

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТУСА

ОВЧАРЕНКО ВОЛОДИМИР МАКСИМОВИЧ

Допускається до захисту:
завідувач кафедри міжнародних
економічних відносин,
доктор економічних наук, професор
_____Марина САВЧЕНКО
« ____ » _____ 2022 р.

**Умови забезпечення інвестиційної привабливості українських
підприємств у міжнародному бізнесі**

Спеціальність 292 Міжнародні економічні відносини
Освітньо-професійна програма «Міжнародні економічні відносини»

Кваліфікаційна (магістерська) робота

Науковий керівник:
Юлія ІЩУК, доцент кафедри
міжнародних економічних відносин,
доктор філософії, доцент

_____ підпис

Оцінка: _____ / _____ / _____
(бали / за шкалою ЄКТС / за національною шкалою)

Голова ЕК: _____
(підпис)

АНОТАЦІЯ

Овчаренко В.М. Умови забезпечення інвестиційної привабливості українських підприємств у міжнародному бізнесі. Спеціальність 292 Міжнародні економічні відносини. Освітня програма «Міжнародні економічні відносини». Донецький національний університет імені Василя Стуса. Вінниця, 2022.

У роботі розглянуто теоретичні основи поняття інвестиційної привабливості. Проведено дослідження та аналіз інвестиційної привабливості в світовій економіці. Проаналізовано сучасний стан телекомунікаційних підприємств в Україні та визначено основні проблеми та перспективи розвитку.

Основними науковими результатами кваліфікаційної роботи є визначення сильних та слабких сторін, можливостей та загроз компанії ТОВ «Лайфселл». Побудовано кореляційно-регресійну модель впливу факторів на інвестиційну привабливість ТОВ «Лайфселл». Визначено чинники, які стримують підвищення інвестиційної привабливості ТОВ «Лайфселл». Запропоновано напрямки підвищення інвестиційної привабливості ТОВ «Лайфселл».

Ключові слова: інвестиції, фінанси, бізнес-модель, міжнародний бізнес.
95 с., 40 табл., 12 рис., бібліограф.: 54 найм.

Ovcharenko V.M. Conditions for ensuring the investment attractiveness of Ukrainian enterprises in international business. Specialty 292 International economic relations. Educational Program «International Economic Relations». Vasyl` Stus Donetsk National University, Vinnytsia, 2022

The paper examines the theoretical foundations of the concept of investment attractiveness. Research and analysis of investment attractiveness in the world economy has been carried out. The strength of the influence of development and support of investment attractiveness on Ukrainian enterprises was determined using the example of Lifecell LLC. The current state of telecommunications enterprises in Ukraine was analyzed and the main problems and prospects for development were determined.

The main scientific results of the qualification work are the identification of strengths and weaknesses, opportunities and threats of Lifecell LLC. A correlation-regression model of the influence of factors on the investment attractiveness of «Lifecell» LLC was built. The factors that inhibit the increase in investment attractiveness of «Lifecell» LLC have been identified. Directions for increasing investment attractiveness of «Lifecell» LLC are proposed. A set of measures to increase the investment attractiveness of «Lifecell» LLC has been developed

Keywords: investment, finance, business model, international business.
95 p., 40 tabl., 12 fig., bibliography: 54 items.

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ АНАЛІЗУ ТА ЗБІЛЬШЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	8
1.1 Поняття інвестиційної політики та інвестиційної привабливості підприємства.....	8
1.2 Ключові фактори оцінки інвестиційної привабливості підприємства	15
1.3 Підходи до оцінки інвестиційної привабливості у міжнародній та вітчизняній практиці	22
РОЗДІЛ 2 ДІАГНОСТИКА ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ СУБ'ЄКТА МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ НА ПРИКЛАДІ КОМПАНІЇ ТОВ «Лайфселл»	28
2.1 Загальна характеристика підприємства та його місця на ринку мобільного зв'язку.....	28
2.2 Аналіз фінансового стану підприємства.....	34
2.3 Оцінка інвестиційної привабливості ТОВ «Лайфселл».....	47
РОЗДІЛ 3 ОБҐРУНТУВАННЯ НАПРЯМКІВ ПІДВИЩЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	59
3.1 Напрямки подальшого розвитку ТОВ «Лайфселл» за урахуванням ринкових факторів та об'єктивних передумов інтенсифікації інвестиційної діяльності	59
3.2 Обґрунтування доцільності реалізації інвестиційного проекту в межах ТОВ «Лайфселл» з залученням іноземного партнера	67
3.3 Оцінка економічної ефективності розроблених заходів та їх впливу на інвестиційну привабливість ТОВ «Лайфселл»	74
ВИСНОВКИ.....	87
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	90

ВСТУП

Актуальність теми. Інвестиційний процес має колосальне значення у розвитку економіки України. Центральним учасником цього процесу є інвестор, для якого важливо розуміти, які фактори інвестиційної привабливості є важливими та на що необхідно звертати особливу увагу при здійсненні вкладень. При цьому слід зазначити, що фінансовий ринок України є досить молодим, що створює додаткові труднощі при ухваленні інвестиційних рішень. Перед вітчизняним бізнесом сьогодні стоять серйозні проблеми, які позначаються на інвестиційній привабливості українських компаній. Зарубіжні та вітчизняні інвестори побоюються вкладати кошти у бізнес України, припускаючи, що інвестиції не виправдають себе і не принесуть належної віддачі. Таким чином, ця тема актуальна для поточної економічної ситуації в Україні.

Останнім часом все більшого значення надається інвестиціям як джерелу додаткового доходу. І одним із найважливіших етапів у цьому процесі є вибір об'єкта, в який будуть вкладені інвестиційні ресурси. Вибір має бути зваженим та обґрунтованим. З цією метою проводять комплексну оцінку інвестиційної привабливості.

У свою чергу, формування інвестиційної привабливості – необхідна умова досягнення тривалого та сталого розвитку компанії. Високий рівень інвестиційної привабливості як дозволяє полегшити доступ компанії до різних ресурсів, так і забезпечує надійний захист інтересів компанії у зовнішньому середовищі, впливає на обґрунтованість прийняття рішень у сфері менеджменту.

Об'єктивні реалії світової економіки свідчать про посилення глобалізаційних рис процесів міжнародного транскордонного руху інвестицій внаслідок все більшої відкритості національних економік, процесу інтернаціоналізації фондових ринків, ускладнення фінансового співробітництва.

На посткризовому етапі еволюційно-циклічної динаміки однієї з найбільш важливих соціально-економічних проблем для України є подолання наслідків інвестиційної кризи, що вразила практично всі галузі економіки. У той же самий час в світі спостерігається відносний надлишок капіталу, і конструктивна державна політика щодо залучення іноземних інвестицій могла б значною мірою сприяти подоланню наслідків інвестиційної кризи у вітчизняній економіці. В існуючих умовах іноземні інвестиції могли б зіграти роль каталізатора в стимулюванні і важливого чинника активізації інвестиційного процесу.

Теоретичні дослідження особливостей інвестиційної привабливості бізнесу висвітлено у працях вітчизняних та зарубіжних вчених. Серед них можна виокремити публікації С.О. Гуткевича, Т.І. Костюк, Н.П. Макарій, О.А. Верзаков, Г.П. Лайко, О.А. Сталінська, Л.М. Алексеєнко, С.Ф. Покропивний, М.А. Бабушкін та інші.

Отже, в сучасних умовах питання інвестиційної привабливості набуло великої важливості. У зв'язку з вищевикладеним, вивчення інвестиційної привабливості та шляхів її підвищення є сьогодні дуже актуальним.

Мета дослідження – проаналізувати показники інвестиційної привабливості українських підприємств та надати рекомендації щодо напрямів підвищення інвестиційної привабливості українських підприємств у міжнародному бізнесі.

Для досягнення мети передбачається вирішення наступних завдань:

1. Розкрити поняття інвестиційної привабливості та інвестиційної політики підприємства.
2. Визначити фактори оцінки інвестиційної привабливості підприємства.
3. Визначити підходи до оцінки інвестиційної привабливості у міжнародній та вітчизняній практиці.
4. Надати загальну характеристику підприємства та визначити його місце на ринку мобільного зв'язку.

5. Зробити аналіз фінансового стану підприємства та його результативності.

6. Провести оцінювання інвестиційної привабливості ТОВ «Лайфселл»

7. Дослідити напрямки подальшого розвитку ТОВ «Лайфселл» за урахуванням ринкових факторів та взявши до уваги передумови інтенсифікації інвестиційної діяльності.

8. Обґрунтувати доцільність реалізації інвестиційного проекту в межах ТОВ «Лайфселл» з залученням іноземного партнера.

9. Зробити оцінку економічної ефективності розроблених в роботі заходів щодо їх впливу на інвестиційну привабливість ТОВ «Лайфселл».

Об'єктом дослідження є умови забезпечення інвестиційної привабливості українських підприємств у міжнародному бізнесі. процес господарської діяльності.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних та прикладних аспектів інвестиційної привабливості українських підприємств у міжнародному бізнесі. соціально-економічні відносини, що визначають інвестиційну привабливість підприємства в міжнародному бізнесі.

Під час дослідження теоретичних аспектів інвестиційної привабливості були використані **методи** аналізу, синтезу, систематизації. При аналізі фінансових та теоретичних даних досліджуваного підприємства ТОВ «Лайфселл» були використані аналітичні, статистичні, графічні методи. Зокрема, при моделюванні шляхів забезпечення інвестиційних процесів та підвищення їх спроможності було застосовано методику кореляційно-регресійного аналізу. У процесі роботи застосовувалися такі загальнонаукові методи дослідження, як аналіз (системний, порівняльний, дедуктивний, факторний), синтез, а також історичний і логічний методи. Також використано методи економічного аналізу для оцінки ефективності портфельних інвестицій, статистичні методи – для аналізу статистичних даних.

Теоретичне та практичне значення одержаних результатів. Теоретичне значення результатів роботи полягає у можливості використання

матеріалів дослідження для подальшого вивчення теоретичних і аналітичних даних, що стосуються інвестиційної привабливості українських підприємств та залучення їх у міжнародному бізнесі.

Практична значущість результатів дослідження підтверджена можливістю їх використання в розвитку бізнесу українських підприємств.

Наукові результати дослідження полягають у такому:

1. Запропонована матриця сильних та слабких сторін, можливостей та загроз ТОВ «Лайфселл», що дозволило розробити рекомендації щодо стратегії розвитку компанії;
2. Розроблена модель впливу факторів на інвестиційну привабливість, за результатами якої доведено взаємозалежність інвестиційної привабливості від платоспроможності компанії;
3. Напрямки підвищення інвестиційної привабливості, для усунення проблем фінансового-економічного характеру ТОВ «Лайфселл»;
4. Комплекс заходів для підвищення інвестиційної привабливості ТОВ «Лайфселл», проведено аналіз заходу під інвестиційний проєкт із залученням іноземного інвестора та вибору найбільш привабливого об'єкта вкладення інвестиційних ресурсів.

Результати кваліфікаційної магістерської роботи апробовані на XXII Міжнародній науковій конференції студентів та молодих вчених «Управління розвитком соціально-економічних систем: глобалізація, підприємництво, сталие економічне зростання» (м. Вінниця 2 грудня 2022 р.).

Кваліфікаційна магістерська робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, що містить 54 найменування. Загальний обсяг роботи становить 95 сторінки.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ АНАЛІЗУ ТА ЗБІЛЬШЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

1.1 Поняття інвестиційної політики та інвестиційної привабливості підприємства

На сучасному етапі інвестиційна діяльність має значення для ефективного і стабільного розвитку як економіки всієї держави загалом, і окремих її галузей і суб'єктів господарювання.

Інвестиція (від латинського слова *investio*, що означає «одягати») – розміщення капіталу в будь-які юридично самостійні підприємства на тривалий термін (більше року) для отримання додаткового прибутку, здійснення впливу на компанію або в зв'язку з тим, що таке вкладення коштів вигідніше, ніж організація власного підприємства в тій чи іншій галузі.

Інвестиції є одним з ключових факторів розвитку економіки, як підприємства, так і економіки країни в цілому. Інвестиції впливають на загальну ефективність господарювання і на можливість зростання в довгостроковій перспективі. Вони мають прямий і швидкий вплив на зайнятість і доходи. Інвестування на підприємстві веде до поліпшення існуючого продукту або розширення виробництва, вливання ж інвестицій в будь-яку галузь дає можливість більш якісно і ефективно працювати ряду підприємств. Економічне же зростання буде стабільним, якщо ресурси будуть вкладатися в ті напрямки, які зможуть дати найбільший економічний ефект.

Інвестиції – це ключова ланка в розвитку економіки, не тільки підприємства, а й світової економіки. Вони впливають на загальну ефективність господарювання і на можливість зростання в довгостроковій перспективі, надають швидкий вплив на зайнятість і доходи, ведуть до вдосконалення існуючого продукту, розширення виробництва.

Роль інвестицій у розвитку економіки будь-якої країни полягає:

- в інтернаціоналізації і глобалізації світових господарських зв'язків – за допомогою інвестування в будь-які галузі економіки однієї країни в іншу, наприклад, інвестор або компанія набувають акції компанії іншої країни, тим самим створюючи економічні відносини між представниками різних країн;

- в стабілізації і підйому національної економіки – інвестування в якусь із виробничих галузей призводить до збільшення обсягів виробництва, поліпшення якості продукції, що випускається, що призводить до збільшення економічних показників національної економіки, наприклад, ВВП;

- в організації основних форм міжнародних економічних відносин, створенні стратегічного партнерства, злиття – коли одна велика фірма, наприклад, поглинає кілька маленьких, при цьому зміцнюючи свій капітал, але і розвиває ці маленькі компанії, вкладаючи (інвестуючи) свої власні кошти в розвиток цих компаній, тим самим зміцнюючи їх положення, дозволяючи їм розвиватися і вдосконалюватися;

- в здійсненні диверсифікації капіталовкладень в нові сфери економіки і бізнесу – інвестуючи в різні компанії або галузі (покупка цінних паперів), даючи можливість їх розвитку, при цьому знижуючи ризики інвестування [9].

Інвестиції як економічна категорія виконують економічні, соціальні, технологічні та ряд інших найважливіших функцій, мають два рівня значущості.

На мікроекономічному рівні інвестиції призначені для розширення і розвитку виробництва, недопущення великого морального і фізичного зносу основних фондів, підвищення технічного рівня виробництва, підвищення якості та конкурентоспроможності продукції підприємства, здійснення природоохоронних заходів, придбання цінних паперів і вкладення коштів в активи інших підприємств.

На макрорівні інвестиції – це основа для здійснення політики розширеного відтворення, поліпшення конкурентоспроможності вітчизняної продукції, рівного розвитку всіх галузей народного господарства, розвитку

охорони здоров'я, культури, шкіл, вирішення проблем безробіття, вирішення проблем екології, розвитку обороноздатності держави і т. д.

Інвестиції в основному здійснюються в формі покупки інвестором цінних паперів – акцій або облігацій акціонерних товариств.

Крім того, існують альтернативні інвестиції – вкладення капіталу в невиробничу сферу, а саме: в нерухомість, в старовинні монети, в предмети мистецтва, різного роду колекції, антикваріат і т. д.

В підприємницькій діяльності в укрупненому вигляді розрізняють такі інвестиції:

- в фізичні активи,
- в фінансові активи,
- в нематеріальні активи,
- портфельні.

Інвестиції в фізичні активи – це довгострокове вкладення коштів в галузі матеріального виробництва, інакше – реальні інвестиції.

Інвестиції у фінансові активи – це придбання права на отримання грошових коштів від юридичних або фізичних осіб або міжнародної кредитно-фінансової діяльності.

Інвестиції в нематеріальні активи – це вкладення в такі активи:

- твори науки, літератури і мистецтва;
- програми для електронних обчислювальних машин;
- винаходи;
- корисні моделі;
- селекційні досягнення;
- секрети виробництва (ноу-хау);
- товарні знаки і знаки обслуговування;
- ділову репутацію, що виникла в зв'язку з придбанням підприємства як майнового комплексу (в цілому або його частини).

Інвестиції портфельні – вкладення коштів в довгострокові цінні папери або контракти, записані на папері, такі, як акції, облігації та ін.

В даний час інвестування, як правило, відбувається стихійно і залежить від ділових якостей власника, його інтересів, а також менеджменту і фінансового менеджменту.

Залежно від того, які цілі переслідує власник – виробник, розрізняють активні і пасивні інвестиції.

Інвестиції є основним двигуном економічного зростання. При цьому виробляються вони в основному за рахунок заощаджень приватних осіб і корпорацій. Держава, що сприяє збільшенню накопичень, сприятливо впливає на інвестиційний процес. Чим вищі доходи, тим більше заощаджень держава може інвестувати.

Таким чином, держава повинна, з одного боку, розробити механізм заохочення накопичень, а, з іншого боку, сприяти збільшенню попиту, тому що споживчий попит стимулює додаткові інвестиції. Повний комплекс заходів генерує приплив інвестицій і стимулює економічне зростання.

Без інвестицій фактично неможливий подальший розвиток виробництва. Навіть для простого відтворення необхідно підтримувати функціонуючий виробничий капітал у певному робочому стані, отже, потрібні інвестиції у виробництво.

На готовність інвестора здійснити вкладення великий вплив має інвестиційна привабливість об'єкта інвестування.

У вітчизняній практиці термін інвестиційної привабливості почали використовувати нещодавно. У зв'язку з цим, на сьогоднішній день відсутня єдина думка щодо його визначення, що певною мірою ускладнює розуміння його сутності. Слід зазначити, що у зарубіжній практиці визначення цього терміну також відсутнє.

Під інвестиційної привабливістю там прийнято розуміти виключно привабливість цінних паперів підприємства.

Велика кількість вчених намагається трактувати поняття «інвестиційної привабливості» по-різному. Тому доцільно проаналізувати трактування поняття різними авторами та зробити висновок (табл. 1.1).

Таблиця 1.1 – Дефініції поняття «інвестиційна привабливість»

Автори	Трактування поняття «інвестиційна привабливість»
С.О. Гуткевич	Інвестиційна привабливість – узагальнююча характеристика переваг та недоліків інвестування окремих напрямів та об'єктів із позиції конкретного інвестора [1]
Т.І. Костюк	Інвестиційна привабливість – це складне економічне поняття, яке має системний характер, що виявляється в комплексі правил та умов вкладання інвестиційних ресурсів у той чи інший об'єкт у визначений час [2]
Г.П. Лайко	Під інвестиційною привабливістю об'єктів господарювання слід розуміти сукупність виробничо-фінансових кількісних і якісних умов та критеріїв, які характеризують їхні потенційні можливості та економічні переваги порівняно з іншими об'єктами інвестування [3]
О.А. Сталінська	Інвестиційна привабливість – це інтегральний показник, об'єднуючий комплекс формалізованих і неформалізованих критеріїв, що характеризує доцільність вкладення капіталу в досліджуваний потенційний об'єкт інвестування [4]
Л.М. Алексеєнко	Узагальнена характеристика переваг та недоліків окремих суб'єктів інвестування з точки зору конкретного інвестора згідно зі сформованими ним критеріями. [5]
О.А. Верзаков	Оціночна характеристика стану підприємства, що задовольняє вимоги інвестора та переконує його в доцільності вкладання коштів в цей об'єкт.
Н.П. Макарій	Справедлива кількісна та якісна характеристика зовнішнього та внутрішнього середовища об'єкта.
С.Ф. Покропивний	Інтегрована фінансово-економічна оцінка тієї чи іншої фірми як потенційного об'єкта інвестування.
М.А. Бабушкін	Стан організації, за якого у потенційного власника капіталу (інвестора, кредитора, лізингодавця тощо) виникає бажання піти на певний ризик та забезпечити притік інвестицій у монетарній та (або) немонетарній формі.
В.Г. Федоренко	«Економічний паспорт» підприємства, який містить дані про нього та його діяльність. [6]

Проаналізувавши ряд трактувань дефініції «інвестиційна привабливість підприємства» (табл.1.1), можна узагальнити, що всі автори вважають, що інвестиційна привабливість характеризує об'єкт інвестування в цілому та розглядається як інтегральний показник, тобто певна узагальнююча характеристика доцільності інвестування визначеного об'єкта з позицій конкретного інвестора.

У найпростішому розумінні, інвестиційна привабливість – це такий стан фінансових та нефінансових показників підприємства та навколишнього середовища, при якому в інвесторів виникає бажання інвестувати в нього.

Інвестиційна діяльність – вкладення інвестицій та здійснення практичних дій з метою отримання прибутку та (або) досягнення іншого корисного ефекту .

Виходячи з даних визначень, можна припустити, що інвестиційна привабливість підприємства – це, перш за все, його можливість викликати комерційний або інший інтерес у реального інвестора, включаючи здатність самого підприємства «прийняти інвестиції» і вміло розпорядитися ними.

Розпорядитися таким чином, щоб після реалізації інвестиційного проекту отримати якісний (або кількісний) стрибок у сфері якості продукції, обсягів виробництва, збільшення частки ринку тощо. Що, зрештою, вплине на основний економічний показник комерційного підприємства – чистий прибуток.

Дуже часто у різних джерелах можна зустріти ототожнення інвестиційної привабливості з такими поняттями як інвестиційний клімат та фінансовий стан підприємства. Інвестиційну привабливість, як і інвестиційний клімат, можна оцінювати через такі показники, як інвестиційний ризик та потенціал, але ототожнювати їх буде не зовсім вірним (як погоду та клімат), у зв'язку з тим, що поняття інвестиційний клімат є узагальненою об'єктивною характеристикою об'єкта інвестування протягом тривалого періоду часу (понад п'ять років).

Такі поняття як інвестиційна привабливість підприємства та фінансовий стан підприємства також слід розрізняти. Фінансовий стан – це лише складова інвестиційної привабливості. Саме поняття інвестиційної привабливості набагато ширше і включає чинники довкілля, залежить від суб'єктивних цілей та завдань інвестора. Навіть за несприятливого фінансового стану підприємство може бути інвестиційно привабливим .

Об'єктами інвестиційної привабливості можуть бути країна, регіон (область), галузь (вид економічної діяльності), корпорація, підприємство, проект. При цьому кожен об'єкт інвестиційної привабливості має власну

інвестиційну привабливість і одночасно знаходиться в «інвестиційному полі» всіх об'єктів інвестиційного ринку [8].

Суб'єктами інвестиційної привабливості виступають держава, кредитори, інвестори, менеджери та керівники.

Для держави, як користувача результатів оцінки інвестиційної привабливості, важлива насамперед безпека та стійкість економіки країни. У зв'язку з цим, переважне значення для неї має прибуток, а також можливість вирішення соціально-економічних завдань, розвитку інноваційних, наукомістких, соціально значущих виробництв.

Для кредиторів, якими, насамперед, є банки і банківські структури, першорядне значення в оцінці інвестиційної привабливості є показник платоспроможності, який гарантує можливість повернення виданих позичок і відсотків із них.

Для інвесторів основними показниками в оцінці інвестиційної привабливості є платоспроможність, фінансова стійкість, фінансове становище, імідж, ділова репутація, наявність бізнес-плану.

Менеджери та керівники при оцінці інвестиційної привабливості, звертають увагу на ефективність використання майна, власного капіталу, рентабельність продукції, норму прибутку.

Класифікувати інвестиційну привабливість прийнято за: рівнем оцінки, об'єктом інвестицій, видом інвестора, видом угоди, терміном інвестування, суб'єктами інвестиційної діяльності та іншими показниками [14].

Керівництво більшості організацій сьогодні не усвідомлює значущість підвищення інвестиційної привабливості і не займається питаннями розробки методики аналізу та оцінки, вивченням факторів, що впливають, і проблемами її підвищення. Саме тому проблема оцінки інвестиційної привабливості є досить актуальною.

Таким чином, слід зазначити, що сучасні тенденції наростання невизначеності та прискорення змін визначають необхідність забезпечення сталого розвитку економічних систем – насамперед підприємства як

первинної ланки національної економіки. У цих умовах важливе значення приділяється залученню інвестицій, інвестиційної привабливості підприємства – потужному чиннику розвитку та ресурсного забезпечення модернізації промисловості.

1.2 Ключові фактори оцінки інвестиційної привабливості підприємства

Для отримання найповнішого уявлення про діяльність підприємства необхідно проаналізувати фактори зовнішнього та внутрішнього середовища на це підприємство. Будь-яке підприємство як самостійний суб'єкт господарської діяльності піддається прямому та непрямому впливу факторів внутрішнього та зовнішнього середовища. Під факторами довілля прийнято розуміти такі чинники, які залежить від діяльності господарюючого суб'єкта [20].

До внутрішніх чинників прийнято відносити такі чинники, які залежать від результатів діяльності підприємства.

Зовнішні фактори інвестиційної привабливості складаються з трьох великих груп, що включають інвестиційну привабливість країни, інвестиційну привабливість регіону, а також інвестиційну привабливість галузі, у якій перебуває господарюючий суб'єкт. Оцінкою інвестиційної привабливості держав, регіонів, а також підприємств займаються рейтингові агентства.

Інвестиційна привабливість держави оцінюється сукупністю таких факторів:

1. Соціально-політична стабільність країни. Цей чинник має на увазі здатність структурі державної влади, використовуючи наявні матеріальні ресурси, до контролю та регулювання внутрішньої соціально-політичної ситуації, визначенню грамотного курсу стосовно суб'єктам федерації та її центру у разі виникнення критичних подій.

2. Економічна стабільність. Цей фактор є інтеграцією таких показників, як стійке зростання національної валюти, щорічне зростання ВВП країни, зменшення видатків державного бюджету.

3. Розвиток кредитно-фінансової систем. Система методів формування, перерозподілу та витрачання фондів грошових коштів як держави, так і підприємства, та система їх кредитування.

4. Правове поле. Воно характеризується системою існуючих норм права у державі.

5. Рівень корупції. Ступінь зловживання своїми посадовими обов'язками з метою особистої вигоди.

6. Податкова політика. Сукупність процедур, що проводяться державою у сфері оподаткування, побудована з дотриманням балансу інтересів між державою та платниками податку.

7. Технологічний прогрес. Чинник, який відбиває безперервний розвиток науки, технології та техніки, показує рівень технологічного розвитку країни.

8. Державне регулювання економіки. Виявляється в системі законодавчих, контролюючих та виконавчих заходів для стабілізації та адаптації соціально-економічної системи до мінливої обстановки.

9. Розвиненість ринку. Характеризує економічну мобільність у країні та можливість її адаптації до умов, що змінюються.

Інвестиційна привабливість регіону характеризується набором таких чинників, як:

1. Економічний розвиток регіону. Кількісні та якісні зміни в економіці, продуктивних сил, а також факторів зростання та розвитку науки, освіти, культури підвищення рівня та якості життя населення.

2. Соціальне становище регіону. Визначається сукупністю об'єктивних факторів, таких як позиція регіону у суспільному розподілі праці, географічне положення, наявність природних ресурсів, галузева структура та суб'єктивних факторів, прикладом можуть бути методи регіонального управління.

3. Демографічна ситуація. Показники статево-вікової структури, народжуваності, міграції, смертності, розлучень та шлюбів населення.

4. Податкові пільги. Сукупність спеціальних податкових положень регіону.

Остання група чинників характеризує зовнішні чинники; це інвестиційна привабливість галузі. Її складовими є:

1. Ємність ринку. Відображає гранично допустиму кількість реалізованих товарів чи послуг, за заданого рівня цін.

2. Конкуренція у галузі. Характер конкуренції та кількість конкуруючих між собою підприємств.

3. Бар'єри входження у галузь. Сукупність певних обставин, що перешкоджають новому підприємству конкурувати з підприємствами, що працюють у галузі.

4. Еластичність цін галузі. Відбиває рівень чутливості попиту за зміни ціни товару.

5. Капіталомісткість галузі. Наявність галузей, які мають більшу частину основних фондів у структурі активів.

6. Доступність ресурсів. Наявність та легкий доступ до ресурсів, у тому числі, спеціалізованих ресурсів у регіоні.

7. Амортизаційна політика. Особливості управління амортизаційними відрахуваннями.

8. Технології у галузі. Визначення провідної технології у галузі, наприклад, машинобудування, приладобудування, нафтовидобуток тощо [23].

Сукупність всіх перелічених зовнішніх чинників формують інвестиційний клімат підприємства. Інвестиційний клімат визначає якість комерційної інфраструктури, ефективність та доцільність інвестування, а також рівень ризику, пов'язаного із втратою коштів при вкладенні грошей [23].

Внутрішні фактори інвестиційної привабливості прийнято поділяти на сім груп, що включають:

- фактори, що характеризують фінансове становище;

- виробничі фактори;
- оцінку якості управління;
- фактори, що відображають інвестиційну діяльність;
- фактори інноваційної діяльності;
- фактори, що характеризують ринкову стійкість та юридичні фактори [17].

Фінансове становище описується у вигляді оцінки показників ліквідності підприємства, його платоспроможності, рентабельності, оборотності оборотних активів, розрахунку коефіцієнта фінансової стійкості, визначення якості та структури власного капіталу та характеристики грошових потоків.

До виробничих факторів відносяться засоби та предмети праці, якість трудових ресурсів, виробничі потужності підприємства та оцінка технічного рівня виробництва.

До якості менеджменту прийнято відносити рівень перспективність розвитку менеджменту, стратегію підприємства, його гудвіл, тобто ділова репутація підприємства, рівень клієнтоорієнтованості підприємства, його сприйнятливості до змін, оцінка конкурентоспроможності продукції, оцінка стійкості зв'язків із наявними постачальниками ресурсів і характеристика бізнес-процесів підприємства.

Фактори інвестиційної діяльності включають наявність інвестиційної програми, стратегії та політики підприємства, обсяги інвестицій, характеристику і сукупність методів прийняття рішень та оцінка ефективності управління інвестиціями.

Інноваційна діяльність визначається наявністю інноваційної програми та стратегії, оцінкою методів стимулювання інноваційної діяльності, рівнем інноваційної активності підприємства, його науково-технічним потенціалом та НДДКР.

Найважливішим показником інвестицій для вітчизняних та європейських компаній є фондовіддача та термін окупності. У той час як

японські організації надають перевагу стратегічній оцінці становища компанії на ринку. Щоб оцінити інвестиційну діяльність компанії у США в основному використовують показники ефективності інвестицій та залишковий дохід [10].

До факторів ринкової стійкості відносяться оцінка параметрів підприємства, його тип та розмір, маркетингові умови та рівень завоювання ринку.

Юридичні чинники поєднують у собі тип організаційно-правової форми, структуру власників підприємства, приватизаційну історію, склад учасників, земельні правничий та форму власності.

Сукупність внутрішніх чинників представляє найповнішу і достовірну картину діяльності та становища підприємства на момент проведеного аналізу.

Комплексний підхід до дослідження інвестиційної привабливості підприємства не позбавлений і недоліків, таких як використання експертних даних, інформації на основі опитувань та анкетування, що вносить суб'єктивізм та знижує точність даного методу [14].

Важливо розуміти, що різні галузі та території містять свої персональні рівні, що характеризують інвестиційну привабливість підприємств та проектів. Будь-який об'єкт ринку інвестицій має свою власну інвестиційну привабливість, за одночасного знаходження, у так званому, «інвестиційному полі» в інших об'єктів цього ринку. Тому будь-яке підприємство безпосередньо піддається інвестиційному впливу з боку як галузі, регіону, так і з боку держави.

Але з іншого боку, сукупне об'єднання підприємств також утворює галузь, що впливає на інвестиційну привабливість всього регіону. У свою чергу, привабливість регіонів утворює інвестиційну привабливість держави. Зміни, перетворення та видозміни, що відбуваються у системі вищого рівня, наприклад, нестабільність політичної системи, зміни податкового законодавства, зростання чи зниження доходу у населення, мита продукції

певних галузей, безпосередньо позначаються на інвестиційній привабливості підприємств.

Проаналізувавши вищесказане, можна зробити висновок, що підприємству необхідно займати головне, центральне місце у інвестиційному процесі, оскільки є об'єктом і суб'єктом на інвестиційному ринку одночасно.

Необхідно відзначити, що не всі фактори інвестиційної привабливості галузі або регіону відіграють однакову роль у інвестиційній привабливості підприємства, отже вивчення тих факторів, які призводять до збільшення або зниження інвестиційної привабливості підприємства, є дуже важливим моментом у розкритті сукупності всіх факторів.

Джерела отримання інформації про діяльність підприємства, що цікавить, доцільно класифікувати на внутрішні та зовнішні.

До зовнішніх джерел належать:

- банківські архіви;
- звіти, які надаються консалтинговими аудиторськими агентствами;
- інформаційні дані про підприємство у ЗМІ;
- матеріали ринку;
- відомості від партнерів підприємства [9].

Внутрішні джерела інформації часто дуже рідкісні у отриманні, оскільки зазвичай відносяться до підготовки річної чи квартальної звітності:

- бухгалтерська звітність;
- податкова звітність;
- статутні документи;
- внутрішні управлінські та фінансові звіти;
- матеріали планування [9].

Умовно, аналіз інвестиційної привабливості підприємства можна поділити на такі складові, як:

- аналіз потенційного прибутку, що полягає у дослідженні різних варіантів інвестування, з подальшим порівнянням їхньої прибутковості та рівня ризику;

- фінансовий аналіз, що включає оцінку фінансової стійкості підприємства, прогноз розвитку діяльності підприємства на підставі існуючих даних;

- ринковий аналіз допомагає оцінити перспективи товару на ринку, визначити ступінь насиченості ринку аналогічними продуктами (визначення ємності ринку та способів просування на нього);

- технологічний аналіз проводиться за допомогою дослідження технічних та економічних альтернатив проекту, різних варіантів використання існуючих технологій; пошуку оптимального та ефективного технологічного рішення з урахуванням специфіки цього проекту;

- управлінський аналіз, що включає оцінку адміністративної та організаційної політики підприємства, вироблення рекомендацій для організаційної структури, координацію діяльності, а також рекомендації щодо формування та навчання персоналу;

- екологічний аналіз проводиться для оцінки нанесення проектом потенційної шкоди навколишньому середовищу, розробки необхідних коригувальних та запобіжних дій та заходів, для пом'якшення та запобігання можливим наслідкам;

- соціальний аналіз визначає придатність різних варіантів проекту для населення регіону в цілому, за такими критеріями, як збільшення кількості робочих місць, покращення умов проживання, зміна культурних та побутових умов.

Отже, для прогнозування кон'юнктури ринку інвестицій необхідно здійснити оцінку інвестиційної привабливості всіх суб'єктів.

Виходячи з цього, видно, що для отримання надійної інформації, що сприяє розробці стратегії інвестування, потрібне обов'язкове використання системного підходу. Системний підхід допоможе вивчити кон'юнктуру інвестиційного ринку від макrorівня (інвестиційний клімат держави), до мікрорівня (оцінка інвестиційної привабливості окремо взятого інвестиційного проекту). Це допоможе інвестору найбільш точно вибрати

підприємство, що має найкращі перспективи розвитку, у разі успішної реалізації інвестиційного проекту, і забезпечить очікуваний прибуток на інвестований капітал, з урахуванням ризиків.

Необхідно відзначити, що інвестора не меншою мірою цікавить інвестиційна привабливість загалом того підприємства, яке реалізовуватиме інвестиційний проект. У зв'язку з цим, інвестор звертає увагу на галузь, у якій діє підприємство, чи вона розвивається чи навпаки, депресивної, і навіть на територіальне місце розташування підприємства, тобто. в якому регіоні та федеральному окрузі воно знаходиться.

Отже, оцінка інвестиційної привабливості організації – це процес загального аналізу всіх сторін організації, і результат цієї оцінки полягає у побудові ясного уявлення про організацію та її особливості, здатність виправдати інвестиційні вкладення.

1.3 Підходи до оцінки інвестиційної привабливості у міжнародній та вітчизняній практиці

Перед тим як оцінити інвестиційну привабливість окремого підприємства, у першу чергу, іноземні інвестори оцінюють рівень інвестиційної привабливості національної економіки. Основними показниками оцінки інвестиційної привабливості на макrorівні є: World Bank Group, Standard & Poors Rating Services, Moodys Investors Service. Вони оцінюють інвестиційну привабливість країни за різними групами показників, які майже не пов'язані між собою. Також оцінка інвестиційної привабливості країни проводиться за допомогою сукупної оцінки інвестиційної привабливості галузей національної економіки, а саме прибутковості галузі, перспективність розвитку галузі та інвестиційні ризики.

Наступним кроком інвесторів буде оцінка інвестиційної привабливості різних підприємств на основі існуючих підходів, які існують у міжнародній та

вітчизняній практиці. Кожен інвестор обирає для себе найбільш підходящий підхід у залежності від того, який результат від інвестиційних ресурсів він хоче отримати. При цьому, коли мова йде про залучення іноземних інвесторів, поняття інвестиційної привабливості має розглядатись як показник саме міжнародної інвестиційної привабливості.

Визначення міжнародної інвестиційної привабливості об'єкта інвестування здійснюється на основі визначення інвесторами доцільності капітальних вкладень, вибору в придбанні альтернативних об'єктів і купівлі акцій окремих підприємств

Розглянувши підходи до оцінки міжнародної інвестиційної привабливості підприємства на основі фінансового аналізу, вкладення грошей у цінні папери та психологічного аспекту можна зробити такі висновки:

На основі порівняння переваг і недоліків кожного з підходів, найбільш доцільні для застосування до оцінки інвестиційної привабливості українських підприємств є підходи оцінки на основі фінансового аналізу, оскільки вони є більш точними та конкретними, бо характеризуються конкретними показниками. Наведені підходи зосереджені саме на напрямках інвестування та складових інвестиційної привабливості.

При оцінці інвестиційної привабливості підприємства вітчизняні науковці виділяють наступні підходи:

- аналіз фінансових показників діяльності підприємства;
- комплексний підхід, який враховує ще й інші аспекти функціонування суб'єкта господарювання та оцінює підприємство з різних аспектів;
- ринковий підхід, який оцінює привабливість цінних паперів компанії та аналізує показники фондового ринку;
- вартісний підхід, головним критерієм при оцінці інвестиційної привабливості підприємства якого є зростання його вартості.

Оцінювання інвестиційної привабливості може враховувати нематеріальні активи, адже наявність та розвиненість нематеріальних активів

може істотно впливати на інвестиційну привабливість. Але іноді не встановлюється взаємозалежність між нефінансовими показниками та очікуваними результатами від їх впровадження, що призводить до неправильності оцінки інвестиційної привабливості підприємства.

Нині відомо кілька підходів, за допомогою яких даються грошові оцінки вартості підприємства бізнесу:

- прибутковий підхід;
- витратний підхід;
- порівняльний підхід.

В основі вартісного підходу знаходяться показники, вибір яких залежать від типу інвестора та його мотивації, а також від горизонту здійснюваної оцінки.

Важливо відмітити, що українським законодавством передбачений підхід щодо оцінки інвестиційної привабливості підприємства шляхом розрахунку інтегрального показника за показниками майнового стану підприємства, фінансової стійкості, ліквідності активів, прибутковості інвестованого об'єкта та ділової активності. Даний підхід розглядається в «Методиці інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємств та організацій».

Наведений підхід визначення інвестиційної привабливості, що передбачений українським законодавством, не задовольняє в повній мірі потреби інвесторів у неупередженій, об'єктивній та достатній інформації для прийняття інвестиційних рішень.

Тому, щоб збільшити інвестиційну привабливість підприємств в Україні потрібно слідувати наступним напрямом підвищення міжнародної інвестиційної привабливості підприємства :

1. Мінімізувати витрати – встановити оптимальне значення обсягу виробництва.
2. Провести політику активного маркетингу – впровадити реклами через різні джерела та розширити географію просування збуту продукції.

3. Слідувати стратегічному партнерству – країни-партнери.
4. Провести технологічну реструктуризацію – оптимізація виробничого процесу.
5. Управляти ризиками – проводити регулярну оцінку ймовірного збитку й приймати рішення щодо управління потенційними ризиками.
6. Розширити модельний ряд – розробити нову продукцію високого попиту.
7. Удосконалити системи управління бізнес-процесами – поліпшити систему планування, обліку і контролю за основними показниками діяльності підприємства.
8. Максимізувати реалізацію експортного потенціалу – брати активну участь у тендерах та диверсифікація продукції у межах ринку.

Вищенаведені напрями підвищення міжнародної інвестиційної привабливості підприємства не характеризуються як неможливі, вони реальні та можуть застосовуватися українськими підприємствами, потрібен лише час на їх впровадження.

Україні необхідно сформувати міжнародну інвестиційну привабливість підприємства, щоб: забезпечити конкурентоспроможність продукції та підвищити її якість; структурно перебудувати виробництво; створити необхідну сировинну базу для ефективного функціонування підприємств; вирішити соціальні проблеми; залучити необхідні інвестиції для забезпечення ефективного функціонування підприємств, їх стабільного стану для подальшого розширення та розвитку виробництва; відновити основні виробничі фонди; підвищити технічний рівень праці та виробництва тощо.

Висновки до розділу 1

У першому розділі проаналізовано поняття «інвестиційна привабливість», досліджені ключові фактори оцінки інвестиційної привабливості. Були проаналізовані трактування різних вчених на основі яких

маємо кращий погляд на сам процес та його актуальність у наш час. Також досліджені підходи до оцінки інвестиційної привабливості у міжнародній і вітчизняній практиці. Були визначені історія та поняття, за якими зроблені висновки щодо його актуальності та потреби в дослідженні.

На основі аналізу усіх підходів щодо оцінки інвестиційної привабливості підприємства, які розроблені у вітчизняній та світовій практиці, з'ясувалося, що більшість з них базуються на основі фінансового аналізу або на інтегральній оцінці інвестиційної привабливості підприємства, але відсутній єдиний підхід, який об'єднує би інвесторам процес прийняття рішень.

Виникнення і розвиток теорії фінансових інвестицій та інвестиційної діяльності в Україні розпочався в 90-х роках минулого століття. У цей час відбувається значна кількість трансформаційних процесів, що сприяє новому відношенню до теоретичних та методологічних підходів фінансових інвестицій.

Поняття інвестиції означає вкладення капіталу в галузі економіки як в самій Україні, так і за її межами. Поняття "інвестиції" надзвичайно складне та багатоаспектне, тому серед дослідників немає одностайного підходу до визначення його сутності.

Поняттю «інвестиції» у науковій літературі приділяється велике значення, так як в подальшому вибудовується цілий ланцюжок взаємозалежних об'єктів, ознак і функцій, що відносяться до даного поняття. У багатьох джерелах дається різне трактування інвестицій.

Згідно з Методикою інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємств і організацій інвестиційна привабливість підприємства визначається як "рівень задоволення фінансових, виробничих, організаційних та інших вимог чи інтересів інвестора щодо конкретного підприємства, що може визначатися чи оцінюватися значеннями відповідних показників, у тому числі інтегральної оцінки".

Оцінюючи ж інвестиційну привабливість з погляду доходу та ризику, можна стверджувати, що це наявність доходу (економічного ефекту) від вкладення коштів за мінімального рівня ризику.

Незалежно від використовуваного експертом чи аналітиком підходу до визначення найчастіше термін «інвестиційна привабливість» використовують для оцінки доцільності вкладень у той чи інший об'єкт, вибору альтернативних варіантів та визначення ефективності розміщення ресурсів.



РОЗДІЛ 2

ДІАГНОСТИКА ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ СУБ'ЄКТА МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ НА ПРИКЛАДІ КОМПАНІЇ ТОВ «ЛАЙФСЕЛЛ»

2.1 Загальна характеристика підприємства та його місця на ринку мобільного зв'язку

Товариство з обмеженою відповідальністю «Лайфселл» являється оператором цифрового стільникового зв'язку з головним офісом у Києві та регіональними офісами у Дніпрі, Харкові, Одесі та Львові. Представимо і табл.2.1 основні відомості про ТОВ «Лайфселл».

Таблиця 2.1 – Основні відомості ТОВ «Лайфселл»

Назва	Значення
Повна назва	Товариство з обмеженою відповідальністю «Лайфселл»
Юридична адреса	вул. Солом'янська 11А, Київ 03110, Україна.
Засновники	Lifecell Ventures Cooperatief U.A. (Нідерланди)
Вид діяльності	61.20 Діяльність у сфері безпроводового електрозв'язку
Статутний капітал	12 711 848 744,60 грн.

Джерело: складено автором на основі [8]

Мережа 2G охоплює територію, на якій проживає понад 98 % населення України. У 150 містах України працюють більше 300 ексклюзивних магазинів лайфсел. Оператор надає послуги роумінгу в мережах 468 партнерів у 196 країнах світу. Кількість активних абонентів на кінець 2020 становить 8,1 млн.

До лайфсел належать 3 мережеві коди: 63, 73 та 93.

Головний офіс компанії знаходиться у Києві, в бізнес-центрі «Eleven»

Компанія має довгий шлях становлення на ринку як ефективного гравця ринку стільникового зв'язку. Представимо на (рис. 2.1) історію розвитку компанії «Лайфселл».

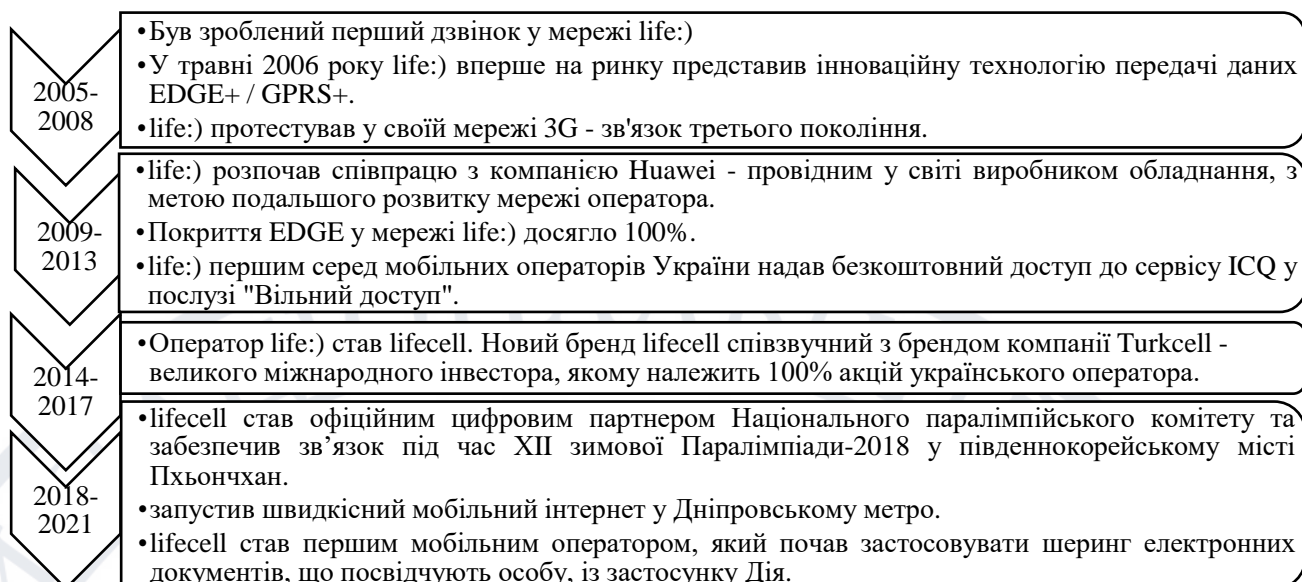


Рисунок 2.1 – Історія розвитку ТОВ «Лайфселл»

Джерело: складено автором на основі [8]

Предметом діяльності Товариства є здійснення наступних видів діяльності (рис. 2.2).

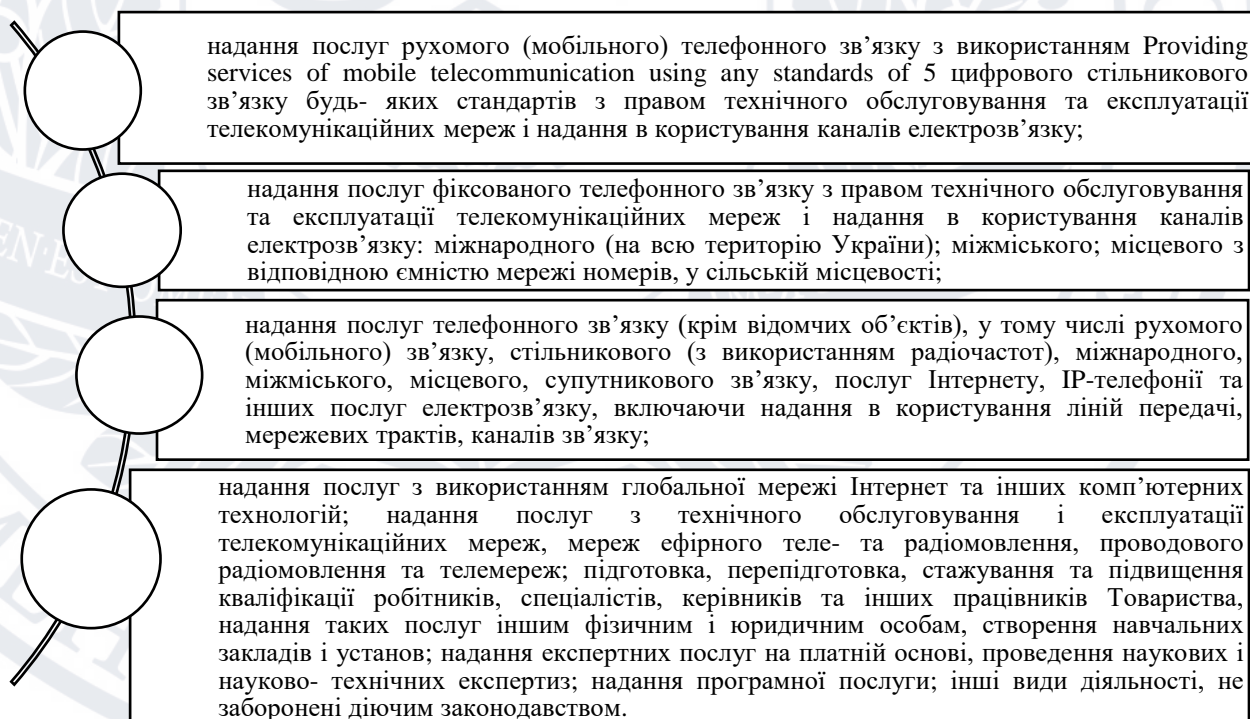


Рисунок 2.2 – Предмет діяльності товариства «Лайфселл»

Джерело: складено автором на основі [8]

Пакетний тариф є однією з найпопулярніших форм надання послуг, що передбачає наявність абонентської щомісячної плати за певний обсяг та кількість включених до нього опцій.

Компанія «Лайфселл» має широкий та глибокий асортимент, який представимо в табл.2.2.

Таблиця 2.2 – Асортимент послуг ТОВ «Лайфселл»

Назва групи	Перелік послуги
SIM та номер	eSim, Резервна Sim, Комфортна заміна Sim, Гарний номер тощо
Мобільні застосунки	Мій lifecell, lifebox, bip, paucell, TV+, Freshka тощо
Інтернет, хвилини, sms	Послуги «економні дзвінки», послуги «тиждень розмов», послуги «безлімітна музика», 1 ГБ Інтернет на день тощо
Спеціальні пропозиції	Послуга «тарифна підписка», послуга «додаткові гроші», послуга «мобільна турбота», кредити в магазинах тощо

Джерело: складено автором на основі [8]

Таким чином, дані табл.2.2 свідчать, що асортимент послуг значний, окрім мобільного зв'язку компанія здійснює послуги з надання інтернету, продажу товарів, eSim тощо.

Представимо на рисунку 2.3 організаційну структуру управління ТОВ «Лайфселл».

Таким чином, для ТОВ «Лайфселл» характерна лінійно-організаційна структура управління.

Питання, пов'язані з визначенням діяльності компанії короткострокових цілей, виконанням контролю за виконанням бюджету компанії, здійсненням та координацією контролю щодо діяльності представництв та філій компанії, що належать до компетенції директора з корпоративної стратегії ТОВ «Лайфселл»

Питання, пов'язані з гарантією виконання рішень, які були прийняті загальними зборами акціонерів та радою директорів, а також подання компанії щодо всіх державних органів та організацій, юридичних осіб та громадян, що належать до компетенції президента ТОВ «Лайфселл».

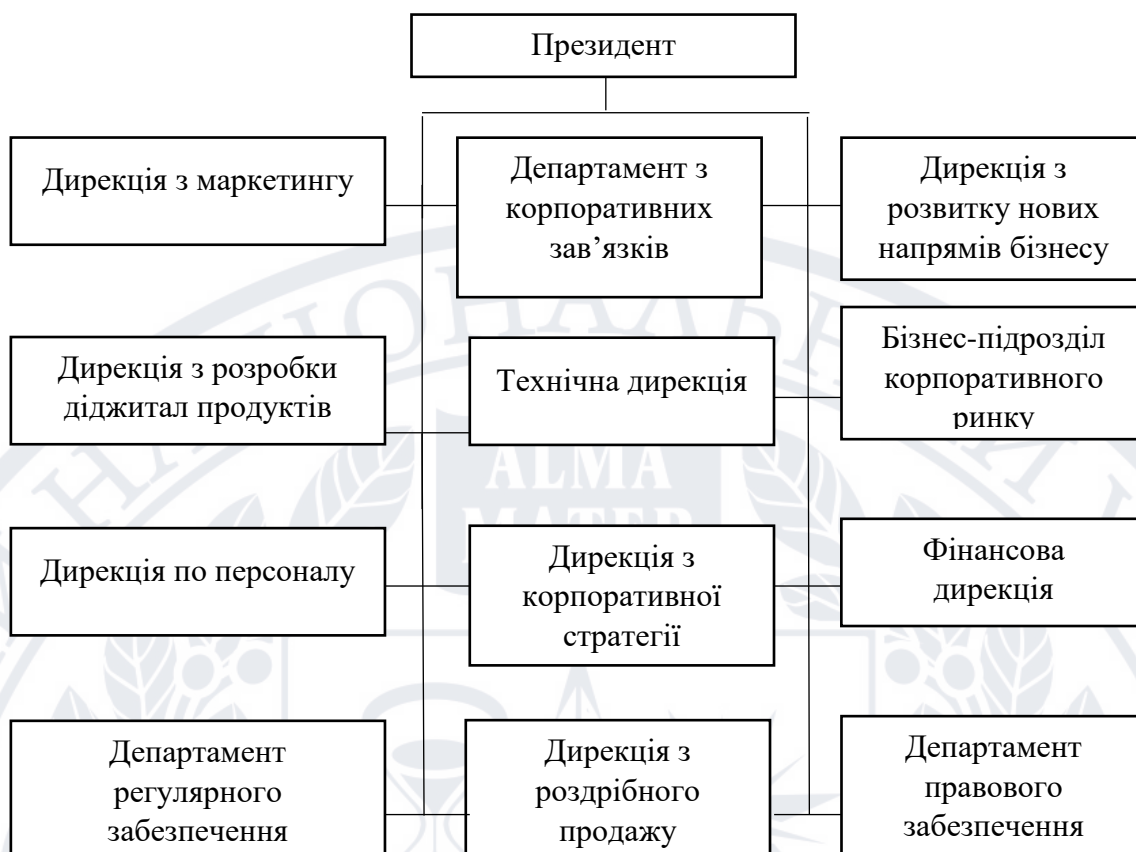


Рисунок 2.3 – Організаційна структура управління ТОВ «Лайфселл»

Джерело: складено автором

Корпоративний апарат управління формують органи корпоративного управління ТОВ «Лайфселл». У цьому апараті яскраво виражено розподіл відповідальності та сильна централізація. Для компаній, що знаходяться на стадії свого життєвого циклу зрілості, характерною є ця організація управління.

За даними дослідження консалтингової групи «Expert&Consulting» (E&C) основні учасники ринку у 2020 р. та їх частки є такими (табл. 2.3).

Діяльність основних операторів мобільного зв'язку оцінювалася за ключовими показниками, які впливають на конкурентоспроможність, а саме: ціна, якість, рекламна підтримка, імідж (репутація) оператора, наявність сервісних центрів, кваліфікація персоналу (операторів) за 10-бальною шкалою, результати наведено в (табл. 2.4.)

Таблиця 2.3 – Оператори мобільного зв'язку в Україні та їх частки ринку

Оператор	Технології	Кількість абонентів, млн	Частка ринку, %
Київстар	GSM/UMTS	25,3	44
VODAFONE UKRAINE	GSM/CDMA/UMTS	20,7	36
Lifecell	GSM/UMTS	9,7	16,9
Інтертелеком	CDMA	1,3	2,3
Інші оператори		0,087	0,8

Джерело: складено автором на основі [8]

Як, бачимо ТОВ «Лайфселл» за більшістю показників є більш конкурентоспроможним порівняно з іншими операторами, але певні слабкі місця потребують прийняття відповідних заходів щодо їх усунення з метою збереження абонентів. Так, цінова політика компанії потребує перегляду і диференційованого підходу до кожного сегмента, адже споживачі є досить чутливими до ціни, особливо в період економічної та фінансової кризи.

Таблиця 2.4 – Експертні оцінки конкурентоспроможності операторів мобільного зв'язку

Показники	Київстар	Lifecell	Водафон
Ціна	7	9	9
Якість	9	5	7
Реклама	8	8	8
Імідж	9	6	7
Наявність сервісних центрів	9	6	7
Кваліфікація персоналу	8	6	7
Додаткові	8	8	7

Джерело: складено автором на основі [8]

На основі результатів експертного оцінювання було побудовано матрицю (багатокутник) конкурентоспроможності, який наведено на (рис. 2.4.)

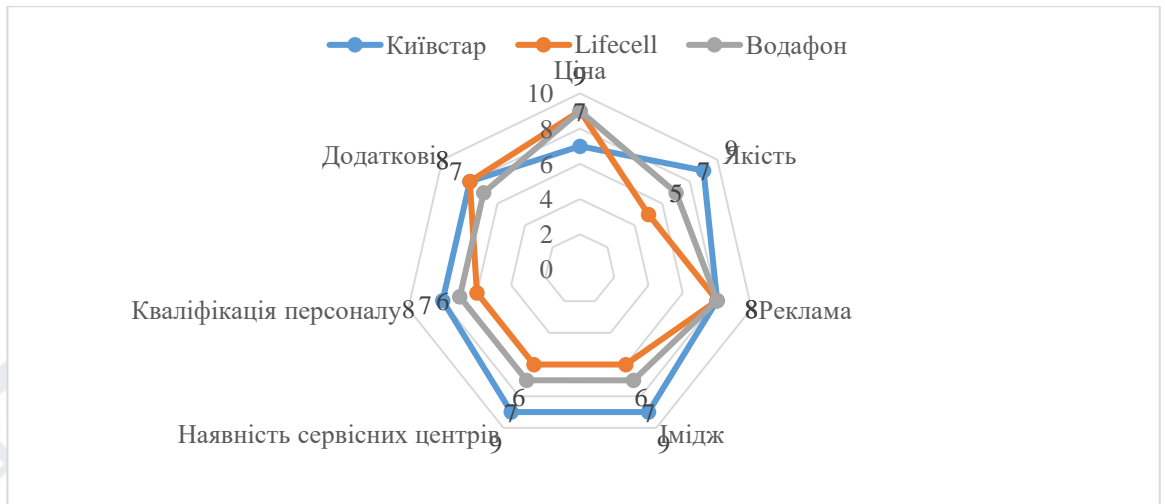


Рисунок 2.4 – Багатокутник конкурентоспроможності операторів мобільного зв'язку

Джерело: складено автором

Незважаючи на те, що стратегія розвитку ТОВ «Лайфселл» забезпечує стійке становище компанії на ринку телекомунікаційних послуг, проте компанія поступається своїм головним конкурентам на ринку стільникового зв'язку.

Таблиця 2.5 – SWOT-Аналіз ТОВ «Лайфселл»

Сильні сторони	Слабкі сторони
велика частка ринку зв'язку; високий рівень ARPU конкурентів; різноманітні тарифні плани; широка зона обслуговування; висококваліфікований персонал, дуже мала плинність кадрів; велика кількість сервісних центрів з обслуговування споживачі	зниження купівельної спроможності споживачів; велика конкуренція; складна організаційна структура управління; наявні тарифні плани не мають гнучкості; дорогий роумінг для абонентів.
Можливості	Загрози
розширення ринку мобільного зв'язку; - покращення якості послуг та їх розширення; - інтенсивний розвиток Інтернет-технологій; - створення дилерської мережі;	перенасичення ринку, у зв'язку з яким стає важко залучити нових абонентів; поява нових законодавчих актів, що обмежують діяльність мобільних операторів.

Джерело: складено автором

Зіставивши наявні сильні, слабкі сторони, можливості та загрози можна зробити стратегічні висновки щодо розвитку компанії ТОВ «Лайфселл».

Так, рекомендується використовувати наявні вільні кошти у розвиток інтернет-покриття в Україні. Також слід розробити гнучкіші тарифні плани для абонентів, які виїжджають за кордон, або часто використовують певні сервіси, смс, інтернет та інші. Наприклад, виїжджаючи за кордон, багато абонентів змушені купувати сім-карти за кордоном і дохід від використання мобільного зв'язку та інтернету одержують закордонні компанії. Наприклад, у Євросоюзі відсутній роумінг і, придбавши сім-карту в Польщі, Чехії, Словаччині, Угорщині та в будь-якій іншій країні Євросоюзу, абоненти отримують можливість використовувати мобільний та інтернет-зв'язок за дуже лояльними розцінками. Наприклад, тариф європейського оператора Play дозволяє поповнити рахунок приблизно на 150 гривень та використовувати безкоштовно інтернет протягом 10 днів, при подальшому поповненні рахунку також надається можливість безлімітного доступу до інтернету. Також і ціни на дзвінки в цьому тарифі досить низькі (дзвінки на європейські телефони становлять близько 5 гривень за хвилину). Вітчизняні оператори не можуть похвалитися тим самим, таким чином компанії ТОВ «Лайфселл» варто працювати на підвищення рівня конкурентоспроможності як на українському так і на зарубіжному ринку.

Таким чином, підприємство функціонує на ринку мобільного зв'язку, здійснюючи широкий асортимент послуг. Аналіз конкурентних позицій підприємства показав, що воно є досить конкурентоспроможним з значною кількістю конкурентних переваг. Проте слабким місцем є висока цінова політика підприємства.

2.2 Аналіз фінансового стану підприємства

Фінансовий стан підприємства багато в чому залежить від того, які кошти воно має у своєму розпорядженні і куди вони вкладені. На підставі

показників бухгалтерського балансу побудуємо аналітичну таблицю та проаналізуємо її показники в табл.2.6.

Таблиця 2.6 – Аналіз динаміки активів ТОВ «Лайфселл» за 2019-2021 роки, тис.грн.

Показники	2019	2020	2021	Абсолютне відхилення, тис.грн.	
				2020/2019	2021/2020
1	2	3	4	5	6
Основні засоби	5343777	6024242	6913687	680465	889445
Нематеріальні активи	7250726	6887728	6317912	-362998	-569816
Відстрочені податкові активи	0	2581704	2440507	2581704	-141197
Інші непоточні фінансові активи	10006	5956	119	-4050	-5837
Інші непоточні нефінансові активи	48602	58661	85779	10059	27118
Загальна сума непоточних активів	12653111	15558291	15758004	2905180	199713
Поточні запаси	18186	18025	22607	-161	4582
Торгова та інша дебіторська заборгованість	177076	195067	210783	17991	15716
Поточні фінансові інвестиції	0	663918	8522	663918	-655396
Поточні податкові активи	12313	27007	0	14694	-27007
Інші поточні фінансові активи	12396	14832	14802	2436	-30
Інші поточні нефінансові активи	108457	71315	99725	-37142	28410
Грошові кошти	456496	113464	1355551	-343032	1242087
Загальна сума поточних активів	784924	1103628	1711990	318704	608362
Всього активів	13438035	16661919	17469994	3223884	808075

Джерело: складено автором на основі [8]

Дані (табл. 2.6) свідчать, що вартість активів за досліджуваний період мала тенденцію до зростання. Так, у 2020 році їх вартість зросла на 3223884 тис.грн. порівняно з минулим роком, а у 2021 році - ще на 808075 тис.грн. Основні засоби зросли у 2020 році(на 680465 тис.грн., а у 2021 році - ще на 889445 тис.грн. Нематеріальні активи мали тенденцію до зменшення, у 2020 році вони зменшились на 362998 тис.грн., а у 2021 році - ще на 569816 тис.грн.

Загальна сума поточних активів мала тенденція до зростання. Так, у 2020 році вони зросли на 318704 тис.грн., а у 2021 році - на 608362 тис.грн.

Представимо в табл.2.6 джерела фінансування активів ТОВ «Лайфселл» за 2019-2021 роки.

Таблиця 2.7 – Аналіз структури активів ТОВ «Лайфселл» за 2019-2021 роки, %

Показники	2019	2020	2021	Абсолютне відхилення, тис.грн.	
				2020/2019	2021/2020
1	2	3	4	5	6
Основні засоби	39,77	36,16	39,57	-3,61	3,42
Нематеріальні активи	53,96	41,34	36,16	-12,62	-5,17
Відстрочені податкові активи	0,00	15,49	13,97	15,49	-1,52
Інші непоточні фінансові активи	0,07	0,04	0,00	-0,04	-0,04
Інші непоточні нефінансові активи	0,36	0,35	0,49	-0,01	0,14
Загальна сума непоточних активів	94,16	93,38	90,20	-0,78	-3,18
Поточні запаси	0,14	0,11	0,13	-0,03	0,02
Торгова та інша дебіторська заборгованість	1,32	1,17	1,21	-0,15	0,04
Поточні фінансові інвестиції	0,00	3,98	0,05	3,98	-3,94
Поточні податкові активи	0,09	0,16	0,00	0,07	-0,16
Інші поточні фінансові активи	0,09	0,09	0,08	0,00	0,00
Інші поточні нефінансові активи	0,81	0,43	0,57	-0,38	0,14
Грошові кошти	3,40	0,68	7,76	-2,72	7,08
Загальна сума поточних активів	5,84	6,62	9,80	0,78	3,18
Всього активів	100	100	100	0,00	0,00

Джерело: складено автором на основі [8]

Дані (табл. 2.7) свідчать, що в структурі активів переважають непоточні активи, що характеризує структуру активів як «важку», тобто менш мобільну. Проте, питома вага непоточних активів має тенденцію до зменшення. Так, у 2019 році їх питома вага становила у 2019 році - 94,16 %, у 2020 році - 93,38 %, а у 2021 році - 90,20 %. Таке зменшення пояснюється зменшенням вартості нематеріальних активів за досліджуваний період.

Серед поточних активів найбільшу питому вагу займають грошові кошти. Представимо в табл.2.8 динаміку джерел фінансування активів за досліджуваний період.

Таблиця 2.8 – Аналіз динаміки джерел фінансування активів ТОВ «Лайфселл» за 2019-2021 роки, тис.грн.

Показники	2019	2020	2021	Абсолютне відхилення, тис.грн.	
				2020/2019	2021/2020
Статутний капітал	12031545	12711849	12711849	680304	0
Нерозподілений прибуток (збиток)	(17588912)	(15002232)	(14398634)	2586680	603598
Інша частка участі у капіталі	9952937	9952937	9952937	0	0
Всього власний капітал	4395570	7662554	8266152	3266984	603598
Непоточне забезпечення на винагороди працівникам	0	0	2930	0	2930
Інше непоточне забезпечення	258672	325163	385251	66491	60088
Загальна сума непоточного забезпечення	258672	325163	388181	66491	63018
Довгострокові банківські кредити	0	1297487	2019690	1297487	722203
Інші непоточні фінансові зобов'язання	1900615	1892068	1913705	-8547	21637
Загальна сума поточних зобов'язань	2159287	3514718	4321578	1355431	806860
Поточне забезпечення на винагороду працівникам	78964	110900	116990	31936	6090
Інші поточні забезпечення	63772	36626	41376	-27146	4750
Всього поточних забезпечень	142736	147526	158366	4790	10840
Торгівельна дебіторська заборгованість	938234	1171045	1178503	232811	7458
Поточні податкові зобов'язання	0	0	8253	0	8253
Інші поточні фінансові зобов'язання	5474437	3794031	3061717	-1680406	-732314
Інші поточні нефінансові зобов'язання	327771	372045	475427	44274	103382
Загальна сума поточних зобов'язань	6883178	5484647	4882266	-1398531	-602381
Загальна сума зобов'язань	9042465	8999365	9203842	-43100	204477
Всього власного капіталу та зобов'язань	13438035	16661919	17469994	3223884	808075

Дані (табл. 2.8) свідчать, що джерела фінансування активів у 2020 році зросли на 4031959 тис.грн., а у 2021 році, ще на 808075 тис.грн. Власний капітал мав тенденцію до зростання, а саме: у 2020 році він збільшився на 3266984 тис.грн., а у 2021 році - ще на 603598 тис.грн. Наявність непокритого збитку підприємства обумовлено перенесенням його значення з попередніх періодів. Загальна сума проточних зобов'язань зменшилась у 2020 році на 1398531 тис.грн., а у 2021 році - ще на 602381 тис.грн.

Представимо в табл. 2.9 структуру джерел фінансування активів за 2019-2021 роки.

Таблиця 2.9 – Аналіз структури джерел фінансування активів ТОВ «Лайфселл» за 2019-2021 роки, %.

Показники	2019	2020	2021	Абсолютне відхилення, %	
				2020/2019	2021/2020
Статутний капітал	89,53	76,29	72,76	-13,24	-3,53
Нерозподілений прибуток (збиток)	-130,89	-90,04	-82,42	40,85	7,62
Інша частка участі у капіталі	74,07	59,73	56,97	-14,33	-2,76
Всього власний капітал	32,71	45,99	47,32	13,28	1,33
Інше непоточне забезпечення	1,92	1,95	2,21	0,03	0,25
Загальна сума непоточного забезпечення	1,92	1,95	2,22	0,03	0,27
Довгострокові банківські кредити	0,00	7,79	11,56	7,79	3,77
Інші непоточні фінансові зобов'язання	14,14	11,36	10,95	-2,79	-0,40
Загальна сума поточних зобов'язань	16,07	21,09	24,74	5,03	3,64
Поточне забезпечення на винагороду працівникам	0,59	0,67	0,67	0,08	0,00
Інші поточні забезпечення	0,47	0,22	0,24	-0,25	0,02
Всього поточних забезпечень	1,06	0,89	0,91	-0,18	0,02
Торгівельна дебіторська заборгованість	6,98	7,03	6,75	0,05	-0,28
Поточні податкові зобов'язання	0,00	0,00	0,05	0,00	0,05
Інші поточні фінансові зобов'язання	40,74	22,77	17,53	-17,97	-5,25
Інші поточні нефінансові зобов'язання	2,44	2,23	2,72	-0,21	0,49
Загальна сума поточних зобов'язань	51,22	32,92	27,95	-18,30	-4,97
Загальна сума зобов'язань	67,29	54,01	52,68	-13,28	-1,33
Всього власного капіталу та зобов'язань	100,00	100,00	100,00	0,00	0,00

Джерело: складено автором на основі [8]

Дані (табл.2.9) свідчать, що в структурі джерел фінансування переважає позиковий капітал. При цьому, його питома вага в структурі пасивів підприємства має тенденцію до збільшення, що свідчить про зростання фінансової незалежності підприємства.

Для потенційного інвестора чи кредиторів краще велика частка власного капіталу у сумі пасивів. Проте, на нашу думку, орієнтація переважно на власні джерела фінансування обмежують ділову активність, тому важливо підтримувати оптимальну структуру капіталу товариства. Основна мета діяльності ТОВ «Лайфселл» як і будь-якого іншого підприємства є отримання прибутку. Рівень ефективності господарської діяльності будь-якого підприємства визначають фінансові результати, отримані внаслідок цієї діяльності.

Інформація про фінансовий результат відображається у фінансових звітах підприємства та є загальнодоступною інформацією для визначення рівня ліквідності, платоспроможності та фінансової стійкості підприємства і головним джерелом інформації для потенційних партнерів. Представимо в табл.2.9 динаміку фінансових результатів діяльності підприємства за досліджуваний період.

Таблиця 2.10 – Аналіз динаміки фінансових результатів ТОВ «Лайфселл» за 2019-2021 роки, тис.грн.

Показники	2019	2020	2021	Абсолютне відхилення, тис.грн.	
				2020/2019	2021/2020
1	2	3	4	5	6
Дохід від звичайної діяльності	5983314	6839471	8484222	856157	1644751
Собівартість реалізації	4648689	5078138	5749682	429449	671544
Валовий прибуток	1334625	1761333	2732540	426708	971207
Інші доходи	10386	62308	18313	51922	-43995
Витрати на збут	675157	713460	810381	38303	96921
Адміністративні витрати	272994	270162	290424	-2832	20262
Інші витрати	33040	53186	27687	20146	-25499
Прибуток від операційної діяльності	363820	786833	1592361	423013	805528

Продовження таблиці 2.10

1	2	3	4	5	6
Фінансові доходи	27178	82006	42935	54828	-39071
Фінансові витрати	1515259	852601	875660	-662658	23059
Прибуток до оподаткування	(1138244)	6958	752052	1145202	745094
Процентні доходи (витрати)	0	2581704	(141197)	2581704	-2722901
Чистий прибуток	(1138244)	2581704	610855	3719948	-1970849

Джерело: складено автором на основі [8]

Дані (табл. 2.10) свідчать, що доходи від звичайної діяльності мали тенденцію до збільшення. Так, у 2020 році вони зросли на 856157 тис.грн., а у 2021 році - ще на 1644751 тис.грн. Собівартість від реалізації також мала відповідну тенденцію. Так, вона зросла на 429449 тис.грн. у 2020 році та на 671544 тис.грн. у 2021 році.

Прибуток від операційної діяльності також збільшився на 423013 тис.грн. у 2020 році, а у 2021 році - ще на 805528 тис.грн. Фінансові витрати у 2020 році зменшились на 662658 тис.грн., а у 2021 році, навпаки, зросли на 23059 тис.грн. Процентні доходи були наявні лише у 2020 році, у 2021 році наявні лише процентні витрати. Вищезазначене обумовило наявність чистого прибутку на підприємстві за досліджуваний період. Так, у 2019 році через значне перевищення фінансових витрат підприємство отримало чистий збиток у сумі 1138244 тис.грн., а у 2020 році вже був наявний чистий прибуток у розмірі 2581704 тис.грн., який зменшився у 2021 році на 1970849 тис.грн.

З метою діагностики ліквідності та платоспроможності суб'єкта господарювання застосовують кількісну і якісну оцінки. Представимо в табл. 2.11 аналіз ліквідності балансу ТОВ «Лайфселл».

Таблиця 2.11 – Аналіз ліквідності балансу ТОВ «Лайфселл» за 2019-2021 роки, млн грн.

Стаття активу	2019	2020	2021	Стаття пасиву	2019	2020	2021
1	2	3	4	5	6	7	8
1. Найбільш ліквідні активи, А1	456,5	113,5	1355,6	1. Найбільш термінові зобов'язання, П1	6883,1	5484,6	4882,3

Продовження таблиці 2.11

1	2	3	4	5	6	7	8
2. Активи, що швидко реалізуються, А2	177,1	195,1	210,8	2.Короткостроков і пасиви, П2	1900,6	1892,1	1913,7
3. Активи, що повільно реалізуються, А3	151,4	795,1	145,6	3.Довгострокові пасиви, П3	2159,3	3514,7	4321,6
4. Активи, що важко реалізуються А4	12653,1	15558,3	15758,0	4.Постійні пасиви, П4	4395,57	7662,55	8266,1

Джерело: складено автором на основі [8]

Дані табл.2.11 свідчать, що підприємство має абсолютно неліквідний баланс. Наступним етапом аналізу ліквідності є дослідження відповідних фінансових коефіцієнтів (табл.2.12.).

Таблиця 2.12 – Розрахунок показників ліквідності ТОВ «Лайфселл» у 2019-2021 рр.

Показники	2019	2020	2021	Абсолютне відхилення			Темп приросту, %
				2020/2019	2021/2020	2020/2019	2021/2020
1. Коефіцієнт поточної ліквідності (Кпл)	0,11	0,20	0,35	0,09	0,15	76,46	74,26
2. Коефіцієнт швидкої ліквідності (Кшл)	0,02	0,14	0,03	0,12	-0,12	559,28	-79,42
3. Коефіцієнт абсолютної ліквідності (Кал)	0,07	0,02	0,28	-0,05	0,26	-68,81	1242,10
4. Власні оборотні кошти (ВОК), тис. грн	-	-	-	361804,00	403885,00	-4,38	-5,12

Джерело: складено автором на основі [8]

В результаті проведених розрахунків в табл. 2.12 можемо зробити наступні висновки:

- коефіцієнт поточної ліквідності має тенденцію до збільшення за досліджуваний період, що свідчить про зростання платоспроможності

підприємства. Значення коефіцієнту менше 1 свідчить про труднощі у погашенні підприємством своїх поточних зобов'язань. Оптимізація поточної ліквідності можлива за рахунок підвищення прибутковості діяльності та збільшення частки прибутку, що залишається у розпорядженні підприємства;

- значення коефіцієнту швидкої ліквідності у 2020 році зросло на 559,28 % порівняно з попереднім періодом, а у 2021 році, навпаки, зменшилось на 79,42%.

Значення даного коефіцієнту менше 1, тому можемо зробити висновок, що ліквідні активи не покривають короткострокові зобов'язання, а отже, існує ризик втрати платоспроможності, що є негативним сигналом для інвесторів;

- коефіцієнт абсолютної ліквідності не відповідає нормативному показнику лише у 2019-2020 роках, у 2019 році 7 % короткострокової заборгованості може бути у випадку необхідності погашена негайно за рахунок найбільш ліквідних активів, а у 2020 році – лише 2 %, у 2021 році - 28 %.

Таким чином, на підприємстві спостерігається недостатність найбільш ліквідних активів для швидкого розрахунку за поточними зобов'язаннями, що характеризують «миттєву» платоспроможність підприємства; підприємство незабезпечене власними оборотними коштами.

Представимо на рис. 2.5. динаміку вищезазначених коефіцієнтів.



Рисунок 2.5 – Динаміка коефіцієнтів ліквідності ТОВ «Лайфселл» у 2019-2021 роках

Джерело: складено автором на основі [8]

При подальшому аналізі показника власних оборотних коштів його порівнюють із величиною запасів компанії.

У нормальних умовах показник ВОК має бути не просто позитивним, а й не меншим за величину запасів. Пояснюється це тим, що запаси – це, як правило, найменш ліквідна частина оборотних коштів, тому запаси мають фінансуватись за рахунок власних (і/або) довгостроково залучених коштів.

Аналіз фінансової стійкості проводиться з виявлення платоспроможності організації задля забезпечення процесу безперервного виробництва та продажу продукції, тобто. можливості розплачуватись за свої борги. При аналізі можна скористатися відносними показниками, що характеризують фінансову стабільність організації. Тут ми розглянемо абсолютні показники, що характеризують фінансову стійкість підприємства.

Таблиця 2.13 – Аналіз абсолютних показників фінансової стійкості ТОВ «Лайфселл» у 2019-2021 роках, тис. грн

Показники	2019	2020	2021	Абсолютне відхилення, тис.грн.	
				2020/2019	2021/2020
1	2	3	4	5	6
Постійні пасиви	4395570	7662554	8266152	3266984	603598
Активи, що важко реалізуються	12653111	15558291	15758004	2905180	199713
Власні оборотні кошти	-8257541	-7895737	-7491852	361804	403885
Довгострокові зобов'язання	2159287	3514718	4321578	1355431	806860
Наявність постійних та довгострокових пасивів для фінансування запасів	-6098254	-4381019	-3170274	1717235	1210745
Короткострокові кредити банків	5474437	3794031	3061717	-1680406	-732314
Загальна сума основних джерел фінансування запасів	-623817	-586988	-108557	36829	478431
Запаси	18186	18025	22607	-161	4582
Надлишок (нестача) власних обігових коштів	-8275727	-7913762	-7514459	361965	399303
Надлишок (нестача) власних обігових коштів та довгострокових зобов'язань	-6116440	-4399044	-3192881	1717396	1206163

Продовження таблиці 2.13

1	2	3	4	5	6
Надлишок (нестача) основних джерел фінансування запасів	-642003	-605013	-131164	36990	473849

Джерело: складено автором на основі [8]

В результаті дослідження встановлено, що ТОВ «Лайфселл» має нестійкий фінансовий стан, який показує, що відбувається порушення платоспроможності, але зберігається можливість відтворення рівноваги платіжних засобів і платіжних зобов'язань за рахунок поповнення джерел власних оборотних коштів, скорочення дебіторської заборгованості, прискорення оборотності запасів.

Визначення типу фінансової стійкості підприємства має бути доповнене аналізом відносних показників фінансової стійкості (табл. 2.13).

Таблиця 2.14 – Аналіз коефіцієнтів фінансової стійкості ТОВ «Лайфселл» у 2019-2021 роках

Показники	2019	2020	2021	Абсолютне відхилення, тис.грн.	
				2020/2019	2021/2020
Коефіцієнт фінансової автономії	0,33	0,46	0,47	0,13	0,01
Коефіцієнт фінансової залежності	0,67	0,54	0,53	-0,13	-0,01
Коефіцієнт фінансового ризику	2,06	1,17	1,11	-0,88	-0,06
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	-1,88	-1,03	-0,91	0,85	0,12

Джерело: складено автором

В результаті проведених розрахунків в табл.2.14 можемо зробити наступні висновки:

- коефіцієнт фінансової автономії відповідає нормативному значенню лише у 2021 році та показує, що власні кошти підприємства (власний капітал) у загальній сумі коштів, авансованих у його діяльність становлять у 2019 році 33%, а у 2020 році їх частка зросла до 44%, а у 2021 році – до 50%.

Таким чином, підприємство формує свої фінансові ресурси переважно за рахунок позикових коштів, тобто є фінансово залежним, проте протягом трьох останніх років незалежність підприємства зростає за рахунок зростання власного капіталу та зменшення поточних зобов'язань, що позитивно відображається на діяльності підприємства;

- коефіцієнт фінансової залежності є оберненим до попереднього коефіцієнта. Зменшення цього показника в динаміці означає зменшення частки позикових коштів у фінансуванні підприємства, тобто зменшення фінансової залежності;

- коефіцієнт фінансового ризику показує, що на підприємстві у 2019 році 2,06 грн залучених коштів припадає на одиницю власних, а у 2020 році – 1,17 грн. Таким чином, можна зробити висновок, що підприємство фінансує свою діяльність переважно позиковими коштами, проте з роками фінансовий ризик зменшується. Цей коефіцієнт важливий для інвесторів, які розглядають це товариство як вкладення коштів. Їх приваблюють підприємства із значним переважанням власного капіталу. Однак частка позикових коштів не повинна бути надто низькою, оскільки це зменшить частку їхнього власного прибутку, який вони отримають у вигляді відсотків;

- коефіцієнт маневреності власного капіталу показує, що на підприємстві недостатньо власного оборотного капіталу. Для забезпечення гнучкості у використанні власних коштів необхідно, щоб коефіцієнт маневреності був достатньо високим. Позитивним буде незначне зростання цього коефіцієнту в динаміці. В нашому випадку, коефіцієнт від'ємний, що є негативним моментом в діяльності підприємства. Крім того, можна зробити висновок, що підприємство залежить від залучених джерел інвестування.

Оцінка ділової активності, насамперед, полягає у дослідженні рівнів та динаміки показників оборотності, тому що ділова активність проявляється, насамперед, у швидкості обороту коштів.

Від швидкості обороту залежить обсяг продажів за період; з розмірами обороту, отже, і з оборотністю, пов'язана відносна величина умовно-постійних

витрат: що вища оборотність, тим менше припадає таких витрат за кожен оборот; прискорення оборотності активів на тій чи іншій стадії їх перетворення тягне за собою прискорення обороту і на інших стадіях.

З метою оцінки інвестиційної привабливості підприємства доцільно проаналізувати основні показники ділової активності (табл. 2.15).

Таблиця 2.15 – Розрахунок показників ділової активності ТОВ «Лайфселл» у 2019-2021 роках

Показники	2019	2020	2021	Абсолютне відхилення	
				2020/ 2019	2021/ 2020
1	2	3	4	5	6
Коефіцієнт оборотності активів	0,45	0,41	0,49	-0,03	0,08
Період оборотності активів	808,53	877,01	741,28	68,48	-135,73
Коефіцієнт оборотності основних фондів	1,12	1,14	1,23	0,02	0,09
Період оборотності основних фондів	321,52	317,09	293,36	-4,43	-23,73
Коефіцієнт оборотності оборотних активів	7,62	6,20	4,96	-1,43	-1,24
Період оборотності оборотних активів	47,23	58,09	72,64	10,86	14,55
Коефіцієнт оборотності запасів	329,01	379,44	375,29	50,44	-4,15
Період оборотності запасів	1,09	0,95	0,96	-0,15	0,01
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	33,79	35,06	40,25	1,27	5,19
Період оборотності дебіторської заборгованості	10,65	10,27	8,94	-0,39	-1,32
Коефіцієнт оборотності власного капіталу	1,36	0,89	1,03	-0,47	0,13
Період оборотності власного капіталу	264,47	403,32	350,75	138,85	-52,58
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	6,38	5,84	7,20	-0,54	1,36
Період оборотності кредиторської заборгованості	56,45	61,64	50,01	5,19	-11,63

Джерело: складено автором

З даних табл. 2.15 можна зробити наступні висновки:

- коефіцієнт оборотності активів у 2020 році зменшилася на 0,03 од. проте вже у 2021 році зросла на 0,08 од.. Його значення показує, що підприємство у 2021 році порівняно з 2020 роком більш ефективно використовує свої обмежені ресурси. Для підвищення цього показника можна продати частину активів, що не використовуються;

- коефіцієнт оборотності основних фондів (фондовіддача) має тенденцію до збільшення, що відбулось переважно за рахунок зростання суми чистого доходу від реалізації підприємства;

- коефіцієнт оборотності оборотних активів мав тенденцію до зменшення, його значення у 2021 році порівняно з 2020 роком зменшилось на 1,24 од. У 2020 році на кожну гривню оборотних активів продано товарів і послуг на суму 6,2 гривні, то в 2021 р – вже на 4,96 гривні;

- коефіцієнт оборотності власного капіталу у 2021 році порівняно з 2020 роком збільшився на 0,13 од., що свідчить про зростання ефективності управління власним капіталом. Зростання відбулося за рахунок зростання обсягів реалізованої продукції та зменшення суми непокритих збитків на кінець року;

- коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості мав тенденцію до зростання, що свідчить про зменшення покупок у кредит.

Таким чином, підприємство має негативний фінансовий стан протягом досліджуваного періоду.

В процесі дослідження встановлено, що активи підприємства мали тенденцію до зростання та фінансуються за рахунок позикових джерел, що свідчить про залежність компанії від кредиторів. Чистий дохід від реалізації мав тенденцію до зростання, а чистий прибуток, навпаки, зменшився у 2021 році порівняно з 2020 роком. Аналіз показав, що підприємство відчуває труднощі платоспроможності та брак власних оборотних коштів. Таким чином, підприємство має негативний фінансовий стан протягом досліджуваного періоду.

2.3 Оцінка інвестиційної привабливості ТОВ «Лайфселл»

Під інвестиційною привабливістю підприємства розуміють рівень задоволення фінансових, виробничих, організаційних та інших вимог чи інтересів інвестора щодо конкретного підприємства, яке може визначатися чи

оцінюватися значеннями відповідних показників, у тому числі інтеграційної оцінки.

Інвестиційна привабливість підприємства – це комплексна характеристика підприємства, що має такі суттєві ознаки: залежить від конкретних умов здійснення інвестицій; визначається з урахуванням інтересів інвесторів та перспектив розвитку підприємства; може бути розрахована шляхом інтегрального показника на основі узагальнення кількісних та якісних факторів, що впливають на діяльність підприємства.

Можна припустити, що наведене визначення найбільш повно відображає зміст інвестиційної привабливості як економічної категорії, бо поєднує суттєві риси всіх розглянутих раніше підходів до тлумачення цього терміну.

Модель кореляційно-регресійна аналізує інвестиційної привабливості підприємства будується для подальших рекомендацій щодо її підвищення.

Регресійний аналіз визначає аналітичний зв'язок змін результативної ознаки впливу однієї чи кількох факторних ознак, що здійснюють вплив на результативну ознаку, яка приймається за постійні та середні значення.

Дослідження інвестиційної привабливості за допомогою кореляційно-регресійного аналізу на підприємствах визначає форми зв'язку, що встановлюють кількісні співвідношення між випадковими величинами досліджуваного процесу, що характеризує реальний процес зміни.

Кореляційно-регресійний аналіз показників відображає стан залежності факторів впливу один на одного.

Вплив факторів на основні економічні показники діяльності підприємства вивчається за допомогою методів кореляційно-регресійного та дисперсійного аналізу. Використання своєчасного аналізу за допомогою кореляційно-регресійної моделі дає можливість визначити зв'язки між кількома факторами господарської діяльності та оцінити ступінь взаємозалежності обраних для аналізу критеріїв підприємства.

Для вирішення поставленої мети для конкретного підприємства ТОВ «Лайфселл» було проведено розрахунок коефіцієнтів парної кореляції обраних 4 факторів, на підставі якого складено (табл. 2.15.)

У (табл. 2.15) відображені показники для аналізу множинної парної кореляції, при дослідженні залежності двох та більше факторних ознак ТОВ «Лайфселл»

Основним показником для проведення кореляційно-регресійного аналізу при оцінці інвестиційної привабливості підприємства є: y – показник інвестиційної привабливості, визначення впливу факторів x_i і на її кінцевий результат подальшої оцінки інвестиційної привабливості.

Найбільш простою формою і достатньо обґрунтованою для випадку спільного нормального розподілу є лінійна залежність, тобто залежність виду:

$$Y = y_0 - y_1 * x_1 + y_2 * x_2 + \dots + y_n * x_n \quad (2.1)$$

Зазначимо, що не всі змінні X впливають на величину Y та їх недоцільно включати рівняння (2.1). Для початку визначимо Y за наступною формулою:

$$Y = 29,0 \cdot KA + 2,0 \cdot КП + 36,0 \cdot КЛ + 15,0 \cdot КО + 18КФР \quad (2.2)$$

де KA - відносний показник автономії;

$КП$ - відносний показник платоспроможності;

$КЛ$ - відносний показник ліквідності;

$КО$ - відносний показник обіговості обігових коштів;

$КФР$ - коефіцієнт фінансового ризику.

Визначивши ці показники побудуємо багатофакторну модель їх впливу на ефективність фінансової діяльності промислового підприємства (табл. 2.16).

На базі отриманого рівня інвестиційної привабливості, що описується множиною вихідних параметрів для підвищення точності оцінювання було

визначено ваги фінансових параметрів із використанням різних експертних методів. Для коректного моделювання оцінки інвестиційної привабливості за багатофакторним кореляційно-регресійним методом використано спостереження за період з 2017 року по 2021 роки.

Таблиця 2.16 – Динаміка показників інвестиційної привабливості підприємства

Рік	Показник інвестиційної привабливості	Відносний показник автономії	Відносний показник платоспроможності	Відносний показник ліквідності	Відносний показник обіговості обігових коштів	Коефіцієнт фінансового ризику
	Y	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅
2017	161,16	0,32	0,32	0,08	7,4	2,1
2018	155,94	0,32	0,32	0,07	7,1	2,08
2019	161,59	0,33	0,33	0,02	7,6	2,06
2020	132,84	0,46	0,46	0,14	6,2	1,17
2021	109,79	0,47	0,47	0,03	4,96	1,11

Джерело: складено автором

$$y_1 = 29,0 \cdot 0,32 + 2 \cdot 0,10 + 36 \cdot 0,08 + 15,0 \cdot 7,4 + 18 \cdot 2,1 = 161,16$$

$$y_2 = 29,0 \cdot 0,32 + 2 \cdot 0,10 + 36 \cdot 0,07 + 15,0 \cdot 7,1 + 18 \cdot 2,08 = 155,94$$

$$y_3 = 29,0 \cdot 0,33 + 2 \cdot 0,11 + 36 \cdot 0,02 + 15,0 \cdot 7,6 + 18 \cdot 2,06 = 161,59$$

$$y_4 = 29,0 \cdot 0,46 + 2 \cdot 0,20 + 36 \cdot 0,14 + 15,0 \cdot 6,2 + 18 \cdot 1,17 = 132,84$$

$$y_5 = 29,0 \cdot 0,47 + 2 \cdot 0,35 + 36 \cdot 0,03 + 15,0 \cdot 4,96 + 18 \cdot 1,11 = 109,79$$

Для вимірювання сили взаємозв'язку між обраними факторними величинами та результативним показником використано кореляційну матрицю (табл.2.17).

Таблиця 2.17 – Кореляційна матриця

	Y	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅
Y	1					
X ₁	-0,2381	1				
X ₂	-0,5813	0,9128	1			
X ₃	-0,6073	0,869	0,9888	1		
X ₄	0,8972	0,1835	-0,1707	-0,1954	1	
X ₅	-0,1773	0,882	0,868	0,8773	0,269	1

Джерело: складено автором

Розрахунок кореляційної матриці дає змогу зробити висновок про значну залежність між результативним показником (Y) та окремими факторними величинами. Разом з тим, між коефіцієнтами не виявлено мультиколінеарність, що свідчить про те, що всі фактори доцільно включати в модель. Оцінка тісноти зв'язку між досліджуваними ознаками здійснювалась із використанням шкали Чеддока, табл.2.18.

Таблиця 2.18 – Характеристика тісноти зв'язку інвестиційної привабливості із факторними ознаками

Показники	Автономія	Платоспроможність	Ліквідність	Оборотність обігових коштів	Фінансовий ризик
Інвестиційна привабливість	слабкий	помітний	тісний	дуже тісний	слабкий

Джерело: складено автором

Регресійний аналіз необхідний для встановлення форми взаємозв'язку між досліджуваними ознаками. За допомогою MS Excel (додатковий "Аналіз даних / регресія") результати наведені в таблиці 2.19-2.20.

Таблиця 2.19 – Регресійна статистика

Показник	Значення
Множинний R	0,938717
R-квадрат	0,88119
Нормований R-квадрат	0,841587
Стандартна помилка	8,99044

Джерело: складено автором

Відкоригований коефіцієнт детермінації $\approx 0,9998$ (табл. 2.19), тобто зміна експлуатаційних характеристик становить 99,98%, що спричинено зміною цього коефіцієнта.

Таблиця 2.20 – Результати дисперсійного аналізу

	df	SS	MS	F	Значимість F
Регресія	1	2023,336	2023,336	344,4386	0,000341415
Залишок	3	17,6229	5,8743		
Всього	4	2040,959			

Джерело: складено автором

Результати дисперсійного аналізу показують надійність отриманої моделі: за критерієм Фішера:

$$f^*=344,43 > f_{\text{табл.}} = 0,00034,$$

$$\text{де } f_{\text{табл.}} = F(1-0,97; m; n - m - 1),$$

тобто рівняння регресії (його коефіцієнти) значиме (на 97%), вплив випадкових факторів відсутній.

Представимо в табл.2.21 результати регресійного аналізу.

Таблиця 2.21 – Результати регресійного аналізу

	Коефіцієнти	Стандартна помилка	t-статистика	P-Значення	Нижні 95%	Верхні 95%	Нижні 95,0%	Верхні 95,0%
Y-пересічення	247,856	22,32632	11,101	0,001	176,80	318,90	176,804	318,908
X ₁	272,612	57,79291	-4,7170	0,018	-456,53	-88,688	-456,534	-88,6887
X ₂	205,391	22,6346	-9,0741	0,002	-277,42	-133,35	-277,424	-133,357
X ₃	13,0022	273,6215	-0,0475	0,965	-883,78	857,78	-883,788	857,7834
X ₄	-	1,114878	18,559	0,000	17,143	24,239	17,1430	24,2391
X ₅	-	8,563698	4,8148	0,017	13,979	68,486	13,9791	68,4861

Джерело: складено автором

За результатами регресійного аналізу (табл. 2.21), оскільки для усіх показників P-значення менше 0,5, що свідчить про те, що ймовірність іншого розвитку подій мінімальна. Рівняння множинної регресії має вигляд:

$$Y = 0.03177 + 171.0328X_1 + 117.5588X_2 + 37.2402X_3 + 7.9551X_4 - 28.7941X_5. (2.3)$$

Отже, якщо коефіцієнт ліквідності зросте на одиницю, то показник інвестиційної привабливості зросте на 59,4 од.; при збільшенні оборотності обігових коштів на одиницю, показник інвестиційної привабливості зросте на 13,47 од.

Можлива економічна інтерпретація параметрів моделі: збільшення фінансової автономії на 1 од. призводить до збільшення інвестиційної

привабливості в середньому на 171.033 од. збільшення платоспроможності на 1 од. призводить до збільшення інвестиційної привабливості в середньому на 117.559 од. збільшення ліквідності на 1 од. призводить до збільшення інвестиційної привабливості в середньому на 37.24 од. збільшення обіговості активів на 1 од. призводить до збільшення інвестиційної привабливості в середньому на 7.955 од. збільшення фінансового ризику на 1 од. призводить до зменшення інвестиційної привабливості в середньому на 28.794 од.

Крім того, для оцінки інвестиційної привабливості на основі вищезазначених вихідних даних регресійної моделі проведемо таксономічний аналіз. Представимо вищезазначені показники в табл.2.22.

Таблиця 2.22 – Вихідні дані для таксономічного аналізу інвестиційної привабливості підприємства

Показники	Коефіцієнт автономії	Коефіцієнт платоспроможності	Коефіцієнт ліквідності	Коефіцієнт обіговості обігових коштів
2019	0,33	0,11	0,02	7,6
2020	0,46	0,20	0,14	6,2
2021	0,47	0,35	0,03	4,96

Джерело: складено автором

Для проведення подальших розрахунків необхідна стандартизація, яка дозволяє звести всю одиницю виміру до безрозмірної величини, тобто вирівняти значення ознак. Для цього слід визначити середнє значення та середнє відхилення за кожним показником X в таблиці 2.23.

Таблиця 2.23 – Середнє значення та середнє відхилення за кожним показником X

Назва	Коефіцієнт автономії	Коефіцієнт платоспроможності	Коефіцієнт ліквідності	Коефіцієнт обіговості обігових коштів
Середнє значення	0,420	0,220	0,060	6,250
Середнє відхилення	0,060	0,090	0,050	0,900

Джерело: складено автором

Таким чином, отримаємо матрицю стандартних значень Z в таблиці 2.24.

Таблиця 2.24 – Матриця стандартних значень Z

Роки	Ознаки			
	Коефіцієнт автономії	Коефіцієнт платоспроможності	Коефіцієнт ліквідності	Коефіцієнт обіговості обігових коштів
2019	-1,50	-1,2	-0,8	1,50
2020	0,67	-0,2	1,6	-0,1
2021	0,8	1	-0,6	-1,43
$Z_0 \max$	0,8	1,0	1,6	1,5

Джерело: складено автором

Після стандартизації значень проведемо диференціацію ознак, тобто вплив кожного показника на рівень розвитку об'єкта (інвестиційної привабливості) (табл. 2.25).

Таблиця 2.25 – Матриця диференціації ознак

Роки	Критерії			
	Коефіцієнт автономії	Коефіцієнт платоспроможності	Коефіцієнт ліквідності	Коефіцієнт обіговості обігових коштів
2019	5,29	4,94	5,76	0,00
2020	0,02	1,49	0,00	2,42
2021	0,00	0,20	4,84	8,60

Джерело: складено автором

Спираючись на компетентні думки зовнішніх інвесторів, було запропоновано розглянути додаткові якісні показники оцінки інвестиційної привабливості підприємства, що характеризують його становище на ринку та інвестиційний клімат країни, регіону і галузі господарювання.

Ділова репутація - нематеріальне благо, яке представляє собою оцінку діяльності особи (як фізичного, так і юридичної) з точки зору його ділових якостей. Однак, є доцільним те, що необхідно розширити і, в той же час, конкретизувати цей термін. Визначаємо термін «ділова репутація підприємства», як оцінку сукупності зовнішніх і внутрішніх характеристик

підприємства, що відповідають за взаємодію фірми та інших осіб, які беруть участь в її господарсько-економічній діяльності.

В даний список показників оцінки інвестиційної привабливості увійшли наступні якісні:

- термін позиціонування підприємства на ринку;
- сезонність зміни обсягів і рентабельності продажів;
- рівень диверсифікації продукції;
- рівень конкуренції на ринку збуту, де функціонує підприємство;
- відкритість і прозорість інформації про власників і фінансова звітність;
- характеристика виробничих потужностей (основних фондів);
- можливість виходу підприємства на нові ринки збуту;
- своєчасне виконання підприємством своїх обов'язків по виплаті заробітної плати персоналу, орендних платежів, погашення кредиторських заборгованостей перед приватними інвесторами;
- відгуки споживачів про якість продукції;
- відгуки споживачів про компетентність персоналу;
- відгуки постачальників про своєчасне виконання організацією взятих на себе зобов'язань;
- макроекономічне зростання галузі;
- інвестиційний клімат країни і регіону господарювання;
- чистий прибуток підприємства.

Пропонується використовувати думки 5 експертів, які мають досвід, пов'язаний з визначенням інвестиційною привабливістю підприємств бізнесу зв'язку, а так само, що володіють досвідом взаємодії з даними компаніями у вигляді постачальників або покупців. Для зіставлення експертних оцінок між собою використовуємо коефіцієнт конкордації. У нашому випадку, коефіцієнт конкордації дорівнює $W = 0,77$, що свідчить про високий ступінь узгодженості експертів при розподілі ролі показників, що впливають на інвестиційну привабливість.

Представимо в (табл. 2.26) оцінку показників, які характеризують положення підприємства на ринку. Дані табл.2.26 показують, що підприємство займає провідне становище на ринку телекомунікацій та отримало високі бали від експертів. В табл.2.27 розглянемо оцінки експертів підприємства за показниками, які характеризують інформацію про підприємство та інформацію про фірму.

Таблиця 2.26 – Оцінка показників, що характеризують ринкове становище

Показник	Оцінка
Строк позиціонування на ринку	5
Сезонність змін обсягів та рентабельності продажу	3
Рівень диверсифікації продукції	4
Рівень конкуренції на ринку збуту	4
Можливість виходу підприємства на нові ринки збуту	4

Джерело: складено автором

Таблиця 2.27 – Оцінка показників, що характеризують інформацію про підприємство та репутацію на ринку

Показник	Оцінка
Відкритість інформації про фірму	4
Взаємодія управляючих та іншого персоналу	4
Своєчасність виконання підприємством своїх зобов'язань перед персоналом та кредиторами	3
Відгуки про якість продукції	4
Відгуки про компетентність персоналу	4

Джерело: складено автором

Розрахуємо коефіцієнт інвестиційної привабливості за даним напрямком оцінки:

$$K=3,9/5=0,78$$

В результаті проведених розрахунків, ми отримали результат, який дозволяє оцінити ТОВ «Лайфселл», як підприємство з низьким рівнем інвестиційної привабливості.

Таким чином, дослідження показали, що інвестиційна привабливість підприємства була найбільшою у 2020 році, що пов'язано з більшим значенням чистого прибутку, що підтверджують дані таксономічного аналізу.

Висновки до розділу 2

В цьому розділі було розглянуто та проаналізовано як загальну характеристику ТОВ «Лайфселл», так і його місце на ринку, що дало змогу більш детально зрозуміти, чи є дане підприємство лідером у сфері телекомунікацій, наскільки велика частка на ринку займається саме даним оператором.

Скільки користувачів та які саме нововведення цікавлять користувачів. Також був зроблений аналіз фінансового стану підприємства. Були розраховані головні показники для визначення інвестиційної привабливості компанії, наведені висновки щодо отриманих даних.

Результативність підприємства та його оцінка інвестиційної привабливості показали те, що підприємство має великий потенціал, який можна закріпити новими ідеями та реалізувавши більш сучасні та гнучкі для користувачів технології.

В процесі дослідження встановлено, що активи підприємства мають тенденцію до зростання та фінансуються за рахунок позикових джерел, що свідчить про залежність компанії від кредиторів. Чистий дохід від реалізації має тенденцію до зростання, а чистий прибуток, який є вагомим чинником інвестиційної привабливості для кожного підприємства, з кожним роком зростає, але зараз важко сказати точно, адже тяжкі часи та стан країни роблять складним оцінювання та подальший ріст чи зменшення активів, прибутку та в цілому стану компанії.

Аналіз показав, що підприємство відчуває труднощі платоспроможності та брак власних оборотних коштів. Таким чином, підприємство має негативний фінансовий стан протягом досліджуваного періоду. Але з кожним

роком, підприємство нарощує власні активи, за допомогою яких може залучити більші інвестиції, та реалізувати ще більшу кількість проєктів та інновацій у телекомунікаційному просторі.



РОЗДІЛ 3

ОБҐРУНТУВАННЯ НАПРЯМКІВ ПІДВИЩЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

3.1 Напрямки подальшого розвитку ТОВ «lifecell» за урахуванням ринкових факторів та об'єктивних передумов інтенсифікації інвестиційної діяльності

Високі показники корпоративного рівня управління та ринкового оточення ТОВ «Лайфселл» йдуть урозріз із показниками «практичної» категорії факторів – фінансовими. Дані показники мають прикладну основу і можуть бути розраховані на основі суворої фінансової звітності, на відміну від інших груп факторів, що мають якісну основу. Бурхливе розвиток технологій призвели до того, що нові патенти та методики мають досить нетривалий термін життя.

Зростаючі темпи споживання та прискорений темп життя привели до небувалого підвищення попиту та рідкісного вибірковості клієнтів. Буквально кілька років тому багато підприємств саме українського сектора економіки (крім закордонних франшиз, наприклад, «Макдональдса») основним своїм завданням ставили саме отримання прибутку, а не клієнтоорієнтованість. Уважне ставлення до всіх запитів клієнтів, швидке, оперативне вирішення конфліктів, що виникли, а також бонуси та висока якість обслуговування - запорука успіху будь-якої компанії.

Зростання активів підприємства у цілому позитивна тенденція. Однак, при аналізі балансу можна зробити висновок тому, що значну частину активів становлять нефінансові активи, а саме основні засоби. Велику частку у структурі майна становлять необоротні активи, балансова вартість яких динамічно зростає, тому у 2020 року їхня частка становила 89 %.

Пов'язано це з розширенням діяльності організації, модернізацією її основних процесів та розвитком інформаційних технологій, які широко використовуються в діяльності компанії.

Загалом це призвело до неправильної структури балансу та відношення власного капіталу до позикового. Превалювання позикового капіталу послаблює фінансову стійкість підприємства.

При цьому відбувся перерозподіл коштів на господарських поточні витрати за рахунок позик та кредитів для забезпечення належного рівня діяльності підприємства. Це в свою чергу призвело до того, що кредиторська заборгованість підприємства перевищує дебіторську заборгованість у 1,5 рази.

Крім того, підприємство відчуває дефіцит власних оборотних коштів та взагалі коштів для достатнього покриття поточних зобов'язань, що підтверджують коефіцієнти ліквідності. Виходячи з цього, підприємству необхідно нарощувати фінансування за рахунок збільшення власного капіталу. При цьому, зростання власного капіталу можна досягнути за рахунок зростання прибутковості компанії.

Зростання маржинального прибутку, пов'язаний із зростанням постійних витрат, супроводжується збільшенням інтервального значення точки беззбитковості, що є ознакою зниження «якості» прибутку, проте подібна динаміка нівелюється нехай і незначним, але зростанням показника «запас фінансової міцності», що врівноважує ефект оцінним критерієм «операційний важіль». У цілому нині «якість» формування прибутку можна назвати задовільним.

Таким чином, основними негативними факторами, що впливають на нестабільну ситуацію в компаніях телекомунікаційного сектора економіки та зниження рентабельності інвестиційної діяльності, можна відзначити стійку динаміку перевищення темпів зростання необоротних активів над темпами зростання виручки за одночасного зниження ефективності використання необоротних активів.

Зростання показників прибутку з одночасним зростанням балансової вартості ресурсів та зниженням ефективності їх використання також можна розцінювати як втрату рівня інвестиційного розвитку. Для стабілізації ситуації

необхідно здійснювати контроль над балансовою вартістю необоротних активів і співвідношенням їх підтримки раціональною структурою.

Представимо на рис.3.1 стримуючі чинники інвестиційної привабливості ТОВ «Лайфселл».

відсутність повноти технічної реалізації технології 4G у частині якісних параметрів зв'язку, попри формальне декларування компаній можливостей до їх повноцінного забезпечення;
наявність деяких локальних обмеженостей отримання послуг операторів зв'язку, унаслідок відсутності необхідних технологічних потужностей до 100%-го покриття території України, включаючи віддалені регіональні осередки;
поступове знецінення Інтернет-технологіями важливості мобільного зв'язку як однієї з першочергових потреб сучасного індивідууму, що породжує відповідні тенденції до цілковитої відмови споживачів від послуг мобільного зв'язку;
відсутність необхідної технологічної оснащеності пристроїв значної кількості споживачів послуг (як наслідок низького рівня доходів переважної частини населення), що порушує питання економічної доцільності забезпечення цілковитого покриття технологією 4G та розвитку технологій 5G;
диспропорції розвитку інфраструктурної спроможності регіонів, що поєднуючись з демографічними тенденціями урбаністичного характеру обмежує можливості та вмотивованість телекомунікаційних корпорацій;
асиметричність структури боргових зобов'язань компаній, зокрема у частині співставності рівнів дебіторської та кредиторської заборгованостей; слабкість вітчизняних нормативно-правових механізмів мотивування розвитку телекомунікаційної галузі, пасивність виконавчих органів влади у питаннях вирішення даної проблеми;
низький рівень поінформованості споживачів послуг зв'язку щодо переваг використання 4G-технології; несприятливий характер вітчизняного інституційного середовища, що виявляється у сильній бюрократизації, поширеності владного трайбалізму та непотизму, що значним чином обмежує організаційну спроможність корпорацій до розвитку.

Рисунок 3.1 – Чинники, які стримують підвищення інвестиційної привабливості ТОВ «Лайфселл»

Джерело: складено автором

Таким чином, можна констатувати, що більшість описаних проблем галузевого середовища функціонування ТОВ «Лайфселл» обумовлює виникнення, виявлених у попередньому розділі, конкретних проблем фінансового-економічного характеру ТОВ «Лайфселл», таких як високий ступінь зношеності обладнання, негативні показники рівня оборотності кредиторської заборгованості, нестабільна динаміка прибутковості, суперечливі тенденції у зміні структурних показників споживачів послуг ТОВ «Лайфселл».

Представимо на рис.3.2 напрямки зростання дохідності ТОВ «Лайфселл».



Рисунок 3.2 – Напрямки підвищення інвестиційної привабливості ТОВ «Лайфселл»

Джерело: складено автором

В рамках техніко-технологічного напрямку варто залучати інвестиційні ресурси на збільшення кількості базових точок мережі зв'язку та здійснення диверсифікації діяльності підприємства шляхом розробки нових продуктів тощо.

В рамках маркетингового напрямку пропонуємо оновлювати умови тарифних пакетів послуг; активізувати інструменти цифрового маркетингу у рекламній діяльності; запуск повноцінних рекламних компаній тощо.

До заходів удосконалення фінансового напрямку належать: створення відділу фінансового контролінгу; впровадження прогресивних аналітико-методологічних підходів до управління кредиторською заборгованістю.

В рамках організаційного напрямку варто впроваджувати сучасні цифрові системи обліку господарських операцій, проведення цільового аудиту ефективності організаційної структури тощо.

Таким чином, можна зробити висновок, що існує велика кількість потенційно ефективних заходів зі зростання інвестиційної привабливості ТОВ «Лайфселл» у межах виокремлених функціональних напрямків.

На поточному етапі більшість виручки компаніям групи «Лайфселл» приносять послуги мобільного зв'язку, але за оцінками аналітиків цей ринок є насиченим, а перспективними є додаткові сектори (електронна комерція, платежі тощо).

Саме конвергентні пропозиції, що представляють симбіоз послуг мобільного зв'язку, інтернету та непрофільних послуг, дозволять наростити рентабельність бізнесу.

Комплекс найбільш затребуваних на сьогодні фінансових послуг споживачів організацій цифрових інтегрованих комунікацій представлений наступним переліком: кредит; банківські пластикові картки; платежі; страхування.

Перелічені послуги згідно з українським законодавством можуть бути надані спеціалізованою організацією, яка має відповідну ліцензію. Таким чином, самостійно організаціями інтегрованих цифрових комунікацій дані послуги не можуть бути.

Товарний кредит - це позика, що надається роздрібним покупцям з метою придбання товарів, супутніх до них послуг, а також різноманітних сервісів. Крім традиційного кредитного товару з урахуванням організацій вбудованих комунікацій запроваджується фінансова інновація – кредит на рахунок телефону.

І якщо перший продукт необхідний для розвитку роздрібного ритейлу, то другий дозволяє надавати ресурсну підтримку базовим послугам мобільних операторів та розвивати електронну комерцію.

Страховання - передбачає передачу окремих форм ризиків (псування, крадіжка мобільних пристроїв). Супутня послуга, що з одного боку просуває роздрібний рітейл компанії, з другого дозволяє посилити захист кредитної угоди, якщо товар, реалізується в кредит.

Банківські пластикові картки – це симбіоз традиційного платіжного інструменту та мобільного рахунку. Баланс картки дорівнює залишку мобільного рахунку клієнта, тобто при оплаті картою кошти буде списано з балансу номера абонента, а його поповнення передбачає збільшення балансу карти. Причому, на відміну від традиційної банківської картки, оператор пропонує отримання цифрової картки, яка передбачає спрощену ідентифікацію клієнта.

Саме наявність такого продукту в лінійці послуг організації інтегрованих комунікацій дозволяє перетворити мобільний пристрій на універсальний платіжний інструмент.

Платежі, пропоновані на базі мобільних операторів передбачають їх здійснення через картку, що емітується, а також за допомогою спеціальних додатків (Apple pay, Samsung pay, Google pay). Крім того, наявність у споживача мобільного пристрою з функцією NFC дозволяє йому користуватися цим пристроєм як платіжним інструментом.

Таким чином, сучасний розвиток системи платежів дозволяє компаніям цифрових інтегрованих комунікацій успішно вбудовуватись у систему, яка раніше була доступна лише кредитним організаціям.

Доцільність формування фінансового супермаркету на основі організацій цифрових комунікаційних послуг пов'язана з максимальною близькістю до споживачів, можливістю надавати послуги в невеликому обсязі невідгідним іншим інститутам та максимізувати прибуток за рахунок ефекту масштабу.

У той час як фінансові супермаркети, сформовані комерційними банками, розраховані для більш просунутих споживачів, а саме, включають,

крім перерахованих фінансових продуктів, ще інвестиційну складову та мають вищу точку входу.

Час та гроші виступають у ролі найважливіших ресурсів будь-якої компанії. Можна запропонувати розвивати цифрові сервіси. Цифрові сервіси «Лайфселл» дозволять не витратити ресурси на ті процеси, які можна автоматизувати з готовими рішеннями:

1. Для підвищення ефективності роботи бізнесу компанії «Лайфселл» можна створити послугу, а саме: підключення системи контролю та управління витратами, послуга організації офісу, посилення контролю та безпеки діяльності.

2. Для підтримки зв'язку з клієнтами, що вже є в компаніях, «Лайфселл» може створити сервіс налаштуванням мобільного АТС з переадресацією, що дозволить клієнту оперативно зв'язатися із потрібним відділом компанії. Послуга допомагає клієнту розподілити вхідні дзвінки за встановленими сценаріями та надасть їхню статистику в особистому кабінеті.

3. У разі виникнення проблем із контролем роботи персоналу поза офісом, мобільний оператор може створити сервіс «Контроль кадрів», що дозволить робити це швидко та економно. Роботодавець завжди буде в курсі того, що роблять співробітники: коли розпочали роботу, скільки замовлень було виконано тощо.

4. Перевірка витрат персоналу на зв'язок забирає час та гроші. Сервіс «Персональний бюджет» дозволить автоматично розділити витрати на службові та особисті.

5. При запуску рекламної кампанії свого бізнес-продукту, мобільний оператор може створити таргет-сервіс «Таргет Лайфселл». Мобільне інформування дозволить автоматично надсилати розсилки потрібним клієнтам: повідомити про акції, розмістити банер, підібрати портрет клієнта та використовувати його надалі.

Наразі складно уявити ситуацію, коли людина може вийти на вулицю без телефону. Як відомо, мобільний оператор транслює геолокацію абонента.

Зручність таргет-сервісу від «Лайфселл» полягає у можливості здійснити розсилку абонентам, які знаходяться недалеко від того, що просувається бізнесу. «Таргет Лайфселл» надає додатковий варіант - створення особливої «території прийому». Варто тільки людині, яка живе в іншому район міста, увійти у потрібний час у задану розсилкою географічну зону, як він отримає SMS.

Таким чином, пропонуємо виділити конкретні заходи в рамках перерахованих напрямків для підвищення інвестиційної привабливості ТОВ «Лайфселл» (3.3.).

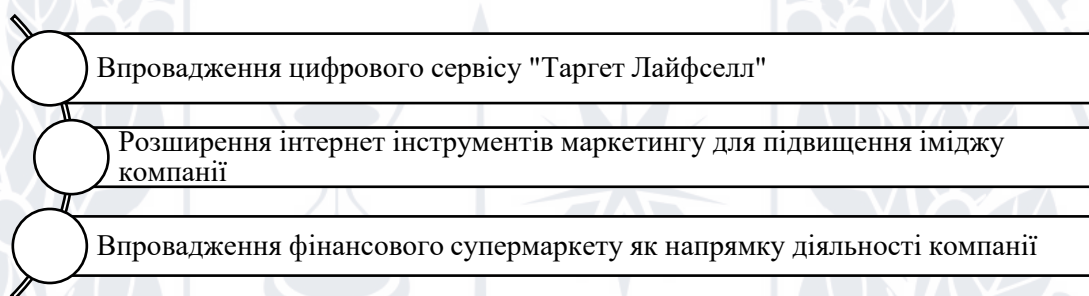


Рисунок 3.3 – Заходи підвищення інвестиційної привабливості ТОВ «Лайфселл»

Джерело: складено автором

Таким чином, із запропонованих заходів варто обрати захід під інвестиційний проєкт із залученням іноземного інвестора.

В процесі дослідження встановлено проблеми, які стримують підвищення інвестиційної привабливості. Для вирішення проблем запропоновано наступні напрямки: активізація процесів модернізації технічної бази, зміна підходів до маркетингової політики, перегляд мотиваційних механізмів управління, створення служби контролінгу, реалізація сучасних інструментів управління. Відділено основним напрямком впровадження цифрового сервісу.

3.2 Обґрунтування доцільності реалізації інвестиційного проекту в межах ТОВ «Лайфселл» з залученням іноземного партнера

Проблема аналізу ефективності інвестиційної діяльності підприємства є актуальною для компаній, що займаються розвитком інноваційних технологій, оскільки прийняті інвестиційні рішення тісно пов'язані з основними видами діяльності підприємства, що впливають на стратегію підприємства, що формують інвестиційну культуру.

У дослідженні розглядаються 2 масштабні проекти ТОВ «Лайфселл»: проект з розвитку мережі 3G, 4G, 5G, а також проект з впровадження та розвитку цифрового сервісу «Таргет Лайфселл». Основною метою дослідження є оцінка значущості результатів реалізації проектів для подальшої оцінки ефективності проектів загалом та вибору найбільш привабливого об'єкта вкладення інвестиційних ресурсів.

Дослідження проводилося на основі методів оцінки ефективності інвестицій, методів оптимізації взаємозв'язків у сильно пов'язаних системах, методів кореляційного та регресійного аналізу соціальних інвестиційних проектів, методів узгодження інтересів операторів стільникового зв'язку.

Для оцінки інноваційного потенціалу кожного проекту використовується метод аналізу ієрархій Томаса Саати (MAI), який полягає в багатокритеріальному оцінюванні альтернативних проектів. Внаслідок застосування даного методу отримано кількісні оцінки значимості об'єктів оцінювання.

На першому етапі визначається мета дослідження, тобто порівнюються підсумкові показники щодо проектів для визначення найбільш перспективного інноваційного проекту для коригування інвестиційних вкладень.

На другому етапі завдання подається у вигляді ієрархічної структури, що складається, як правило, з трьох рівнів: мета, критерії оцінки та об'єкти оцінювання. Виділено основні цілі проектів, які є основними результатами

інвестиційної діяльності, отже, та критеріями, за якими порівнюються між собою два проекти ТОВ «Лайфселл».

До критеріїв порівняння належать: приріст користувачів, розширення мережі (будівництво станцій), приріст обсягу ринку, приріст прибутку. Усі ці показники мають цільову функцію максимізації.

Розподіливши цілі, критерії та об'єкти за трьома рівнями, отримана ієрархічна структура (рис.3.4).

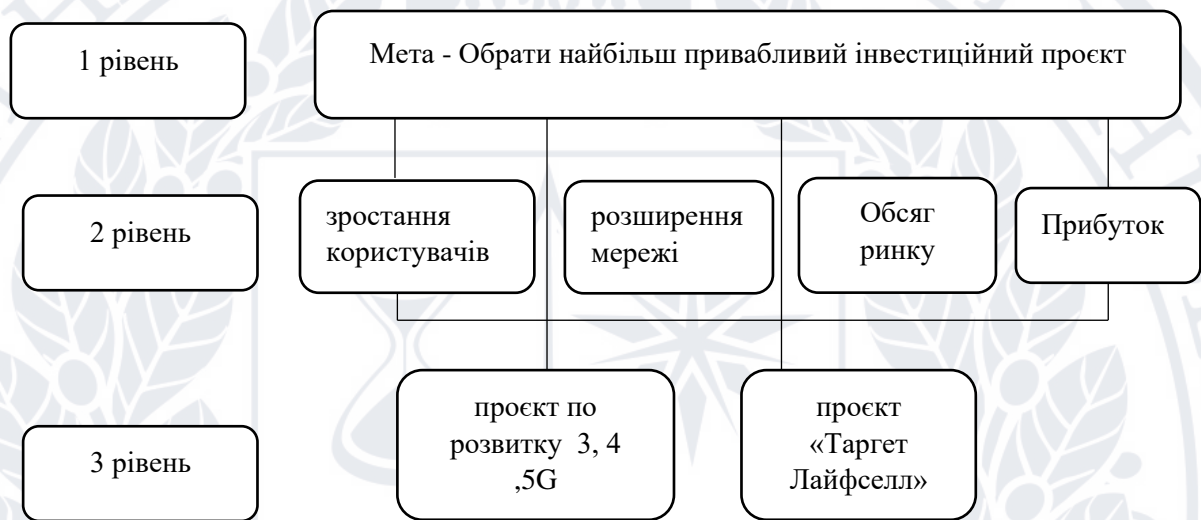


Рисунок 3.4 – Ієрархічна структура завдання вибору

Джерело: складено автором

Таким чином, розглянувши на рис.3.4 основні цілі проекту, необхідно зробити вибір за представленими критеріями.

На структурі наочно представлені об'єкти порівняння та критерії, за якими проводитиметься порівняння. Третім етапом МАІ є проведення парного порівняння критеріїв між собою, а потім і об'єктів за критеріями. Будується матриця, розмірність якої дорівнює кількості критеріїв, у нашому разі 4x4.

Оцінка проводиться за основною шкалою 1,3,5,7,9 та за допоміжною шкалою 2,4,6,8.

Четвертим етапом є математична обробка результатів. Обчислюється значення середніх геометричних оцінок, приведення оцінок до нормованого

показника, а також оцінка узгодженості суджень. В результаті порівняння отримано наступну матрицю.

Таблиця 3.1 – Матриця парних порівнянь критеріїв оцінювання

Критерії	Приріст користувачів	Розширення мережі	Обсяг ринку	Приріст прибутку	Середнє геометричне	Нормовані оцінки	Розрах. λ_{max}
Приріст користувачів	1	3	2	1/4	1,11	0,2	1,16
Розширення мережі	1/3	1	1/2	1/5	0,43	0,08	0,84
Обсяг ринку	1/2	2	1	1/7	0,61	0,11	1,16
Приріст прибутку	4	5	7	1	3,44	0,62	0,98
Сума	5,83	11,0	10,5	1,59	5,59	1,0	4,13

Джерело: складено автором

З табл. 3.1 слідує, що, згідно з оцінками, найбільш значущим результатом проектної діяльності є прибуток, так як цей критерій має найбільшу оцінку. Наочніше результати порівняння відображає діаграма з нормованими оцінками важливості кожного критерію (див. рис.3. 2).

З рис.3.5 можна дійти до висновку, що критеріями, визначальними ефективність проектів, оскільки вони є найбільш вагомими, є приріст прибутку та приріст користувачів.



Рисунок 3.5 – Оцінки значущості критеріїв (результатів інноваційних проектів)

Джерело: складено автором

Наступним етапом оцінки ефективності інноваційних проектів за МАІ є розрахунок інтегрального узагальненого показника. Кожен проект має оцінки, тобто. Перевершує або відстає від іншого проекту з кожному критерію.

Результати порівнянь поєднуються в одну таблицю (табл. 3.2) визначення узагальненого показника.

Синтез глобальних пріоритетів передбачає згортання локальних показників якості у глобальний, узагальнений критерій. Локальні пріоритети перемножуються на пріоритет відповідного критерію вищому рівні та підсумовуються по кожному об'єкту оцінювання в відповідно до критеріїв, на які впливає елемент.

За результатами синтезу глобальних пріоритетів, за всіма критеріями лідирує проект «Таргет Лайфселл». Як критерії обрані саме прирости показників не випадково. Технологія «Таргет» телекомунікаційних компаній почала своє розвиток відносно нещодавно, тому порівнювати абсолютні показники не вважається цілком раціональним.

Таблиця 3.2 – Синтез глобальних пріоритетів

	Приріст користувачів	Розширення мережі	Обсяг ринку	Приріст прибутку
Проект з розвитку 3,4,5 G	0,2	0,33	0,17	0,13
Проект «Таргет Лайфселл»	0,8	0,67	0,83	0,88
Сума	1	1	1	1

Джерело: складено автором

В результаті застосування методу аналізу ієрархій було виконано завдання оцінки значимості результатів інноваційних проектів ТОВ «Лайфселл». Основним показником, що визначає ефективність всього проекту загалом, є прибуток.

У таблиці спостерігається явна перевага проекту розвитку цифрового сервісу, щодо приросту прибутку за останні 3 роки. Проект із розвитку «Таргет Лайфселл» перевершує проект розвитку мереж 3G, 4G, 5G з будівництва станцій, приросту виручки та приросту прибутку. Отримані результати свідчать про те, що проект розвитку «Таргету» має найбільший інноваційний потенціал, отже, використання інвестиційних ресурсів для створення «Таргет Лайфселл» буде найбільш раціональним вкладенням із боку ТОВ «Лайфселл».

Існує два варіанти підключення послуги: самостійно (за допомогою особистого кабінету), або у найближчому офісі Лайфселл з обслуговування корпоративних клієнтів. При створенні розсилки можна вибрати базу даних: своєї бази чи за базою Лайфселл. У разі вибору опції «Гарантована згода абонента на отримання СМС», повідомлення надішлються лише абонентам оператора, які дали згоду отримання реклами від третіх осіб. Можна, можливо приурочити розсилку до певної дати. Кожен абонент із обраної адресної книги отримає повідомлення у визначений день.

Наприклад, замовник захотів привітати своїх клієнтів з днем народження, система надішле повідомлення лише тим клієнтам, у яких було вказано дату народження. Для цього необхідно заповнити за всіма клієнтами дату народження в адресній книзі (якщо поле не заповнене, система відправить повідомлення тільки тим клієнтам, у яких дату вказано).

Під час створення розсилки пропонується вибрати тип повідомлення: SMS або MMS з можливістю розміщення посилання на сайт, а також редиректні посилання, що дозволяють оцінити ефективність повідомлень. Завдяки націленню певні люди отримають потрібне повідомлення. Вся аналітика з розсилок доступна в особистому кабінеті замовника. Таким чином, можна відстежувати динаміку змін та, у разі потреби, скоригувати вибірку. При розсилці важливо позначити період розсилки: це може бути як моментальне розсилання, і рівномірні повідомлення протягом тривалого періоду.

За допомогою зручного інтерфейсу можна налаштувати та провести рекламну кампанію, а після її закінчення – точно оцінити її ефективність. «Таргет Лайфселл» - це зрозумілий і доступний інструмент реклами, спрямований на конкретну цільову аудиторію.

«Лайфселл» пропонує замовнику сформувати цільову аудиторію під просування продукту чи послуги. Для цього потрібно скористатися вбудованим фільтром. Фільтр пропонує вибрати місто, стать, вік, витрати

абонентів на стільниковий зв'язок, операційний систему гаджета, інтереси, рівень доходу (преміум, високий, середній тощо).

Відомості про рівень доходу формуються із застосуванням технології Deep Learning на основі агрегованих даних про активність користувача абонентів. При виборі інтересів ЦА можна встановити вибірку «авто», а система запропонує вибрати інтервал часу, коли абонент цікавився даним запитом. Вибір операційної системи є актуальним у тому випадку, якщо бізнес пов'язаний із конкретною системою. Наприклад: сервісний центр з ремонту продукції Apple.

Для постійних клієнтів налаштовуються промокоди з унікальною пропозицією, орієнтованого на кожного клієнта.

Послуга «Лайфсел Таргет» допомагає розвивати бізнес замовника та залучати нових клієнтів. Наприклад, можна запропонувати тестування сервісу в компанії «Нексус Авто», який буде використовувати дану послугу протягом року. За компанією буде закріплено п'ять автосалонів у різних частинах міста. У кожному автосалоні регулярно будуть проводитися свої акції та події. Клієнти будуть отримувати інформацію про різні знижки та спеціальних пропозиціях у найкращий для цього момент.

Якщо необхідно повідомити про майбутній захід компанії «Нексус Авто», сервіс дозволить налаштувати географію націлювання таким чином, що SMS отримають люди, які знаходяться у вибраному радіусі, щодо автосалону. Абоненти, які відвідували автопортали зі свого смартфона, також можуть бути включені до списку розсилки повідомлень. Також від одержувачів розсилок будуть надходити дзвінки, люди активно будуть цікавитися акціями та знижками, що проводяться.

У «Лайфсел Таргет» будуть інструменти і для того, щоб оцінити ефективність проведеної кампанії. У повідомленні можна буде автоматично додати унікальні коди для кожного одержувача та посилання на сайт клієнта, які дадуть змогу оцінити кількість переходів на сайт. Треба зауважити, що інформаційні повідомлення можна буде надсилати лише тим абонентам, хто

дав згоду отримання розсилок. А це означає, що негативна реакція з їх сторони не має бути. Навпаки, можливо, вони будуть раді придбати необхідні товари або заощадити за допомогою спеціальних пропозицій компанії.

Для оцінки ефективності запуску націлення система показує кількість дзвінків на номер, вказаний у повідомленні, кількість проведених знижок по коду та частоту переходів за посиланням із повідомлення. SMS та email-розсилки є далеко не новим способом просування свого продукту, а тому вони є одними з найбільш недооцінених.

При комплексному підході до формування та настроювання рекламної кампанії, розглянутий цифровий сервіс принесе найбільший приплив користувачів з мінімальними витратами компанії.

Таблиця 3.3 – Переваги та недоліки

Переваги	Недоліки
Операторами надається можливість запустити таргетовану рекламу для бізнесу, навіть якщо у клієнта ще не сформувалася власна база	Проблематично запустити ефективний таргет із першого разу, т.к. можуть виникнути неточності у вибірці
Розсилка сприяє підвищенню впізнаваності компанії, що просувається	Розсилка доступна тільки для тих абонентів, хто користується послугами оператора
Взаємодії з посиланнями та промокодами сприяють збільшенню клієнтської бази	Заявку можуть відхилити, якщо вона не відповідає вимогам мобільного оператора
Посиллює ефект рекламної кампанії при комплексному підході	Можлива поломка серверів, що тимчасово ускладнить формування заявки
	Зміна потреб цільової аудиторії та економічна криза. Як слідство, низька купівельна здатність

Джерело: складено автором

Продукт орієнтований на середній та малий бізнес. Клієнт зможе самостійно через веб-інтерфейс запускати розсилку та задавати націлення за місцем розташування, статтю, віком, роумінгом, витратами на зв'язок та операційною системою смартфона.

В процесі дослідження було розглянуто альтернативні заходи підвищення інвестиційної привабливості підприємства та за допомогою методу Сааті обрано найбільш оптимальний. Обґрунтовано доцільність та переваги обраного варіанту впровадження цифрового сервісу.

3.3 Оцінка економічної ефективності розроблених заходів та їх впливу на інвестиційну привабливість ТОВ «Лайфселл»

Розрахуємо ефективність розроблених заходів на прикладі проекту запровадження сервісу «Таргет Лайфселл».

Місія проекту: підвищення ефективності прибутковості підприємства та залучення інвестиційних ресурсів. Представимо в (рис. 3.6) цілі проекту методом SMART.

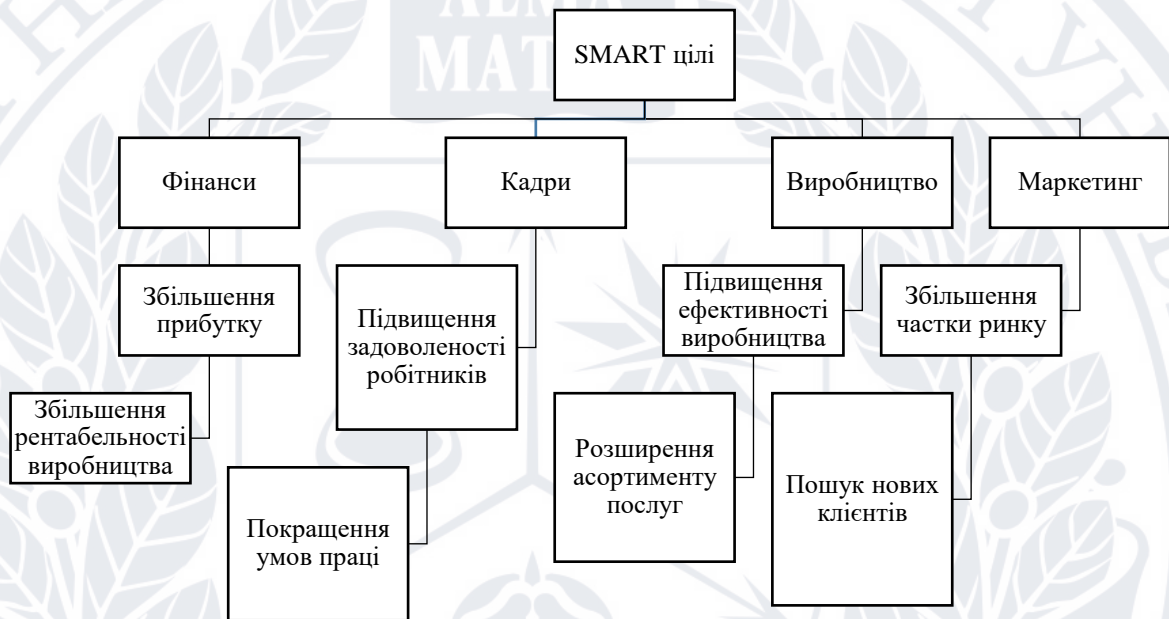


Рисунок 3.6 – SMART цілі проекту

Джерело: складено автором

За безпосередню реалізацію проекту відповідатиме головний інженер, який буде працювати з командою лідерів напрямків (менеджером з якості, менеджером з закупівель, менеджером з оформлення кошторисної документації, фінансовим менеджером, менеджером з технологій, менеджером з автоматизації та програмування).

Окремо варто зазначити, що для забезпечення ефективного контролю за використанням ресурсів проекту та термінами його виконання, Рада проекту повинна здійснювати взаємодію зі службою економічної безпеки, а також із фінансовим контролером, яким виступає фінансовий директор групи. Останньому також підпорядковуватиметься фінансовий менеджер проекту.

Для початку побудуємо ієрархічну структуру робіт з створення даного проєкту (WBS) на рис. 3.7.



Рисунок 3.7 – Ієрархічна структура робіт з створення проєкту (WBS)

Джерело: складено автором

У процесі реалізації проєкту будуть торкатися інтересів значної кількості стейкхолдерів. Серед внутрішніх бенефіціарів проєкту можна назвати власників підприємства.

Були проаналізовані інтереси кожного із стейкхолдерів щодо реалізації проєкту. Результати представлені у (табл. 3.4.)

Таблиця 3.4 – Інтереси внутрішніх та зовнішніх у процесі реалізації проекту

Стейкхолдери	Мета
Власник	Стабілізація та збільшення прибутковості підприємства
Операційний директор	Досягнення цілей проекту із мінімальними витратами. Зниження накладних витрат. Збільшення оборотності грошових коштів
Департамент розробки	Зниження обмежень щодо розробки нових видів сервісів
Директор з продажу	Збільшення обсягів реалізації як нового сервісу так і сумісних послуг. Зниження ризиків невиконання планів з продажу
Ключові клієнти	Отримання індивідуальних продуктів під потреби. Зростання прибутковості власного бізнесу
Члени команди проекту зі сторони підприємства	Бонус за успішне виконання проекту, досвід, кар'єрний зріст
Консультанти	Своєчасна оплата праці, цікава робота, успішність проекту
Технологічний персонал	Підвищення професіоналізму, підвищення рівня заробітної плати, зниження кількості нестандартних операцій

Джерело: складено автором

Необхідно відзначити, що переваги реалізації проекту для різних стейкхолдерів є неоднорідними. А досягнення кожної з окреслених цілей є реальним за умови злагодженої та чіткої роботи кожного із учасників. Для забезпечення високої ефективності реалізації проекту важливе значення має також дотримання термінів реалізації. З цією метою було сформовано календарний план реалізації проекту.

Представимо в табл.3.5 систему ролей у системі управління проектом як методу удосконалення управління інвестиційними ресурсами підприємства з метою забезпечення сталого його розвитку.

Важливою частиною сталого розвитку підприємства є кваліфікаційні кадри, тому від ефективного підбору команди проекту та правильного розподілу системи ролей проекту залежить досягнення головної мети підвищення прибутковості - досягнення цілей підвищення інвестиційної привабливості ТОВ «Лайфселл».

Для визначення часу здійснення заходів, вкладених у досягнення цілей проекту, і встановлення взаємозв'язків з-поміж них за тимчасовим параметром

з урахуванням найбільш ризикових подій, складається календарний план проєкту.

Таблиця 3.5 – Система ролей проєкту (RAM)

Роботи \ Виконавці	Керівник проєкту	Менеджер	Команда проєкту
Підготовка проєкту	-	-	-
Проведення аналізу існуючих рішень	+/-	+/-	-
Підготовка опису обраного рішення	-	+	-
Розробка плану проєкту	-	+	-
Формування команди проєкту	+	-	-
Розробка та затвердження статуту проєкту	-	+/-	+/-
Визначення ключових показників проєкту	+/-	+/-	-
Розробка та узгодження плану проєкту	+/-	+	+/-
Складання технічного завдання	+/-	+/-	+/-
Реалізація та завершення проєкту	-	-	-
Проведення навчання користувачів	-	-	-
Перехід в нове робоче середовище	-	-	+
Тестування нового сервісу	+	-	+
Підписання акту про введення в експлуатацію	+	-	-
Складення звіту та завершення проєкту	+/-	+/-	-

Джерело: складено автором

В рамках календарного плану проєкту впровадження нового сервісу, як способу досягнення цілей інвестиційної привабливості, терміни мають важливе значення, так як допомагають підбивати певні підсумки після кожного етапу його впровадження.

Представимо в табл.3.6 календарний план проєкту, складений в Microsoft Project.

Таблиця 3.6 – Календарний план проєкту

Назва задачі	Тривалість	Початок	Закінчення	Назва ресурсів
Підготовка проєкту	4 дні	Пн 03.01.23	Чт 06.01.23	
Проведення аналізу існуючих рішень	2 дні	Пн 03.01.23	Вт 04.01.23	Менеджер проєкту
Підготовка опису існуючих рішень	2 дні	Ср 05.01.23	Чт 06.01.23	Менеджер проєкту
Звіт 1 завершений	0 днів	Чт 06.01.23	Чт 06.01.23	
Розробка плану проєкту	8 днів	Пт 07.01.23	Вт 18.01.23	
Формування команди проєкту	1 день	Пт 07.01.23	Пт 07.01.23	Керівник проєкту
Визначення ключових показників проєкту	1 день	Ср 12.01.23	Ср 12.01.23	Керівник проєкту
Розробка та узгодження плану проєкту	2 дні	Чт 13.01.23	Пт 14.01.23	Керівник проєкту
Звіт 2 завершений	0 днів	Пт 14.01.23	Пт 14.01.23	
Реалізація та завершення проєкту	13 днів	Пн 17.01.23	Ср 02.02.23	
Проведення налаштування обладнання	6 днів	Пн 17.01.23	Пн 24.01.23	Виконавець робіт
Проведення навчання користувача	2 днів	Вт 25.01.23	Ср 26.01.23	Виконавець робіт
Перехід в нове робоче середовище	1 день	Пн 24.01.23	Пн 24.01.23	Команда проєкту
Тестування нового сервісу	2 дні	Вт 25.01.23	Ср 26.01.23	Виконавець робіт
Підписання акту про введення в промислову експлуатацію	1 день	Чт 27.01.23	Чт 27.01.23	Менеджер проєкту
Складення звіту та завершення проєкту	1 день	Пт 28.01.23	Пт 28.01.23	Керівник проєкту

Джерело: складено автором

Представимо в (табл. 3.7) віхи проєкту ТОВ «Лайфселл» в рамках критичних завдань.

Таблиця 3.7 – Віхи проєкту впровадження нового цифрового сервісу на ТОВ «Лайфселл»

Результат	Строк	Виконавець
1.Підготовка проєкту.	06.01.23	Менеджер проєкту
2.Розробка плану проєкту.	18.01.23	Керівник проєкту
3.Складання ТЗ	18.01.23	Команда проєкту
4.Запуск та тестування сервісу	24.01.23	Виконавець робіт
5.Введення в експлуатацію.	27.01.23	Менеджер проєкту

Джерело: складено автором

За вищезазначеними віхами можна контролювати терміни, визначати важливі дати та виявляти перешкоди на шляху виконання проєкту. Навіть якщо прибрати всі завдання з хронології проєкту, віхи, як і раніше, будуть давати загальне уявлення про його ключові етапи або стадії. До ресурсів проєкту відносяться трудові ресурси, обладнання, матеріали та кошти. Крім того, вони поділяються на два основні класи: поновлювані, тобто ті, які можуть бути повторно використані на різних операціях проєкту (трудові ресурси, обладнання), та не поновлювані, які на операціях проєкту витрачаються та використовуватися більше не можуть (матеріали). Одним із важливих питань в управлінні проєктами є питання планування потреби у ресурсах. Іноді існує така ситуація, коли підприємства не планують належним чином і не наділяють проєктну команду належними ресурсами, що на кінцевому етапі призводить до негативних результатів.

Тому планування ресурсів має означати визначення того, які ресурси та в якій кількості будуть використані на роботах проєкту. Представимо в табл. 3.7 планування трудових ресурсів проєкту, а у табл. 3.8 витрати на оплату праці.

Таблиця 3.7 – Трудові ресурси проєкту

Посада співробітника	Обов'язки
Керівник проєкту	Керує процесом виконання проєкту
Менеджер	Керує роботою команди проєкту
Команда проєкту	Формує технічне завдання, виконує проєкт

Джерело: складено автором на основі

Оскільки розробляється проєкт, щодо підвищення асортименту цифрових сервісів на підприємстві, який не може об'єктивно покривати постійні фінансові результати, то кошти інвесторів неможливо буде залучити по причині їхньої незацікавленості на етапі впровадження проєкту. Отже, джерелом фінансування виступатимуть власні кошти підприємства, а саме: поточний операційний прибуток.

Таблиця 3.8 – Витрати на оплату праці додаткового персоналу

Посада	Посадовий оклад	Надбавка, премії	Всього
Керівник проєкту	170	60	230
Проєктний менеджер	140	50	190
Команда проєкту	100	30	130
Всього			930
Відрахування на соціальні заходи			204,6
Всього витрати			1134,6

Джерело: складено автором

Найбільшою статтею витрат у даному проєкті є впровадження програмного забезпечення, що представлено в табл.3.9. Вартість обладнання розраховано з урахуванням середньоринкових цін та цін на сайті постачальника комп'ютерного та сервісного обладнання. Представимо в табл. 3.10 інвестиційні витрати на реалізацію впровадження цифрового сервісу «Таргет».

Таблиця 3.9 – Витрати на впровадження цифрового сервісу «Таргет» на ТОВ «Лайфселл»

Назва	Вартість
Термінальне обладнання (робочі станції, стандартне периферійне обладнання, контрольно-вимірювальне обладнання)	387,0
Засоби обробки, передачі та зберігання інформації (сервери, комп'ютери колективного доступу, обладнання локальних та глобальних мереж)	355,0
Допоміжне обладнання (пристрої безперебійного живлення, прилади діагностики та тестування)	168,0
Програмний продукт	189,71
Амортизація обладнання (прямолінійним методом)	165,0
Всього	1264,71

Джерело: складено автором

Таблиця 3.10 – Інвестиційні витрати на реалізацію проекту

Стаття інвестицій	Сума, тис.грн.
Витрати на оплату праці та соціальні відрахування	1134,6
Витрати сторонній організації на впровадження та обслуговування системами автоматизованого проектування разом з обладнанням (САПР)	1010
Програмні продукти	189,71
Амортизація (прямолінійним методом)	165,00
Маркетингові заходи на просування продукту	261,0
Всього	2660,31

Джерело: складено автором

Таким чином, початкові інвестиційні витрати на реалізацію проекту розвитку проектного управління на підприємстві знадобиться 2660,31 тис.грн.

Розрахувати рівень беззбитковості запропонованого проекту майже неможливо, оскільки він залежатиме від ефективності роботи проектною командою.

Якщо розглядати найбільш очікуваний результат – це показник буде досягнутий протягом року після початку впровадження цифрового сервісу.

Щодо очікуваних надходжень від проекту, досить складно точно обчислити економічну ефективність в умовах невизначеності.

Вартість 1 звичайних смс на мобільного оператора складатиме 2 грн, на Телеграм, Viber - 3 грн. В середньому 1 компанія потребує відправки 4500 смс для підвищення її впізнаваності (1000 смс звичайних та 3500 на месенджери). Таким чином, грошовий потік від однієї компанії складе 12500 грн на місяці та 150000 на рік.

Припустимо найбільш реалістичний варіант, що даною послугою в перший рік скористаються 25 компаній. Таким чином, грошовий потік у перший рік складе 2550 тис.грн.

Розрахуємо економічну ефективність запровадження цифрового сервісу «Таргет Лайфсел». WACC розраховується за такою формулою:

$$WACC = Ks * Ws + Kd * Wd * (1 - T) \quad (3.1)$$

де Ks – вартість власного капіталу (%);

W_s – частка власного капіталу (у % за балансом);

K_d – вартість позикового капіталу (%);

W_d - частка позикового капіталу (у % за балансом);

T – ставка податку на прибуток (у %).

Вартість власного капіталу (%) приймаємо на рівні середньої прогнозованої рентабельності активів (ROI) за проектом у розмірі 14,2%. Частка власного капіталу (у % за балансом) дорівнює 47,32 %. Вартість позикового капіталу (%) дорівнює річній процентній ставці за залученими позиковими коштами – 5% за програмою доступні кредити. Частка позикового капіталу (у%) (за балансом) дорівнює 52,68 %.

Ставка податку на прибуток (у%) – 18%.

Підставимо значення у формулу 3.1 і отримаємо:

$$WACC = 14,2\% * 0,47 + 5\% * 0,53 (1-0,18) = 6,674 + 2,173 = 8,85\%$$

Таким чином, ставка дисконтування за проектом приймає на рівні 8,85 %, проте з урахуванням поправок на ризик. Він визначається експертним методом і, відповідно, має суб'єктивний характер.

Таким чином, підприємству притаманні такі ризики: ризик зміни цін на зв'язок, інфляція, постачальники. Як експерт виступив фінансовий директор підприємства. За його даними, ризик впровадження цифрового сервісу для розрахунку ставки дисконту складе 5,15 %.

Таким чином, ставка дисконтування становитиме $8,85+5,15=14$ %.

Для визначення грошового потоку з урахуванням дисконтування множимо очікуваний грошовий потік коефіцієнт дисконтування. Коефіцієнт дисконтування розраховується за такою формулою:

$$K_i = 1 / (1 + E)^t \quad (3.2)$$

$$K_1 = 1 / (1 + 0,14) = 0,8772$$

$$K_2 = 1 / (1 + 0,14)^2 = 0,7695$$

$$K3 = 1 / (1 + 0,14)^3 = 0,6752$$

Таблиця 3.11 – Розрахунок чистої вартості проєкту цифрового сервісу «Таргет Лайфселл»

Показник	Витрати на впровадження КСУП	Надходження		
		2023	2024	2025
Чистий грошовий потік	- 2660,31	2550	2900	3500
Чистий дисконтований грошовий потік		2236,86	2231,55	2363,2
Накопичений чистий дисконтований грошовий потік		-423,45	+1880,1	
Період окупності				1 рік 1 місяць
IRR, %		87,9		

Джерело: складено автором на основі [8]

Таким чином, проєкт є ефективним, а його окупність становить 1 рік та 1 місяць. Проєкти, період окупності яких, становить менше 6 років вважаються ефективними. Крім того, необхідно визначити як реалізація даного проєкту вплине на економічну активність підприємства та на отримання прибутку в цілому від основної діяльності.

Якщо припустити успішну реалізацію запропонованого проєкту, то можна припустити, що буде видно позитивний вплив на діяльність ТОВ «Лайфселл», забезпечиться збільшення обсягів та диверсифікації послуг, що ним виробляються, що у стратегічній перспективі позитивно вплине на фінансові результати підприємства, так як зростуть доходи від реалізації продукції в зв'язку із зростанням кількості клієнтів, а інвестиційна привабливість зросте.

На мій погляд, реалізація проєкту є доцільною, оскільки він повною мірою відповідає програмі зростання інвестиційної привабливості ТОВ «Лайфселл».

В процесі дослідження проведено розрахунки економічної ефективності проєкту, визначено основні грошові надходження та витрати за проєктом,

встановлено, що проєкт є окупим, його доцільно впроваджувати, так як це допоможе підвищити інвестиційну привабливість підприємства.

Також до уваги треба взяти введення нової, та більш сучасної технології 5G, чи як зараз вона називається 4.5G. Наразі існує карта, яка показує покриття 5G по усьому світі, але в Україні таких точок ще не так багато. З появою військового конфлікту на території нашої країни, цей проєкт не може знайти певних засобів для його забезпечення по всій країні.

Але вже існує більш вдосконалена технологія інтернет передачі під назвою 4.5G. 4.5G – це позначення стандарту LTE-Advanced Pro, котрий відноситься до 4-го покоління зв'язку (4G), що забезпечує до 5 разів вищу швидкість завантаження у порівнянні з 3G, та у 2 рази більшу ніж 4G, більшу ємність даних та меншу затримку (пінг). Для надання послуг зв'язку 4-покоління ТОВ «лайфселл» використовує радіобладнання яке відповідає релізам 13 та 14 3GPP, тобто вимогам стандарту LTE-Advanced Pro.

Перевагами є :

1. Перегляд Full HD та 4K відео онлайн без пауз.
2. Завантаження файлів у мережу на високій швидкості.
3. Здійснення відеодзвінків у високій якості Full HD.
4. Вихід в прямі ефіри з якісною онлайн трансляцією без розривів зображень чи пауз.
5. Миттєва реакція сайтів, додатків, ігор на ваші дії

Для користування даною послугою вам потрібно: SIM-карта з підтримкою 4G/LTE (USIM), смартфон з підтримкою щонайменше 4G/LTE, та знаходитись в зоні покриття 4.5G.

На 2024 рік компанія «Лайфселл» планує впровадити технологію 5G якщо буде тендер для його впровадження. Зараз проводяться підготовки регулятором спектру і проведення діалогу з ринком, проводяться чесні та справедливі тендери та аукціони при розподілі радіочастотного спектру для введення 5G, спрощення умов для доступу до об'єктів інфраструктури та землевідводу для розміщення електронних комунікаційних мереж.

Але як каже CEO lifecell: « навіть на 4 та 3G можна зробити багато речей щодо IoT. Для цього не потрібно чекати 5G або 6G. В першу чергу в Україні треба завершити покриття 4G, та покращити якість обслуговування. Зараз я не бачу жодної фабрики, яка могла б використовувати роботів, ні одної лікарні, готової дистанційно проводити операції за допомогою роботів на мережі 5G. Не бачу на дорогах безпілотних автомобілів, яким там необхідно мати 5G. Якщо буде тендер на 5G, звісно, lifecell буде там, щоб його запустити. Але ми маємо розумно використовувати ресурси в нашій країні, особливо в такий час.»

Висновки до розділу 3

У даному розділі було розглянуто та обґрунтовано напрямки підвищення інвестиційної привабливості підприємства. Були виявлені нові напрямки для подальшого розвитку та підвищення інвестиційної привабливості підприємства. Були розглянуті нові технології та фактори, що сприяють на їх підвищення та досліджено доцільність впровадження даних інновацій. Був розроблений ймовірний шлях до підвищення активних користувачів за допомогою сучасних технологій. Також було оцінено економічну ефективність розроблених заходів впливу на інвестиційну привабливість ТОВ «lifecell». Були розглянуті технології 4G, 4.5G, 5G, останній чекає свого часу для реалізації. Так як ситуація у країні не стабільна, то говорити про настільки великі впровадження ще рано.

Враховуючи військовий конфлікт та ситуацію в країні в цілому, можна сказати, що «Lifecell» з усіх сил намагається посилити та вдосконалити покриття як мобільного, так і інтернет зв'язку по всій території України.

Запровадити нові проєкти в такий час не є найбільш прибутковою та, з точки зору інвестування, прибутковою, тому рух компанії зараз сконцентрований саме на реалізації поточних проєктів, стабільності та надійності для усіх користувачів даної мережі.

Для реалізації нових проєктів, на прикладі «Таргет Lifecell», можна зробити висновок, що такий шлях сприятиме саме до збільшення користувачів

та притоку нових людей, для яких дані сервіси будуть найбільш актуальними. Адже зараз, у епоху технологій, коли маркетинг та реклама є невідокремлюваною частиною майже кожного бізнеса, ці нововведення та реалізація усього потенціалу проєкту принесе не лише успіх та фінансовий приріст, так і набуття клієнтури, яка буде на постійній основі використовувати дану послугу.

Отже, маючи у кишені такі проєкти та ресурси для їх реалізації, компанія може з легкістю залучити ще більше інвесторів, реалізувати ще більше та більш глобальні проєкти, які, згодом, можуть зробити компанію «Lifecell» найпопулярнішою серед інших операторів зв'язку в Україні.

ВИСНОВКИ

В процесі дослідження встановлено, що існує значна кількість визначень поняття «інвестиційна привабливість». Узагальнивши їх, сформулювали наступне визначення «інвестиційна привабливість підприємства - це система взаємовідносин між суб'єктами господарювання з метою ефективного ведення бізнесу та розвитку його конкурентних переваг.

Дослідження показали, що інвестиційна привабливість підприємств є головним механізмом щоб залучити інвестиції в економіку.

Інвестиційна привабливість залежить від зовнішніх (рівень розвитку регіону і галузі, розташування даного підприємства) і внутрішніх (діяльність всередині підприємства) факторів. Головним чинником впливу на інвестиційну привабливість підприємства являється інвестиційний ризик (ризик упущеної вигоди чи ризик прямих фінансових втрат). Крім того до факторів, які впливають на інвестиційну привабливість, відносяться наступні: виробничо-технологічні; ресурсні; інституційні; нормативно-правові; інфраструктурні; ділова репутація та інші.

Інвестиційна привабливість з точки зору окремого інвестора визначається різним набором факторів, що мають найбільше значення у виборі того чи іншого об'єкта інвестування.

На сьогоднішній день існує декілька підходів до оцінки інвестиційної привабливості підприємств. Перший базується на показниках фінансово-господарської діяльності підприємства. Другий підхід використовує поняття інвестиційного потенціалу, інвестиційного ризику і методи оцінки інвестиційних проектів. Третій підхід використовується на оцінці вартості підприємства.

Вищезазначені методи мають як переваги, так і недоліки, і чим більше підходів і методів буде використано в процесі оцінки, тим вона буде більш реальною, а підсумкова величина буде об'єктивним відображенням інвестиційної привабливості підприємства.

В роботі було використано перший метод оцінки інвестиційної діяльності підприємства.

Дослідження інвестиційної привабливості здійснювалось на прикладі компанії «Лайфсел». Це український телекомунікаційний оператор, що надає послуги мобільного зв'язку та передачі даних на базі швидкісного інтернету. Компанія пропонує зручні та вигідні тарифи і послуги для користувачів «розумних пристроїв». lifecell належить Turkcell — найбільшому турецькому постачальнику конвергентних телекомунікаційних і технологічних послуг. Акції Turkcell котируються на Нью-Йоркській фондовій біржі (NYSE) та турецькій фондовій біржі Borsa Istanbul (BIST).

В процесі дослідження встановлено, що вартість активів підприємства мала тенденцію до зростання, що свідчить про розширення діяльності підприємства. Активи фінансуються переважно за рахунок залучення позикових коштів. Доходи мали тенденцію до зростання. Чистий прибуток підприємство отримало у 2020-2021 року. Проте, у 2021 році його значення значно зменшилось, що пов'язано з отриманням у 2020 році процентних доходів.

Дослідження фінансового стану підприємства показало, що підприємство має труднощі у погашенні своїх поточних зобов'язань, на підприємстві відсутні власні оборотні активи, воно залежить від кредиторів, а за типом фінансової стійкості належить до типу «кризовий стан».

Оцінка інвестиційної привабливості показала, що на значення інвестиційної привабливості впливає найбільше його платоспроможність. За допомогою таксономічного аналізу встановлено, що підприємство найбільш інвестиційно привабливим було у 2020 році, проте загалом показник інвестиційної привабливості підприємства за досліджуваний період знаходиться на низькому рівні.

За результатами аналізу підприємству запропоновано подальші напрямки розвитку, а саме: техніко-технологічний (розширення технічної бази); маркетинговий (перегляд стратегії просування); Інтелектуально-

кадровий (перегляд програми мотивації); фінансовий (інтенсифікація роботи з кредиторами); інформаційно-комунікаційний (робота з іміджем); організаційний (оновлення інформаційних систем).

Крім того, підприємству запропоновано збільшити прибутковість та як наслідок платоспроможність та інвестиційну привабливість за рахунок наступного: впровадження цифрового сервісу «Таргет Лайфселл», розширення інтернет інструментів маркетингу; впровадження фінансового супермаркетингу, розширення мережі 4G/5G. За допомогою методу Сааті з вищезазначених альтернатив обрано впровадження нового цифрового сервісу «Таргет Лайфселл». Запропоновано проєкт з його впровадження та прораховано його економічну доцільність. В результаті встановлено, що проєкт є дохідним та призведе до зростання прибутку та інвестиційної привабливості.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гуткевич С.О. Формирование инвестиционной привлекательности аграрного сектора экономики: дис. д-ра экон. наук: спец. *Экономика сельского хозяйства*. Киев, 2004. 384 с.
2. Костюк Т.І. Інвестиційна привабливість економіки України: реалії та перспективи. *Вісник Донецького інституту соціальної освіти*. 2005. Т. № 1. С. 48–58
3. Лайко Г.П. Формування інвестиційної привабливості підприємств АПК. К. ННЦ ІАЕ. 2005. 200 с.
4. Сталинская Е. Оценка инвестиционной привлекательности регионов Украины. *Экономист*, 2003, 9. С. 68-69.
5. Алексеенко Л. М. Фінансові аспекти оцінки інвестиційної привабливості підприємства. *Економічний форум*. 2009. № 3. С. 94–102.
6. Федоренко В.Г. Інвестування: підручник. К. Алерта, 2006. 443 с
7. Методика інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємств та організацій, затверджена Наказом Агентства з питань запобігання банкрутству підприємств та організацій “22 від 23.02.1998р. URL: www.zakon.rada.gov.ua.
8. Офіційний сайт компанії lifecell. – URL: http://www.lifecell.ua/uk/pro_lifecell/kompaniia-sogodni/lifecell-sogodni
9. Гурочкіна В.В. Інвестиційне забезпечення розвитку промислових підприємств в економіці емерджентного типу. *Підприємництво та інновації*. Випуск 11-2, 2020. С. 13-22.
10. Євась Т.В., Соколовський В.С. Інвестиційна привабливість підприємства та фактори, що на неї впливають. *Подільський науковий вісник*. 2017. № 2. С. 61—64.
11. Малахова Ю. А., Хобта М. О., Гончар Т. М. : Зарубіжний досвід стимулювання інвестиційної активності підприємств. *Ефективна економіка*. 2021. № 2. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8655>

12. Стеблюк Н.Ф., Опаренко В. В. : Матрична модель оцінки інвестиційної привабливості промислових підприємств. *Вісник економічної науки України*. 2019. № 2. С. 176—178.

13. Янковська В.А., Гончарова Д.О. Основні умови інвестиційної привабливості українських підприємств. *Інфраструктура ринку*. 2019. № 33. С. 335—339.

14. Крамаренко К. М. Інвестиційна привабливість підприємства та методичні підходи до її визначення. *Причорноморські економічні студії*. – 2016. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses_2016_10_22.

15. Соболева Г.Г. Сутність управління інвестиційною привабливістю підприємства. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2018. URL: http://www.easterneuropeebm.in.ua/journal/17_2018/62.pdf.

16. Коренюк П. Концептуальні підходи та методи визначення інвестиційної привабливості національної економіки. *Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. 2018. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/echcenu_2018_2_10.

17. Кривов'язюк І.В. Інвестиційна діяльність підприємства: сутність, методика аналізу та шляхи підвищення її ефективності. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»*. 2018. (31) С. 83-90.

18. Вірянська О.В. Оцінка інвестиційної привабливості. URL: <https://nau.edu.ua/ua/>.

19. Товстенюк О. В. Інвестиційна привабливість як об'єкт діагностики. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Серія «Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку». 2012. № 727. С. 381-386.

20. Яцух О.О. Фінансовий стан підприємства та методика його оцінки. *Гроші, фінанси і кредит*. 2018. URL: http://econ.vernadskyjournals.in.ua/journals/2018/29_68_3/35.pdf.

21. Швець В.Г., Ковтун Н.В. Методичні засади організації

статистичного дослідження інвестиційних процесів Наукові праці НДФІ. – Київ: НДФІ. – 2003. – Випуск 3(22). – С. 185-193.

22. Ковтун Н.В. Використання системного підходу в статистичному дослідженні інвестиційного процесу та інвестиційної діяльності // *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка*. Серія: економіка. – Тернопіль: Видавничий відділ ТНПУ. 2004. № 17. С. 230–235.

23. Указ президента «Про заходи щодо поліпшення інвестиційного клімату в Україні» від 12 липня 2001 року №512/2001(1).

24. Програма розвитку інвестиційної діяльності в Україні на 2002-2010 рр.: Постанова Кабінету Міністрів України від 28 грудня 2001 р. № 1801.

25. Скалюк Р.В., Лоїк О.І. Оцінка інвестиційної привабливості підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2016. № 1. С. 115-122. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2016_1_21.

26. Пруненко Д.О., Грицьков Є.В., Алиреза А. Аналіз теоретико-методичних положень до оцінки інвестиційної привабливості підприємств. *Економічний аналіз*. 2018. Т. 28, № 1. С. 18–22. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecan_2018_28%281%29_4

27. Алексеєнко І.І., Гресь М.С. Узагальнення теоретико-методичних підходів до оцінки інвестиційної привабливості підприємства. *Економіка та суспільство*. Мукачівський держ. ун-т. 2017. № 9. С. 952–956. URL: <http://economyandsociety.in.ua/index.php/journal-9>

28. Рзаєв Г.І., Вакулова В.О. Методичні підходи оцінки інвестиційної привабливості підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2016. № 1. С. 141–149

29. Авдющенко А.С. Визначення результативності діяльності підприємств: роль та підходи. *Держава та регіони*. 2010. №2. С.10–17.

30. ДСТУ ISO 9001–2001. Державний стандарт України. Системи управління якістю. Вимоги. (ISO 9001:2000, IDT). Київ: Держстандарт

України, 2001

31. Коюда В.О., Лепейко Т.І., Коюда О.П. Основи інвестиційного менеджменту: навч. посібник. Київ: Кондор, 2008. 340 с
32. Гриценко М.П. Інвестиційна привабливість підприємства: сутність та методи визначення. *Вісник Сумського національного аграрного університету. Фінанси і кредит*. 2012. № 1. С. 13–21.
33. Нападовська І.В. Теоретичні та методичні аспекти дослідження інвестиційної привабливості України. *Вісник ДонДует*. 2005. № 4(28). С. 55–61.
34. Дука А.П. Теорія та практика інвестиційної діяльності. Інвестування: навч. посібник. Київ: Каравела, 2008. 432 с.
35. Методика інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємств і організацій. *Державний інформ. бюл. про приватизацію*. 1998. № 7. С. 18–28.
36. Смоквіна Г.А. Політика інноваційно-інвестиційного розвитку регіону в умовах ринкових трансформацій: структурний підхід: Монографія // [Г.А. Смоквіна, С.В. Філіппова]; Одеський національний політехнічний університет. Одеса: Букаєв В.В., 2008. 74 с.
37. Кузьмін О.Є., Князь С.В., Тувакова Н.В., Кузнецова А.Я. Інвестиційна та інноваційна діяльність: монографія. Львів: Вид-во ЛБІ НБУ, 2003. 233 с.
38. Захожай В. Статистика інвестиційної діяльності. *Персонал*. 2007. № 8. С. 10-17. URL: <http://personal.in.ua/article.php?id=548>.
39. Усов М. А. Сутність інвестиційної привабливості, як напрям залучення інвестиційних ресурсів. 2018. № 8. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/8_2018/153.pdf
40. Вакалюк В.А. Правове регулювання інвестиційної діяльності в Україні. *Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського Випуск 16*. 2017. URL: <http://global-national.in.ua/archive/16-2017/26.pdf>
41. Marcel D. T. Am. Impact of the Foreign Direct Investment on

Economic growth on the Re-public of Benin. *Financial Markets. Institutions and Risks*. 3(2), P. 69-78. URL: [http://doi.org/10.21272/fmir.3\(2\).69-78.2019](http://doi.org/10.21272/fmir.3(2).69-78.2019).

42. Agnihotri, An. Study of Linkages Between Outward Foreign Direct Investment (OFDI) and Domestic Economic Growth: an Indian Perspective *Financial Markets. Institutions and Risks*. 3(1), P. 43-49. URL: [http://doi.org/10.21272/fmir.3\(1\).43-49.2019](http://doi.org/10.21272/fmir.3(1).43-49.2019).

43. Bhowmik D. Financial Crises and Nexus Between Economic Growth and Foreign Direct Investment. *Financial Markets, Institutions and Risks*, 2(1), P. 58-74. DOI: 10.21272/fmir.2(1). P. 58-74.2018.

44. Pavlyk V. Assessment of green investment impact on the energy efficiency gap of the national economy .*Financial Markets. Institutions and Risks*. 4(1), P. 117-123.

45. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

46. Aslam, M. A. Does the Percentage of Investment Grades Given by Rating Agencies Impact their Market Share. *Financial Markets. Institutions and Risks*. 4(1). P. 5-31.

47. Грицаєнко Г. Інвестиційна привабливість України. *Agricultural and resource economics*. 2017. Vol. 3. № 1. С. 80–93.

48. Кобушко, І.М. Основні напрямки державного регулювання інвестиційного ринку України в умовах глобалізаційних процесів. *Механізм регулювання економіки*. 2015. № 1. С. 22-28.

49. Nguedie, Y. H. N. (2018). Corruption, Investment and Economic Growth in Developing Countries: A Panel Smooth Transition Regression Approach. *SocioEconomic Challenges*. № (1), P. 63-68.

50. Закон України «Про інвестиційну діяльність». URL: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1560-12&print=1>

51. Івахненко В.М. Курс економічного аналізу: навч. посібник. К.: Знання, 2012. 261 с.

52. Ізмайлова К.В. Фінансовий аналіз: навч. посібник. К.: МАУП,

2013. 152 с.

53. Ілясов Г. Г. Як покращити фінансовий стан підприємства *Фінанси*. 2013. № 10. С. 70-73.

54. Коровін А.В. Експрес аналіз фінансового стану підприємства. *КККК*. 2009. № 3. С. 19-25.

