабливість: сутність та фактори, що на неї впливають. *Інвестиції: практика та досвід*. 2018. № 1. С. 17-29.

21. Задорожна Я.Є., Дядечко Л.П. Підвищення інвестиційної привабливості підприємництва як напрямок залучення інвестиційних ресурсів. *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. № 2. С. 32-35.

22. Крамаренко К.М. Інвестиційна привабливість підприємства та методичні підходи до її визначення. *Причорноморські економічні студії*. 2016. Вип. 10. С. 101-104.

23. Короткова О.В. Інвестиційна привабливість підприємства та методики її оцінювання. *Ефективна економіка*. 2013. № 6. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/> (дата звернення: 30.09.2022).

24. Косенко О.П., Перерва П.Г., Майстро Д.С. Інвестиційна привабливість як економічна категорія. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/> (дата звернення: 20.09.2022).

25. Кузьменко О.В. Інвестиційний клімат та інвестиційна привабливість регіонів України. *Економічний нобелівський вісник*. 2015. № 1(8). С. 46-54.

26. Сталінська О.В. Оцінка інвестиційної привабливості регіонів України. *Економіст*. 2007. № 9. С. 68-70.

27. Бланк І.О. Інвестиційний менеджмент: навч. посіб. К.: Ніка-центр. 2001. 448 с.

28. Сорока Л.М., Щоголев М.С. Деякі підходи до визначення сутності економічної категорії «Інвестиційна привабливість». Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції «Сучасні тенденції в бізнесі та менеджменті: теорія і практика»: зб. тез доповідей. Одеса: ОНМУ, 2022. С. 48-51.

29. Короткова О.В. Інвестиційна привабливість підприємства та методики її оцінювання. *Ефективна економіка*. 2013. № 6. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2132> (дата звернення: 22.09.2022).

30. Щербатенко І., Горбачова О. Аналіз факторів, що впливають на інвестиційну привабливість підприємств. *Економічний аналіз*. 2013. Т. 12(4). С. 166-170.

31. Москаленко І.І. Чинники впливу на інвестиційну привабливість. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2017/01/132.pdf> (дата звернення: 05.10.2022).

32. Гончаров В.М., Білоусова М.М. Інвестиційна привабливість підприємства: сутність та фактори впливу. URL: <https://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/4.../31.pdf> (дата звернення: 06.10.2022).

33. Роганова Г.О. Інвестиційна привабливість підприємств: фактори впливу, методичні підходи. *International Journal of Innovative Technologies in Economy*. 2019. № 4(24). С. 28-34.

34. Вахович І.М., Олександренко І.В., Забедюк М.С. Методика оцінювання інвестиційної привабливості підприємства. *Актуальні проблеми економіки*. 2014. № 11. С. 154-160.

35. Овчаренко Т.С., Степанова А.А. Методичні підходи щодо визначення інвестиційної привабливості галузей України. *Молодий вчений*. 2017 р. №5(45). С. 685-689.

36. Пилипенко О.І. Методика аналізу інвестиційної привабливості підприємства: макро- і мікроекономічний аспекти. *Вісник Житомирського державного технологічного університету*. Серія: економічні науки. 2009. № 4(50). С. 120-127. URL: <http://ven.ztu.edu.ua/article/view/82794> (дата звернення: 15.10.2022).

37. Криницька Л. Методи оцінки інвестиційної привабливості підприємства. URL: https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:5ll4holijp4J:https://kn.eu.edu.ua/userfiles/stud_cons_soc_ek_13/section1/Krynytska.docx&cd=5&hl=ru&ct=clnk&gl=ua (дата звернення: 01.10.2022).

38. Про затвердження Положення про порядок здійснення аналізу фінансового стану підприємств, що підлягають приватизації: Наказ України від 26.01.2019. № 49/121. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0121-01#Text> (дата звернення: 01.10.2022).

39. Грідчина М.В. Корпоративні фінанси (зарубіжний досвід і вітчизняна практика): навч. посіб. 2-ге вид. К.: МАУП, 2002. 232 с.

40. Ізмайлова К.В. Сучасні технології фінансового аналізу: навч. посіб. К.: МАУП, 2003. 148 с.

41. Калина А.В., Конєва М.І., Яценко В.О. Сучасний економічний аналіз і прогнозування: навч.-метод. посіб. 3-е вид., перероб. та доп. К.: МАУП, 2003. 416 с.

42. Лещук Г.В. Інвестиційна привабливість підприємства та методики її оцінювання. *Ефективна економіка*. 2013. № 6. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2132> (дата звернення: 20.10.2022).

43. Малова Т.Л., Селіверстова Л.С. Комплексний підхід до визначення інвестиційної привабливості акціонерного підприємства. *Актуальні проблеми економіки*. 2006. № 4. С. 14-19.

44. Пилипенко О.І. Методика аналізу інвестиційної привабливості підприємства: макро- і мікроекономічний аспекти. *Вісник Житомирського державного технологічного університету*. Серія: економічні науки. 2009. № 4(50). С. 120-127. URL: <http://ven.ztu.edu.ua/article/view/82794> (дата звернення: 15.10.2022).

45. Шпортко Г.Ю., Козенкова Н.П., Козенкова В.Д.. Оцінка інвестиційної привабливості промислового підприємства. *Ефективна економіка*. 2014. № 11. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=3550> (дата звернення: 29.11.2022).

46. Вірянська О.В. Оцінка інвестиційної привабливості. URL: <https://nau.edu.ua/site/variables/news/2018/5/%D0%A2%D0%B5%D0%B7%D0%B8%202018/30-%D0%95%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D1%96%D0%BA%D0%B0%20%D1%82%D0%B0%20%D0%B1%D0%B5%D0%B7%D0%>

BD%D0%B5%D1%81-

%D0%B0%D0%B4%D0%BC%D1%96%D0%BD%D1%96%D1%81%D1%82
%D1%80%D1%83%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F%20(%D
0%A4%D0%95%D0%91%D0%90).pdf (дата звернення: 27.11.2022).

47. Степанова А. Методичні підходи щодо визначення інвестиційної привабливості галузей України. *Молодий вчений*. 2017. № 5 (45). URL: easychgate.net/publication/341312109_METHODICNI_PIDHODI_SODO_VIZNACENNA_INVESTICIJNOI_PRIVABLIVOSTI_GALUZEJ_UKRAINI (дата звернення: 24.11.2022).

48. Скалюк Р.В., Лоїк О.І. Оцінка інвестиційної привабливості підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2016. № 1. URL: <http://elar.khmnu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/4645/1/%D1%81%D0%BA%D0%B0%D0%BB%D1%8E%D0%BA.pdf> (дата звернення: 24.11.2022).

49. Ішук О.С. Моделі інтегрального оцінювання результатів фінансово-господарської діяльності промислових підприємств регіону. *Регіональна економіка*. 2008. № 2. С. 25-33.

50. Роганова, Г.О. Оцінка інвестиційної привабливості Донецького регіону. Проблеми розвитку зовнішньоекономічних зв'язків та залучення іноземних інвестицій: регіональний аспект. Збірник наукових праць. Донецьк: ДонНУ. 2004. С. 369-372.

51. Офіційний сайт ТОВ «Торговий дім «КиївХліб». URL: <https://kyivklib.ua/> (дата звернення: 25.11.2022).

52. Звіт про управління ТОВ «ТД «КиївХліб» за 2020 рік. URL: <https://kyivklib.ua/wp-content/uploads/2021/05/zvit-pro-upravlinnya-za-2020-rik.pdf> (дата звернення: 26.11.2022).

53. Про компанію ТОВ «Торговий дім «КиївХліб». URL: <https://kyivklib.ua/about/#reports> (дата звернення: 26.11.2022).

54. Фінансова звітність ТОВ «Торговий дім «КиївХліб» за 2019-2020 рр. URL: <https://kyivkhliv.ua/about/#reports> (дата звернення: 27.11.2022).
55. Аналіз господарської діяльності: навч. посіб. / за заг. ред. І.В. Сіменко, Т.Д. Косової. К.: Центр учбової літератури, 2013. 384 с.
56. Грабовецький Б.Є. Економічний аналіз: навч. посіб. Вінниц. нац. техн. ун-т. 2-ге вид., доп. та перер. Вінниця: ВНТУ, 2013. 84 с.
57. Коюда П.М. Економічний аналіз: навч. посіб. Х.: Компанія СМІТ, 2013. 69 с.
58. Савицька Г.В. Економічний аналіз діяльності підприємства: навч. посіб. 2-ге вид., випр. і доп. К.: Знання, 2010. 662 с.
59. Семенов А.Г., Король С.А. Аналіз фінансово-господарської діяльності підприємств в умовах нестабільності. *Вісник економічної науки України*. 2011. № 2. С. 163-170.
60. Ішук О.С. Моделі інтегрального оцінювання результатів фінансово-господарської діяльності промислових підприємств регіону. *Регіональна економіка*. 2008. № 2. С. 25-33.
61. Мізіна О.В. Вдосконалення методики оцінки використання та відтворення майна. *Ефективна економіка*. 2013. № 10. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2403> (дата звернення: 02.12.2022).
62. Кісіль М.І. Критерії і показники економічної ефективності малого і середнього бізнесу на селі. *Економіка АПК*. 2009. № 8. С. 59-64.
63. Григораш О.В., Булигіна Д.О. Фактори підвищення діяльності підприємств. *Приазовський економічний вісник*. 2018. Випуск 6 (11). С. 154-158. URL: http://pev.kpu.zp.ua/journals/2018/6_11_uk/30.pdf (дата звернення: 15.12.2022).
64. Андрушків Р. Вдосконалення маркетингової діяльності підприємств хлібопекарської галузі. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2022. № 3. С. 148-156. URL:

<http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2022/07/2022-306-21.pdf> (дата звернення: 19.12.2022).

65. Бугас Н.В., Антоненко О.Ю. Маркетингова стратегія в виробництві і просуванні хлібобулочної продукції (на прикладі Київського регіону). *Ефективна економіка*. 2014. № 11. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=3498> (дата звернення: 18.12.2022).

66. Вахович І.М. Методика оцінювання інвестиційної привабливості підприємства. *Актуальні проблеми економіки*. 2014. №11. С. 154-160.

67. Короткова О.В. Інвестиційна привабливість підприємства та методики її оцінювання. *Ефективна економіка*. №6. 2013. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/> (дата звернення: 20.12.2022).

68. Денисов О.Є. Аналіз інвестиційної привабливості виробничих підприємств. *Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку*. Вісник національного університету «Львівська політехніка». 2003. Вип. № 478. С. 162 -169.

69. Кулініч Т.В. Моніторинг інвестиційної привабливості підприємства. *Проблеми економіки та управління*. Вісник державного університету «Львівська політехніка». 2000. Випуск № 391. С. 113-120.

70. Гребенюк Н. О. Інвестиційна привабливість: сутність та засоби покращення. *Інвестиції: практика та досвід*. 2012. № 12. С. 12-17.

ДОДАТКИ

Додаток А

Додаткова інформація про Товариство з обмеженою відповідальністю «Торговий дім «Київхліб»

Товариство з обмеженою відповідальністю «Торговий дім «Київхліб» було створено Учасниками Товариства з метою здійснення підприємницької діяльності та отримання прибутку, відповідно до законодавства України 09.03.2017, номер реєстраційного запису: 10711020000037730.

Адреса реєстрації Товариства: 04080, Україна, м. Київ, вулиця Костянтинівська, буд. 64. Діяльність «Торговий дім «Київхліб» регулюється чинним законодавством України.

Товариство з обмеженою відповідальністю «Торговий дім «Київхліб» з 01.01.2021 року зареєстроване в реєстрі великих платників податків.

Керівником підприємства є Кравченко Наталія Вікторівна. Розмір статутного капіталу дорівнює 100 000,00 грн.

Кількість працівників станом на 01.01.2022 складає 1000 осіб.

Місія товариства – забезпечити кожна родину свіжими, якісними і смачними хлібобулочними та кондитерськими виробами!

Цінності компанії – унікальний професійний досвід, висока якість нашої продукції, майстерність та збереження кращих традицій хлібопечення завдяки нашим співробітникам.

Якість – понад усе ТОВ «ТД Київхліб» цінує довіру споживачів, забезпечуючи традиційно найвищу якість власних виробів.

Продукція ТОВ «ТД Київхліб» виготовляється виключно з натуральної сировини, без використання консервантів та ГМО.

Основна мета якості:

- 1) гарантована висока якість продукції, що відповідає вимогам чинного законодавства України, міждержавним та державним стандартам;
- 2) гарантування суспільству безпеки продукції.

Додаток Б**Види діяльності ТОВ «ТД «КИЇВХЛІБ»**

ТОВ «ТД «КИЇВХЛІБ» здійснює свою діяльність за наступними видами діяльності за КВЕД:

46.36 Оптова торгівля цукром, шоколадом і кондитерськими виробами;

46.21 Оптова торгівля зерном, необробленим тютюном, насінням і кормами для тварин;

46.33 Оптова торгівля молочними продуктами, яйцями, харчовими оліями та жирами;

46.38 Оптова торгівля іншими продуктами харчування, у тому числі рибою, ракоподібними та молюсками;

46.39 Неспеціалізована оптова торгівля продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами;

47.11 Роздрібна торгівля в неспеціалізованих магазинах переважно продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами;

47.24 Роздрібна торгівля хлібобулочними виробами, борошняними та цукровими кондитерськими виробами в спеціалізованих магазинах;

47.25 Роздрібна торгівля напоями в спеціалізованих магазинах;

47.29 Роздрібна торгівля іншими продуктами харчування в спеціалізованих магазинах;

52.29 Інша допоміжна діяльність у сфері транспорту;

68.20 Надання в оренду й експлуатацію власного чи орендованого нерухомого майна;

45.20 Технічне обслуговування та ремонт автотранспортних засобів;

46.90 Неспеціалізована оптова торгівля;

49.41 Вантажний автомобільний транспорт;

Продовження Додатку Б

63.11 Оброблення даних, розміщення інформації на веб-вузлах і пов'язана з ними діяльність;

73.11 Рекламні агентства;

73.20 Дослідження кон'юнктури ринку та виявлення громадської думки;

77.11 Надання в оренду автомобілів і легкових автотранспортних засобів;

77.12 Надання в оренду вантажних автомобілів;

77.39 Надання в оренду інших машин, устаткування та товарів, н.в.і.у.;

47.91 Роздрібна торгівля, що здійснюється фірмами поштового замовлення або через мережу Інтернет;

53.20 Інша поштова та кур'єрська діяльність.

Додаток В

Предмет діяльності ТОВ «Торговий дім «КиївХліб» згідно Статуту

У відповідності із Статутом Предметом діяльності Товариства є:

- виробництво хліба та хлібобулочних виробів, виробництво борошняних кондитерських виробів, тортів і тістечок нетривалого зберігання;
- виробництво сухарів і сухого печива, виробництво борошняних кондитерських виробів;
- виробництво макаронних виробів і подібних борошняних виробів;
- оптова торгівля зерном, необробленим тютюном, насінням і кормами тварин;
- оптова торгівля цукром, шоколадом і кондитерськими виробами;
- роздрібна торгівля хлібобулочними виробами в спеціалізованих магазинах;
- роздрібна торгівля хлібобулочними виробами, борошняними та цукровими кондитерськими виробами в спеціалізованих магазинах;
- виробнича інвестиційна діяльність;
- торговельно-посередницька діяльність;
- інші види діяльності.

Перераховані тільки деякі види діяльності, але цей список не є виключним. Товариство може здійснювати й інші види діяльності, що відповідають цілям створення Товариства і не заборонені чинним законодавством України, включаючи зовнішньоекономічну діяльність.

