

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ
КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ ТА БІЗНЕС-ТЕХНОЛОГІЙ**

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ
Завідувач випускової кафедри
д.е.н., доцент _____ Оксана ЧУМАК
“ ____ ” _____ 2023 р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
(ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)**

**ВИПУСКНИКА ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ «БАКАЛАВР»
ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ
076 «ПІДПРИЄМНИЦТВО ТА ТОРГІВЛЯ»
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЮ ПРОГРАМОЮ «ПІДПРИЄМНИЦТВО ТА БІЗНЕС-
ТЕХНОЛОГІЙ»**

Тема: «Формування інвестиційної привабливості підприємства»

Виконавець _____ Дмитро ОМЕЛЬЧУК
(підпис)

Керівник: _____ к.е.н., доцент Наталія КРИВИЦЬКА
(підпис)

Нормоконтролер: _____ к.е.н., доцент Людмила ДОЛГОВА
(підпис)

КИЇВ 2023

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет економіки та бізнес-адміністрування

Кафедра економіки та бізнес-технологій

Спеціальність «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

Освітньо-професійна програма «Підприємництво та бізнес-технології»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри

«__» _____ 2023 р.

ЗАВДАННЯ

на виконання кваліфікаційної роботи здобувача

ОМЕЛЬЧУКА Дмитра Андрійовича

(ПІБ випускника в родовому відмінку)

1. Тема кваліфікаційної роботи «Формування інвестиційної привабливості підприємства» затверджена наказом ректора від «26» квітня 2023р. № 589/ст
2. Термін виконання роботи: з «22» травня 2023р. до «25» червня 2023р.
3. Вихідні дані до роботи: Фінансова звітність ПрАТ «ВФ Україна»: форма № 1 Баланс (Звіт про фінансовий стан), форма № 2 Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід), Статут підприємства ПрАТ «ВФ Україна».
4. Зміст пояснювальної записки (перелік питань, що підлягають розробці): Теоретико-методичні аспекти формування інвестиційної привабливості підприємства. Аналіз результатів Олександровича господарської діяльності та інвестиційної привабливості ПрАТ «ВФ Україна». Шляхи підвищення інвестиційної привабливості ПрАТ «ВФ Україна».
5. Перелік обов'язкового графічного (ілюстративного) матеріалу: Сучасні підходи до формування інвестиційної привабливості підприємств. ПрАТ «ВФ Україна». Формування інвестиційної привабливості ПрАТ «ВФ Україна». Заходи щодо підвищення інвестиційної привабливості ПрАТ «ВФ Україна».

6. Календарний план-графік

№ пор.	Завдання	Термін виконання	Підпис керівника
1.	Вступ	04.03.2023- 12.03.2023	
2.	Вивчити теоретичні основи формування інвестиційної привабливості підприємства	13.03.2023- 31.03.2023	
3.	Провести аналітичну оцінку інвестиційної привабливості підприємства ПрАТ «ВФ Україна»	01.04.2023- 30.04.2023	
4.	Розробити і обґрунтувати пропозиції щодо удосконалення інвестиційної привабливості підприємства ПрАТ «ВФ Україна»	01.05.2023- 28.05.2023	
5.	Оформлення пояснювальної записки, графічного матеріалу, подання кваліфікаційної роботи на кафедру, перевірку на плагіат	29.05.2023- 07.06.2023	
6.	Передзахист	08.06.2023	
7.	Рецензування роботи. Оформлення документів до захисту	15.06.2023- 19.06.2023	
8.	Захист кваліфікаційної роботи	22.06.2023	

7. Дата видачі завдання: «04» березня 2023р.

Керівник дипломної роботи _____
(підпис керівника)

Наталія КРИВИЦЬКА
(П.І.Б.)

Завдання прийняв до виконання _____
(підпис випускника)

Дмитро ОМЕЛЬЧУК
(П.І.Б.)

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка до кваліфікаційної роботи Омельчука Дмитра Андрійовича «Формування інвестиційної привабливості підприємства»: 64 сторінок, 9 рисунків, 18 таблиць, 57 використаних джерел.

ІНВЕСТИЦІЇ, ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ, ФІНАНСОВИЙ СТАН, ЕФЕКТИВНІСТЬ, ПІДПРИЄМНИЦЬКА СТРУКТУРА, РОЗВИТОК.

Об'єктом дослідження є процес формування інвестиційної привабливості підприємницьких структур.

Предметом дослідження є теоретичні та прикладні аспекти процесу формування інвестиційної привабливості ПрАТ «ВФ Україна».

Мета кваліфікаційної роботи – обґрунтувати пропозиції щодо удосконалення інвестиційної привабливості ПрАТ «ВФ Україна».

Методи дослідження – комплекс загальнонаукових і спеціальних методів наукового пізнання: діалектичний, аналізу та синтезу (для порівняння різних підходів науковців до тлумачення сутності понять, абстрактно-логічного аналізу (при обґрунтуванні та розробці методичних підходів до оцінки фінансово-інвестиційного потенціалу), а також групування, узагальнення, порівняння, класифікації, методи фінансового та економічного аналізу.

Галузь застосування і ступінь впровадження матеріалів кваліфікаційної роботи – матеріали дослідження можна використовувати будь-якими виробничими підприємницькими структурами.

ЗМІСТ

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	9
1.1. Сутність поняття «інвестиційна привабливість підприємства».....	9
1.2. Фактори, що впливають на інвестиційну привабливість підприємства.....	29
1.3. Шляхи підвищення інвестиційної привабливості підприємства	30

РОЗДІЛ 2.

АНАЛІЗ РЕЗУЛЬТАТІВ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПРАТ «ВОДАФОН УКРАЇНА» ...	36
2.1. Організаційно-економічна характеристика ПрАТ «Водафон Україна».....	36
2.2. Аналіз результатів економічної діяльності ПрАТ «Водафон Україна»	40
2.3. Аналіз інвестиційної привабливості ПрАТ «Водафон Україна»	49

РОЗДІЛ 3.

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПРАТ “ВОДАФОН УКРАЇНА”	52
3.1. Пропозиції щодо підвищення інвестиційної привабливості ПрАТ “Водафон Україна”	52
3.2. Обґрунтування шляхів підвищення інвестиційної привабливості ПрАТ «Водафон Україна»	53
ВИСНОВКИ	55
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	58
ДОДАТКИ.....	64

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ

1. ВР – Верховна Рада;
2. грн. – гривні;
3. див. – дивіться;
4. дод. – додаток;
5. ЗУ – Закон України;
6. КМУ – Кабінет Міністрів України;
7. м. – місто;
8. п. – пункт;
9. ПрАТ – приватне акціонерне товариство;
10. р. – рік;
11. ряд. – рядок;
12. рис. – рисунок;
13. ст. – стаття;
14. табл. – таблиця;
15. тис. – тисяча;
16. ТОВ – Товариство з обмеженою відповідальністю;
17. Ф – форма.

ВСТУП

Актуальність теми. В умовах обмеженості власних ресурсів підприємства потребують грошових надходжень від інвесторів, які слугуватимуть необхідним доповненням до власних ресурсів. Тому на сучасному етапі зростає значення науково-теоретичних досліджень і практичних розробок у сфері формування високої інвестиційної привабливості суб'єкта господарювання.

Нині найбільш розробленим є питання оцінки інвестиційної привабливості регіонів, галузей та окремих інвестиційних проектів. Проте досі немає єдиної теоретико-методологічної бази в галузі дослідження інвестиційної привабливості підприємства, тому немає єдиного трактування визначення поняття «інвестиційна привабливість організації», методів і методик.

Проблеми визначення та підвищення інвестиційної привабливості підприємств вивчали такі вчені як: Алексеєнко Л.М., Аранчій Д.С., Басов М.Г., Бутко М., Гайдуцький А.П., Гончаренко С.А., Гончарук А.Г., Довбня С.Б., Євтушенко С.О., Заїка С.О., Стойчева А., Шумікін С., Яцик А.А. та інші, проте на теперішній час відсутня єдиної загально визнаної методики.

Мета кваліфікаційної роботи – проаналізувати та обґрунтувати пропозиції щодо підвищення інвестиційної привабливості ПрАТ «ВФ Україна».

Для досягнення мети поставлені такі завдання дослідження:

- вивчено економічну сутність поняття «інвестиційна привабливість» підприємства;
- проаналізовано фактори впливу на рівень інвестиційної привабливості;
- складено організаційно-економічну характеристику ПрАТ «ВФ Україна»;
- досліджено особливості господарської та інвестиційної діяльності ПрАТ «ВФ Україна»;
- проаналізовано інвестиційну привабливість ПрАТ «ВФ Україна»;
- запропоновано шляхи покращення інвестиційної привабливості ПрАТ

«ВФ Україна».

Об'єктом дослідження є процес формування інвестиційної привабливості підприємницьких структур.

Предметом дослідження є теоретичні і прикладні аспекти процесу формування інвестиційної привабливості ПрАТ «ВФ Україна».

Методи дослідження. Для досягнення мети кваліфікаційної роботи використано такі методи дослідження: горизонтальний та вертикальний аналіз форм фінансової звітності, фінансовий аналіз показників рентабельності, ліквідності, платоспроможності та інших факторів, що впливають на інвестиційну привабливість компанії; порівняльний аналіз позиції ПрАТ «Водафон Україна» на ринку мобільного зв'язку в Україні з його основними конкурентами; SWOT-аналіз сильних та слабких сторін компанії, можливостей та загроз для її діяльності; оцінка перспектив розвитку ПрАТ «Водафон Україна» в умовах зміни технологічного середовища та споживчих вподобань.

Інформаційною базою дослідження є законодавчі та нормативні акти Верховної Ради України, Президента України, Кабінету Міністрів України, відкрита інформація Державної служби статистики України, монографії та наукові статті з проблем визначення та підвищення інвестиційної привабливості підприємницьких структур.

Апробація результатів кваліфікаційної роботи. Результати дослідження було апробовано на Міжнародній науково-практичній конференції «Проблеми та перспективи підприємницьких структур за умов нестійких процесів розвитку економіки, 6 квітня 2023 р. Київ, Україна.

Публікації. Основні результати кваліфікаційної роботи опубліковано у 1 науковій праці, загальним обсягом 0,2 друк. арк.

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Сутність поняття «інвестиційна привабливість підприємства»

Сутність поняття «інвестиційна привабливість підприємства» є темою, яка широко обговорюється науковцями та практиками в галузі економіки та фінансів, проте немає чіткого та вичерпного визначення цього поняття, а також його основних ознак і факторів.

На думку [18] інвестиційна привабливість підприємства є багатоінтегральною характеристикою підприємства. Це економічна категорія, яка характеризується комплексом фінансових, економічних, соціальних, інформаційних, технічних, організаційних та інших показників, які необхідно враховувати перед прийняттям інвестиційного рішення. Іншими словами, інвестиційна привабливість відображає ступінь привабливості підприємства для потенційних інвесторів, виходячи з його поточних показників і майбутнього потенціалу.

Однак інвестиційна привабливість не є статичним чи універсальним поняттям. Він може змінюватись залежно від позиції суб'єктів оцінки, типу інвестора, часового горизонту, підходу до оцінки та мети оцінки. Наприклад, внутрішній інвестор може мати інші критерії та очікування, ніж іноземний інвестор. Подібним чином короткостроковий інвестор може більше зосереджуватися на ліквідності та прибутковості, ніж довгостроковий інвестор, який цінує стабільність і зростання, тому важливо використовувати відповідні методи та інструменти для оцінки інвестиційної привабливості компаній. Існує два основних типи методів: експертна оцінка та статистичне моделювання. Експертна оцінка ґрунтується на думках і судженнях експертів, які мають знання та досвід в інвестиційній сфері [10].

Статистичні моделі використовують математичні формули та алгоритми

для обробки кількісних даних і отримання об'єктивних показників привабливості інвестицій.

Обидва методи мають свої переваги та недоліки. Експертна думка може враховувати якісні аспекти та суб'єктивні фактори, які можуть бути не відображені в числових даних. Однак на них також можуть впливати особисті упередження, уподобання та емоції [11].

Статистичні моделі можуть забезпечити більш точні та узгоджені результати, засновані на емпіричних даних. Однак статистичні моделі також можуть ігнорувати важливі нюанси та складнощі, які можуть вплинути на інвестиційні рішення.

Комплексна оцінка інвестиційної привабливості компанії вимагає поєднання обох методів і враховує особливості та обставини кожного конкретного випадку. Комплексна оцінка може також оцінити продуктивність і перспективи поточної та майбутньої діяльності на основі визначення ринкової або інвестиційної вартості бізнесу. Вплив та ефективність інвестиційних проектів можна виміряти, порівнюючи та оцінюючи вартість бізнесу до і після інвестування.

Інвестиційна привабливість важлива для інвесторів, так як аналіз підприємства та його інвестиційної привабливості дозволяє звести ризик неправильного вкладення коштів до мінімуму.

Для визначення методики оцінки інвестиційної привабливості підприємства необхідно враховувати все можливе поле факторів, що впливають на його інвестиційну привабливість [5].

Сукупність кількісних і якісних факторів інвестиційної привабливості підприємства наведено в табл.1.1.

Підсумкова оцінка враховує всі найважливіші параметри (показники) фінансово-господарської та виробничої діяльності підприємства, тобто його загальну економічну активність. Вона ґрунтується на інформації про виробничі потужності підприємства, рентабельність його продукції, ефективність

використання виробничих і фінансових ресурсів, стан і розподіл коштів, їхні джерела тощо.

Таблиця 1.1

Фактори інвестиційної привабливості підприємства

Фінансовий стан	Ринкове оточення	Корпоративне управління
Коефіцієнт співвідношення позикових і власних коштів	Інвестиційний клімат регіону, в якому знаходиться підприємство	Інвестиційний клімат регіону, в якому знаходиться підприємство
Коефіцієнт поточної ліквідності	Інвестиційна привабливість галузі, до якої належить підприємство	Частка державної власності в статутному капіталі товариства
Коефіцієнт оборотності активів	Географічний ринок збуту продукції	Частка акцій у вільному обігу на вторинному ринку
	Стадія життєвого циклу основного виду продукції	Розмір винагороди членам ради директорів
Рентабельність власного капіталу по чистому прибутку	Ступінь конкуренції на товарному ринку	Фінансова прозорість і розкриття інформації
Рентабельність продажів по чистому прибутку	Екологічне навантаження на природне середовище	Дотримання прав дрібних акціонерів з управління підприємством
	Розвиток транспортної інфраструктури	Дивідендні виплати за останній фінансовий рік

Джерело: складено на основі [23]

Якщо інвестор має справу з безліччю різних показників і йому необхідно об'єднати їх в одну значиму групу, виникає необхідність оцінити інвестиційну привабливість компанії на основі факторів. При цьому робота ведеться не тільки над кожним показником, а й над більшими групами факторів.

Показники фінансової звітності іноді є найбільш важливими під час аналізу привабливості компанії інвесторами та акціонерами. Для стратегічних інвесторів найбільш підходящим є вартісний підхід, який вимагає додавання до фінансової звітності великої кількості зовнішньої і внутрішньої інформації та факторів вартості [20].

Інформація, що узагальнює метод оцінки інвестиційної привабливості за джерелами вхідної інформації (зовнішньої та внутрішньої), дала змогу оцінити сферу застосування, яку може бути використано для оцінки інвестиційної

привабливості компаній з різними організаційно-правовими формами (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

Зіставлення методів оцінки інвестиційної привабливості підприємств

Ознака	Рейтингова оцінка	Факторна оцінка	«Бухгалтерська» оцінка	Вартісна оцінка
Складність	низька	середня	середня	вище середньої
Охват показників	широкий	широкий	узкий	широкий
Суб'єктивізм	середній	середній	низький	низький
Експерти	є	залучаються	немає	немає
Домінуюча інформація	статистична звітність	статистична звітність	інформація, формована за стандартами обліку	інформація, що враховує інвестиційну вартість грошових коштів і ризику їх отримання
Вид результату оцінки	рейтингова оцінка, ранг	інтегральний показник, ранг	відсутність єдиного показника інвестиційної привабливості	вартість господарюючого суб'єкта
Основні переваги	простота, наочність, досвід використання, облік ретроспективи	кількісна порівняльна оцінка, комплексність	облік ретроспективи, великий досвід використання, контроль над поточними операціями	облік інвестиційної вартості грошей, облік в оцінці ризиків інвестування, облік управлінської гнучкості
Основні недоліки	відсутність порівняльної оцінки, що дозволяє оцінити «вагу» об'єкта	необхідність більшої сукупності знань про об'єкт	недосконалість систем бухгалтерського обліку, неможливість оцінити вигоду прийнятих рішень, що упускається	складність адаптації методик, сформульованих для досконалого та ефективного ринків
Область застосування	оперативна і тактична оцінка для короткострокового вибору			оцінка для цілей прогнозування та стратегічного управління

Джерело: [16]

Таким чином, під час оцінювання інвестиційної привабливості компанії необхідно розглянути та проаналізувати такі параметри (показники): привабливість продукції компанії, людські ресурси, інновації, фінансова, регіональна та соціальна привабливість [7].

Аналіз привабливості продукції підприємства для будь-якого інвестора – це її конкурентоспроможність на внутрішньому і зовнішньому ринку. Конкурентоспроможність продукції багатоаспектний показник, складається з таких чинників: аналіз рівня якості продукції – її відповідність вітчизняним і

міжнародним стандартам, наявність міжнародних сертифікатів якості продукції, надійність, довговічність, відповідність моді та ін.; аналіз рівня цін на продукцію, його співвіднесення з цінами конкурентів і цінами на товари-замінники; аналіз рівня диверсифікації, тобто багатoproфільності організації, її здатність виживати в умовах різної рентабельності продукції, що виробляється.

Узагальнюючим показником аналізу конкурентоспроможності продукції та її інвестиційної привабливості є ціна. Вона формується під впливом попиту та пропозиції і може побічно виражати конкурентоспроможність шляхом їх зіставлення.

Аналіз кадрової привабливості підприємства характеризується трьома складовими [35]:

- діловими якостями керівника і його «команди»;
- якістю «кадрового ядра» (працівників вищої кваліфікації);
- якістю персоналу в цілому.

Аналіз інноваційної привабливості підприємства – це ефект від середньострокових і довгострокових інвестицій в нововведення на підприємстві. При аналізі інноваційної привабливості підприємства враховується наявність [44]:

- стратегії технічного розвитку виробництва, як основи всіх інших інновацій;
- програми інвестування виробництва з різних джерел.

Оцінювання інвестиційної привабливості компанії є дійсно важливим кроком у діяльності компаній, зацікавлених в ефективному інвестуванні. Привабливість компанії як об'єкта інвестування є результатом комплексу діагностичних та оціночних заходів, проведених після відбору компаній у довгому списку галузей, що цікавлять аналітиків. Кожен інвестор задається питанням, якими критеріями інвестиційної привабливості йому слід керуватися, щоб не помилитися при виборі об'єкта. І в першу чергу слід звернути увагу на поточний етап життєвого циклу компанії як діагностичний критерій.

Відомий фахівець з теорії життєвого циклу (ЖЦ) корпорації Іцхак

Кальдерон Адізес спостерігає дві основні фази життєвого циклу: ріст і старіння. У фазі росту нас більше цікавлять такі етапи, як «роди-роди», «дитинство-дитинство», «юність», «раннє цвітіння» і «пізнє цвітіння». Стадії старіння – «занепад», «аристократизм» набагато менш цікаві, оскільки інвестування на цій фазі вже є менш привабливим, якщо тільки фази «занепаду» або «аристократії» не передують початку нового, сильнішого циклу з супутньою організаційною та технологічною реструктуризацією підприємства. Фаза «дитинства» дуже ризикована для інвестицій, оскільки поки неясно, як розвиватимуться події. На стадії стабілізації інвестор повинен переконатися, що підприємство забезпечить високий рівень виробництва і реалізації продукції при збереженні високої рентабельності основної групи товарів і послуг.

Для визначення поточної фази життєвого циклу компанії існують різні методи. Перш за все, необхідно зібрати показники діяльності компанії, бажано за останні п'ять років з поквартальною розбивкою, і проаналізувати їх динаміку за такими аналітичними частинами [20]:

- обсяг реалізації продукції;
- валюта активу балансу;
- власний капітал компанії;
- ЕВІТ, ЕВІТДА, чистий нерозподілений прибуток.

Аналіз інвестиційної привабливості організації за фактором життєвого циклу слід починати з фінансово-аналітичного дослідження за методом SOFIA. Метод передбачає вивчення того, як компанія приймає важливі фінансові рішення. Оцінка прийняття стратегічних рішень містить заходи, які також є методами оцінки інвестиційної привабливості. Вони включають наступні аналітичні розрізи [29].

Економічна додана вартість EVA. Якщо значення EVA систематично показує позитивну динаміку, це означає, що ринкова вартість компанії зростає вище балансової вартості чистих активів. Тому інвестиційна привабливість компанії висока.

Ринкова вартість підприємства визначається одним із доступних методів. Для інвестора перевага надається доходному методу (з точки зору можливого продажу бізнесу) та аналоговій оцінці.

Моделі сталого зростання (розвитку) VCG. Цей метод передбачає аналіз узгодженості між тотожностями темпів зростання та збільшенням доходу, прибутку, активів, власного капіталу та боргів компанії. Найбільш виражена та синхронна динаміка показників характерна для фаз «Молодість» та «Раннє цвітіння», що робить їх особливо привабливими для інвестування.

Матриця фінансових стратегічних моделей. Обрана фінансова стратегія компанії служить інвестору непрямим індикатором сформованого тренду, наскільки вдало обрано напрямок у двофакторній матриці результатів господарсько-фінансової діяльності. Зона успіху відноситься до напрямку створення ліквідних активів, а зона дефіциту - до їх споживання.

Модель DuPont. Цій аналітичній моделі більше ста років. Існують двофакторні і трифакторні моделі DuPont. Вони засновані на детальному аналізі прибутковості активів компанії.

Фактори інвестиційної привабливості присутні не тільки в обраній фінансовій стратегії компанії. Важливе значення має діюча система оперативного фінансового планування (рішення типу «О»). Не менш важливою для інвестора, який розглядає бізнес для інвестування, є сфера регулярного управління в сфері фінансів. Під ним ми розуміємо систему бюджетного управління та систему нормування [10].

Оцінка інвестиційної привабливості підприємства базується на аналізі комплексу існуючих політик у сфері бухгалтерського обліку, управління витратами, оборотними коштами та дебіторською заборгованістю (рішення типу «F»), інвестиційної політики підприємства (рішення щодо тип «I»). Сучасний рівень розвитку аналітичних технологій у фінансовому секторі також є певним «маяком» інвестиційної безпеки (рішення типу «A»).

Існуюча архітектура фінансового менеджменту компанії за методологією SOFIA дозволяє визначити стадію життєвого циклу та отримати повну

інформацію про прибутковість і перспективність інвестицій. Крім фінансового аспекту, діагностика організаційної поведінки в компанії також корисна для розуміння моменту розвитку компанії.

Інвестиційна привабливість бізнес-об'єкта оцінюється протягом декількох ітерацій з різних точок зору. Необхідно, щоб обидві сторони процесу оцінки переговорів розуміли, що лише певна відкритість у дотриманні умов інформаційної безпеки може призвести до спільного успіху у зборі коштів. Інвестор повинен довести власникам і керівництву компанії, що вони не становлять конкурентної загрози, діючи у власних бізнес-інтересах. Ініціатор інвестування компанією повинен усвідомлювати, що необхідно буде виявити основні аспекти результатів діяльності та системи управління [12].

Показники прибутковості, ліквідності, фінансової стійкості, оборотності активів служать основою для цілеспрямованого аналізу підприємства як потенційного об'єкта інвестування. На основі цих показників оцінюється інвестиційна привабливість підприємства з точки зору інвестиційних можливостей вкладень в основний капітал або портфельних інвестицій. Нижче наведено склад показників, використаних в аналізі, зведених у три групи.

Аналіз інвестиційної привабливості підприємства можна провести шляхом порівняння розрахункових значень із нормативним (нормативним) рівнем показника в середньому по галузі, з рівнем попередніх звітних періодів даного підприємства та знайдених значень провідних гравців у галузі та на території конкурентів. Для аналізу знадобляться результати конкурентної розвідки, інформація центральних і регіональних управлінь Росстату (в середньогалузевому розрізі) і форми звітності за минулі періоди підприємства.

Інвестиційна привабливість підприємства за першою групою показників дозволяє інвестиційному аналітику визначити потенціал захисту інвестора від вимог зовнішніх зобов'язань за рахунок джерел власних ресурсів. Друга група показує здатність підприємства покривати короткострокові зобов'язання за рахунок короткої та ліквідної бази активів. При цьому загальний коефіцієнт покриття є оптимальним у межах значення показника 2-2,5, а середній

коефіцієнт знаходиться на рівні 0,8 [27].

Грошові кошти є найбільш ліквідною частиною активів. Враховуючи цю обставину, показники абсолютної ліквідності є надзвичайно важливими як для інвесторів, так і для постачальників. Найбільш сприятливим вважається варіант, коли цей показник перевищує значення 0,5, а оптимальним його значенням є 0,25. Окремою аналітичною одиницею оцінки привабливості підприємства є різні види рентабельності. Нормативні значення сильно варіюють по галузях, в залежності від сезонності і, як уже зазначалося, від стадії життєвого циклу [6].

Досить часто потенційного інвестора цікавить не тільки рівень компанії в цілому. Інвестиційних аналітиків також може цікавити інвестиційна привабливість проекту як локального інвестиційного завдання. У попередніх розділах наголошувалося на фінансовому аналізі як на ключовому інструменті у виборі об'єктів капіталовкладень. Це дійсно найефективніший спосіб вирішення проблеми пошуку та відбору. Дані, якщо вони відкриті та надійні, забезпечують прямий доступ до прогнозу успіху інвестицій.

При цьому фінансовий аналіз повинен бути підтверджений непрямими методами та методиками, без яких оцінка інвестиційної привабливості компанії та місцевих проектів не є повністю повною. Крім згаданої вище діагностики організаційної поведінки в компанії, доцільно з'ясувати тип поточної організаційної культури. Певною мірою вказує на стадію життєвого циклу та рівень розвитку менеджменту в компанії, відображає поточну парадигму управління.

Надійність і конкурентоспроможність підприємства як об'єкта інвестування підтверджує рівень розвитку систем менеджменту на основі управління якістю. Стандарти ISO різних серій, починаючи з 9000 року, у багатьох країнах вважаються одним із найефективніших інструментів непрямого оцінювання. Сам факт сертифікації за стандартами якості підвищує привабливість компанії з точки зору інвестиційних можливостей завдяки [33]:

–прозора та прописана модель регламентованих бізнес-процесів у

компанії, яка дає підтримку інвестору в подальшому контролі благополуччя процесу;

- впровадження електронних форм документаційного забезпечення управління;

- отримання можливостей виходу на міжнародні ринки на основі чітких і загальноприйнятих процедур і стандартів;

- зрозуміла мова та формат внутрішньої комунікації компанії, плани та звітність, прийняті працівниками компанії та представниками інвестора;

- виробничі витрати, які отримують перспективу оптимізації разом із практиками оптимізації процесів через функціональний аналіз витрат і реінжиніринг бізнес-процесів.

В інвестиційному процесі беруть участь як мінімум дві сторони. Сторона, яка дає гроші для здійснення капітальних вкладень, називається інвестором і очікує відповідного прибутку. Інша сторона ініціює інвестиційний проект, він повинен бути підкріплений фінансовими засобами, якщо її власного капіталу недостатньо.

Для того, щоб компанія добре розвивалася, їй необхідно залучати зовнішній капітал. А оскільки кожного інвестора цікавить прибутковість його вкладення, необхідний ретельний розрахунок прибутковості та ризиків. Він намагається мінімізувати ймовірність збитків, тому оцінює ефективність вкладень у проект, тобто враховує інвестиційну привабливість компанії [11].

Поняття інвестиційної привабливості підприємства включає сукупність показників ефективності, які відображають прибутковість грошових вкладень у розвиток підприємства. Головний показник – передбачуваний і стабільний дохід. А бізнес-план має бути чітко сформульований і продуманий, враховано багато нюансів, наведені фінансові показники, тоді є велика ймовірність, що саме вашій компанії віддадуть перевагу у великій конкуренції для подальшого спонсорства.

Оцінка інвестиційної привабливості підприємства необхідна для фінансування або кредитування регіональних завдань або перспективної галузі

різними корпораціями або іноземним банківським капіталом. Однак самого терміну «інвестиційна привабливість» в економічній науці не існує, він абстрактний, хоча має велику базу знань і методологію. Насправді для банку і для приватного капіталу потрібні зовсім інші показники. Так, для банків в першу чергу враховується показник прибутковості та платоспроможності, а після погашення суми та сплати відсотків додатковий прибуток практично не використовується, для акціонера – повернення в сукупний дохід активів від так званої більш важлива активна та системна робота компанії.

Ще одна відмінність – передбачувана сума інвестицій. Враховуються чиста приведена вартість (NPV) і внутрішня норма прибутку (IRR). І в залежності від точки зору, якщо є фіксована сума інвестицій, то береться показник NPV, а якщо плануються довгострокові і динамічно змінюються інвестиції, то враховується IRR.

При визначенні економічного стану враховуються фінансові показники, які складаються з [15]:

- ліквідність, яка показує швидкість, з якою компанія може перетворити власні активи в гроші в разі необхідності;

- стан активів - загальна частка грошей в обігу та поза ним на підприємстві;

- ділова активність (описує всі процеси, від яких компанія отримує прибуток);

- фінансова залежність - наскільки функціонування підприємства залежить від зовнішніх інвестицій і чи буде воно функціонувати без додаткового фінансування;

- прибутковість. Цей показник відображає здатність підприємства правильно використовувати свої можливості та ресурси.

Процес оцінки інвестиційної привабливості підприємства обов'язково повинен включати чисельність працівників, ресурсну забезпеченість, конкурентоспроможність продукції, рівень завантаження виробництва, природний знос обладнання, розподіл коштів, які мають бути розподілені до

виробничих і основних, а також ряду інших показників.

Оцінюючи інвестиційну привабливість компанії, необхідно також враховувати ризикованість. Це може проявлятися зниженням доходів, посиленням конкуренції, втратою ліквідності, невиконаними зобов'язаннями, зміною цінових варіантів.

Інвестиційна політика, як вважають багато провідних економістів, повинна формуватися на чужому прикладі. Це дає можливість розрахувати необхідний рівень інвестицій для реалізації проекту з метою отримання очікуваного доходу, який задовольнить обидві сторони [30].

Однак інвестиційна привабливість розраховується не тільки для компаній, а й для цілих галузей і регіонів країн. Щоб не плутати терміни, зроблено градацію на макро-, мікро- та мезорівні. Макрорівень – країна в цілому, мезорівень – окремий регіон, мікрорівень – цільова компанія. З кожним поділом характеристики інвестиційної привабливості змінюються, тому інвестор повинен розділити їх і побачити як позитивні, так і негативні сторони.

Фактори впливу на інвестиційну привабливість підприємства умовно поділяють на внутрішні та зовнішні. Що стосується зовнішніх факторів, то результат безпосередньо не залежить від роботи підприємства. Це може бути інвестиційна привабливість території (країни або регіону), економічна та політична ситуація, рівень корупції, інфраструктура, розмір людського потенціалу. Інвестиційну привабливість зазвичай оцінюють великі рейтингові агентства, такі як Експерт РА, Standard & Poor's, Moody's.

У меншому масштабі фактори оцінюються для окремих галузей. Оцінка інвестиційної привабливості базується на [21]:

- рівень конкуренції в галузі;
- поточні розробки;
- динаміка і структура інвестиційних вкладень;
- поточний етап розвитку.

Це дуже важливий етап аналізу, адже саме в цей момент враховуються основні показники, темпи зростання цін на продукцію та обсяги виробництва,

стан галузі, інноваційні рішення та науково-дослідна база.

Внутрішні фактори знаходяться під прямим впливом господарської діяльності підприємства і є основним важелем в оцінці інвестиційної привабливості. Ми можемо розділити їх на п'ять пунктів:

Фінансовий стан підприємства оцінюється [19]:

- співвідношенням залучених і власних коштів;
- показник поточної ліквідності;
- показники оборотності активів;
- рентабельність продажів на основі чистого прибутку;
- власний капітал на основі чистого прибутку.

Конкретний цикл розвитку визначається багаторазовим аналізом обсягів виробництва, загальної кількості активів, величини власного капіталу та аналізу попередніх років. Через ці зміни робиться висновок про поточний розвиток. Підприємства мають найвищі показники в молодості та ранній зрілості, припиняючись у повній зрілості та знижуючись до старості. При оцінці інвестиційної привабливості компанії проводиться ретельний аналіз фінансової складової діяльності. Приблизно розраховується рентабельність інвестицій і прибутковість, визначаються найбільш небезпечні фінансові ризики.

Оцінка фінансової успішності проходить через аналіз зведених показників, які показують її ефективність у відповідності з іншими цілями, до яких входить інвестиційне вливання. Для розвитку компанії необхідний єдиний погляд на тактичне та стратегічне планування, а найважливішим показником є аналіз [26]:

- оборотність активів;
- показники рентабельності капіталу;
- фінансова стабільність;
- ліквідність активів.

Ефективність інвестування в основному визначається швидкістю

обертання інвестованого майна при роботі в компанії. На це впливає багато зовнішніх факторів, включаючи ефективний маркетинговий, фінансовий і виробничий стратегічний план.

Оцінка оборотності активів виражається такими показниками.

1. Показник оборотності всіх використаних активів. Він розраховується через відношення обсягу реалізації його продукції, товарів або послуг до середньої вартості активів. Ці показники беруться за один період за середнім арифметичним або середньозваженим арифметичним.

2. Показник оборотності конкретних активів. Приймається відношення обсягу реалізованих товарів чи послуг до середньої вартості оборотних активів.

3. Час обороту. Розрахунок ведеться за окремим періодом (зазвичай береться один календарний рік).

4. Тривалість. Період 90 днів до попередньо розрахованого обороту оборотних коштів.

Якщо спостерігається динамічний спад, то це призводить до більш тривалого повернення обороту та показує негативне значення розвитку, а отже, є додатковим джерелом іноземних ресурсів. Необхідний рівень додаткових інвестицій розраховується множенням обсягу реалізованої продукції на час обороту в поточному і минулому періодах і діленням на кількість днів.

Як уже зазначалося, основною метою інвестування є досягнення максимальної прибутковості коштів у процесі їх використання. Використовуються певні показники, щоб показати всі можливості прибутку субсидованого підприємства по відношенню до інвестованих коштів [13]:

1. Рентабельність усіх використовуваних активів. Сума прибутку мінус будь-які податки, сплачені на середню суму використаних активів.

2. Рентабельність оборотних активів. Загальний чистий дохід до середньої суми оборотних активів.

3. Рентабельність основних засобів. Чистий прибуток до середньої оцінки основних засобів.

4. Прибуток від продажу.

5. Чистий дохід від реалізації.

6. Балансовий прибуток, який досягнутий до сплати податків і позик, і різниця між сумами використаних і нематеріальних активів.

7. Власна прибутковість капіталу. Сума чистого прибутку до суми власного капіталу. Цей предмет розкриває здатність маніпулювати вашим капіталом по відношенню до загальної суми.

Фінансова стабільність.

Її аналіз дає змогу врахувати ризики структурного формування інвестиційних ресурсів та визначити найбільш прийнятний характер фінансування. Використовуються такі показники:

1. Коефіцієнт автономності. Розраховується залежно від величини власного капіталу від усіх використаних активів. Він відображає ступінь участі його активів в обсязі спільного створення.

2. Співвідношення позикових і власних коштів.

3. Коефіцієнт довгострокової заборгованості. Сума боргу більше року до суми всіх активів.

Ліквідність активів – це здатність бізнесу своїми активами погасити короткострокові зобов'язання, уникнувши тим самим банкрутства. Цей показник є страхуванням ризику на випадок невиконання вимог протягом короткого періоду. Основою може бути звичайна ліквідність, розрахована як відношення суми активів до боргу. Тут також застосовуються кілька показників [5]:

1. Абсолютна ліквідність. Сума коштів та інвестицій до загального боргу.

2. Короткострокова ліквідність. Сума коштів і вкладень з дебіторською заборгованістю до суми загальної заборгованості.

3. Оборотність дебіторської заборгованості. Обсяг реалізованої продукції з подальшою оплатою до середньої суми дебіторської заборгованості.

4. Період оборотності дебіторської заборгованості. Кількість днів у відведеному для обороту періоді.

На даний час відсутня об'єктивна оцінка інвестиційної привабливості

підприємства, або через її недостатню вивченість, або через відсутність робочої методики, в якій був би описаний загальний перелік показників, і можна було б чітко вирішити проблему. Ті, що існують зараз, враховують інші дані, інший процес обробки та аналізу результатів [38].

Дослідимо існуючі методи оцінки інвестиційної привабливості підприємства, при цьому в основу буде покладено стабільний розвиток підприємства в майбутньому, стійкість до коливань і впливу зовнішніх факторів на роботу.

1. Регулятивний метод.

Це може бути будь-який комплект документів, встановлений на державному ринку, а також звітна документація. Існують певні методичні рекомендації щодо визначення ефективності проекту, але, на жаль, у нашій країні цей вид малорозвинений і не має тенденції до розвитку найближчим часом. У літературі з цього питання існує перелік показників визначення ефективності інвестицій. Зазвичай цей метод використовується після банкрутства, тому він погано працює при розрахунку привабливості компанії.

2. Метод дисконтованих грошових потоків.

Існує припущення, що інвестована сума заснована на розрахунку прогнозів доходу, що дозволяє заздалегідь розрахувати вигоду. Очікувана прибутковість розраховується шляхом дисконтування за ставкою, що відображає ризик. Таким чином, можна розрахувати суму, необхідну для реалізації ідеї, її реальність і потреби конкретного бізнесу. Цей метод найчастіше використовується для неправильного розрахунку та відбору претендентів на інвестиції, оскільки дозволяє швидко визначити потенціал розвитку. Єдиним мінусом є швидкоплинний прогноз, який може швидко застаріти через зміни попиту, законодавства, бази оподаткування або зростання цін.

3. Метод аналізу на основі зовнішніх і внутрішніх факторів

Такий підхід дозволяє ґрунтовно розібратися в питанні, але при виявленні факторів та їх аналізі (бальної оцінці) на перший план часто виходить

суб'єктивне рішення експерта, прийняте на основі анкет та опитувань, що іноді значно знижує точність оцінки.

4. Семифакторна модель оцінки інвестиційної привабливості.

Інша ефективна методика оцінки інвестиційної привабливості компанії включає сім великих балів, основою яких є рентабельність активів, оскільки це основний критерій привабливості, за яким склад, структура, якість та ефективність використання ресурси можна оцінити [29].

Аналіз таких залежностей дає змогу зрозуміти результуючу динаміку. І остаточний висновок простий: вища рентабельність – вища ефективність, а отже, привабливість для інвесторів. Підсумкова оцінка є інтегрально індексованою, отриманою шляхом перемноження розрахованих параметрів. Однак ці розрахунки охоплюють лише внутрішні, хоч і з високою математичною точністю, чисельні показники успішності. Значно багатограннішим і ширшим у деяких фінансових розрахунках є термін «інвестиційна привабливість підприємства».

Коли створюється список привабливих компаній, вони сортуються в порядку спадання. Остаточна оцінка інвестиційної привабливості компанії отримується на основі комплексної вибірки показників ефективності та загального статусу доходів кожного з них. Серед факторів, що впливають на результат, можна виділити характер кредитування, де необхідно збільшити вагу показників ліквідності, платоспроможності порівняно з рентабельністю та власним капіталом, а також межу терміну окупності, оскільки зі збільшенням у періоді загальна норма прибутку також зростає порівняно з поточним, а при зменшенні строку на перший план виходить ліквідність.

5. Інтегральна оцінка інвестиційної привабливості за внутрішніми показниками

При цьому варіанті враховуються відносно внутрішні показники, які створюються в п'ять етапів [21].

- показник ефективності використання основних і оборотних коштів,
- фінансовий стан компанії,

- як використовуються трудові ресурси,
- що таке інвестиційна діяльність,
- наскільки ефективно ведеться бізнес.

Для кожного проводиться розрахунок для отримання інтегральних показників. Остаточна оцінка інвестиційної привабливості компанії виходить за останніми 2-ма етапами [40]:

На першому етапі беруться всі показники і розраховується їх вагомість, потім розробляються потенційні можливості на весь період функціонування компанії, і підсумком першого етапу є виведення комплексної оцінки по кожному показнику.

Другий етап – розрахунок результуючого інтегрального показника, який служить оцінкою інвестиційної привабливості.

Об'єктивна оцінка інвестиційної привабливості підприємства є основною перевагою цього методу, оскільки результатом є одні дані на основі великого обсягу роботи, які дуже легко інтерпретувати. Недоліком є відірваність від зовнішніх показників, оскільки враховуються тільки внутрішні.

6. Комплексна оцінка інвестиційної привабливості підприємства

Методологія оцінки інвестиційної привабливості фактично є аналізом усіх сфер діяльності компанії та зведенням отриманих показників у загальний результат. Він містить 3 розділи: загальний, спеціальний, контрольний.

Загальна частина: оцінка стратегічної діяльності та її ефективності, аналіз акціонерів, менеджменту, ступеня впливу основних покупців і постачальників, вивчення позиції компанії на ринку, її репутації. Для кожного фактора, за винятком стратегічної ефективності, дані оцінки виражені в балах для простоти. Стратегічна діяльність оцінюється за динамікою фінансово-економічних показників організації.

Особлива частина: тут оцінюється ефективність підприємства в цілому; рівномірність економічного розвитку; інноваційна, фінансова, операційна діяльність; параметри прибутку. Цей етап поділяється на [45]:

- створення динамічної матриці на основі індексів основних показників:

кінцевого (результат діяльності), проміжного продукту (результат виробничого процесу), початкового (кількість використаних ресурсів);

- аналіз рівномірності зростання (зниження) результативних показників;
- розрахунок коефіцієнтів інноваційної, фінансової та операційної діяльності;
- оцінка якості доходу шляхом розрахунку платоспроможності та рентабельності;
- бал, отриманий при оцінюванні всіх параметрів, додається до бала загальної частини.

Переваги цієї техніки [17]:

- комплексний аналіз;
- охоплення всіх показників;
- розрахунок підсумкового інтегрального показника.

У практичній роботі розрахунок інвестиційної привабливості підприємства зазвичай складається з простого фінансово-економічного аналізу об'єкта. Є не тільки теоретичні розрахунки, а й практичний результат [30].

Подробиці і подробиці аналізу безпосередньо залежать від того, хто в ньому бере участь. Як практичний приклад можна навести оцінку інвестиційної привабливості векселедавця та її критерії.

Дані розрахунки є скороченою формою аналізу фінансово-господарської діяльності, яка допомагає інвестору в короткі терміни визначити привабливість організації як об'єкта інвестування.

Взаємооцінка дає найкращі результати, але в останні роки вона використовується все рідше. Хоча ввести його в комплекс робіт при аналізі інвестиційної привабливості підприємства необхідно.

З усіх перерахованих вище критеріїв найбільше труднощів може викликати оцінка ринкової вартості та розміру майбутніх дивідендів. Але ці параметри необхідно знати. Тому що ринкова вартість, наприклад, вказує на потенційне зростання бізнесу, а отже, і на суму майбутнього доходу.

Розрахунок поточної ринкової вартості є дуже складним і трудомістким

завданням. Щоб легше вирішити це питання, вам потрібно запам'ятати три загальні підходи до оцінки бізнесу: витратний, прибутковий і порівняльний.

Методи оцінки інвестиційної привабливості постійно розвиваються, оскільки елементарний аналіз фінансово-господарської діяльності вже не задовольняє потреби інвесторів. Тому регулярно з'являються нові підходи до аналізу, а в майбутньому планується розробити комплекс заходів, який включатиме якісну та кількісну оцінку. Очікується також, що комбінація кількох підходів дозволить визначити розмір майбутніх грошових потоків.

Оцінюючи компанію, інвестор враховує багато факторів. Для залучення інвестицій необхідно отримати дані про вартість підприємства, яке планується використовувати як об'єкт інвестування. Для цього слід аналізувати такі фактори, як [15]:

- річне збільшення зростання продажів;
- маржа операційного прибутку;
- обсяг інвестицій;
- витрати на дослідження та розробки;
- динаміка оборотних коштів;
- списання;
- рівень конкурентоспроможності;
- різні макроекономічні та специфічні ризики.

Вагомість усіх цих параметрів безпосередньо залежить від специфіки виробництва, конкурентоспроможності підприємства, його віку. Якщо ми аналізуємо молоду компанію, яка пропонує інноваційні продукти і ще не перетнула критичний поріг рентабельності, то першочерговим є прогноз зростання виручки [9].

Враховуючи усталену організацію зі стабільними доходами та сильними конкурентними позиціями, практик, який бажає спрогнозувати вартість грошових потоків, покладатиметься на дані операційного прибутку за останні кілька років. Існує також методологія оцінки вартості компанії, яка зазнала збитків за рік, що передував аналізу.

1.2. Фактори, що впливають на інвестиційну привабливість підприємства

Інвестиційна привабливість залежить від багатьох факторів, які можна поділити на внутрішні та зовнішні.

Внутрішні фактори - це ті, які підприємство може контролювати та впливати на них [33]. До них належать:

- Фінансова стабільність та ефективність підприємства. Інвестори оцінюють рентабельність, ліквідність, платоспроможність та фінансовий ризик підприємства. Чим вище ці показники, тим більше довіри викликає підприємство.

- Інноваційний потенціал та конкурентоспроможність підприємства. Інвестори зацікавлені в тому, щоб підприємство мало переваги на ринку, випускало новий та якісний продукт або послугу, мало сильний бренд та репутацію. Чим більше інновацій та конкурентних переваг має підприємство, тим більше інтересу викликає в інвесторів.

- Організаційна культура та соціальна відповідальність підприємства. Інвестори оцінюють стиль керування, мотивацію персоналу, корпоративну етику та соціальне спрямування підприємства. Чим більше позитивного впливу має підприємство на своїх співробітників, клієнтів, партнерів та суспільство в цілому, тим бажаною є інвестиція в нього [41].

Зовнішні фактори - це ті, які підприємство не може контролювати та впливати на них. До них належать:

- Економічна ситуація в країні та світі. Інвестори аналізують ріст ВВП, інфляцію, безробіття, курс валюти, податкове навантаження, державний борг та інші макроекономічні показники. Чим стабільніша та розвиненіша економіка, тим більше можливостей для інвестицій.

- Політична стабільність та правова охорона інвестицій. Інвестори враховують рівень демократії, корупції, конфліктів, санкцій, законодавство та судочинство в країні. Чим вищий рівень політичної та правової

охорони інвестицій, тим менший ризик для інвесторів.

- Соціальне та екологічне середовище в країні. Інвестори враховують рівень освіти, здоров'я, культури, безпеки, толерантності та екологічної свідомості населення. Чим вищий рівень соціального та екологічного благополуччя в країні, тим більше привабливості має інвестиція в неї.

Отже, інвестиційна привабливість підприємства - це комплексна характеристика, яка визначається багатьма факторами. Підприємство повинне прагнути покращувати свою фінансову, інноваційну, організаційну та соціальну складові, а також адаптуватися до змін у зовнішньому середовищі. Таке підприємство буде здатне привертати і задовольняти інтереси і потреби інвесторів.

1.3. Шляхи підвищення інвестиційної привабливості підприємства

Інвестиційна привабливість підприємства є важливим фактором його успішності та конкурентоспроможності на ринку. Інвестиційна привабливість визначає ступінь зацікавленості потенційних інвесторів у вкладенні коштів у розвиток підприємства, а також його здатність залучати та ефективно використовувати інвестиційні ресурси [32].

Інвестиційна привабливість підприємства залежить від багатьох чинників, які можна поділити на внутрішні та зовнішні. Внутрішні чинники включають такі аспекти, як фінансовий стан підприємства, його технологічний рівень, якість управління, репутація, інноваційна активність, соціальна відповідальність тощо. Зовнішні чинники охоплюють такі фактори, як макроекономічна ситуація в країні, політична стабільність, законодавче регулювання, податкове навантаження, кон'юнктура ринку, конкурентне середовище тощо [11].

Для підвищення інвестиційної привабливості підприємства необхідно враховувати всю сукупність цих чинників та розробляти комплекс заходів, спрямованих на їх поліпшення. Серед таких заходів можна виділити наступні:

- Покращення фінансових показників підприємства, таких як прибутковість, рентабельність, ліквідність, платоспроможність тощо. Для цього необхідно оптимізувати витрати, збільшити доходи, зменшити зобов'язання, ефективно управляти оборотним капіталом та іншими активами.

- Проведення модернізації виробництва, впровадження нових технологій, обладнання, матеріалів тощо.

Підвищення інвестиційної привабливості компанії – трудомісткий і тривалий процес, проте кожен з авторів методик оцінювання цього показника, пропонує свій комплекс компонентів та етапів, зокрема у [25] вказано, що він складається з наступних етапів:

1. Аналіз рівня економічного розвитку та загальної характеристики суспільства:

– оцінка вартості майна, його структури, обсягу та складу нематеріальних і довгострокових активів;

– аналіз виробництва: виробничі потужності, можливість їх зростання, ступінь модернізації та зношеності засобів виробництва, технології.

– кадровий рівень: кваліфікація, кадровий рівень, кадрова забезпеченість.

– інновації: визначення їх наявності та використання у виробничому процесі, можливість впровадження.

2. Характеристика ринкової позиції та рівня конкурентоспроможності продукції:

– розмір ринку і місце, яке на ньому займає компанія: оцінка конкурентного середовища, виявлення лідерів ринку, вивчення сильних і слабких сторін організації, перспектив майбутнього зростання і закріплення досягнутих позицій;

– якість виробленої продукції, її конкурентоспроможність - аналіз аналогічної продукції, підвищення рівня конкурентоспроможності.

– вивчення цінової стратегії компанії.

3. Фінансовий аналіз стану та результатів діяльності організації:

– оцінка ділової активності, ліквідності, стійкості, платоспроможності та

прибутковості підприємства;

- розрахунок результатів фінансової діяльності: розмір поточного прибутку, потенціал розвитку та показники діяльності.

Організація може розробити план і реалізувати ряд заходів для підвищення своєї інвестиційної привабливості. Для цього можна використовувати [25]:

- ретельне довгострокове стратегічне планування;
- бізнес-планування;
- застосування експертного висновку юристів для узгодження документів на право власності із законом;
- аналіз, створення та оцінка кредитної історії;
- створення більш гармонійної структури суспільства шляхом реформ.

Щоб визначити, які заходи необхідні організації для підвищення інвестиційної привабливості, необхідно оцінити стан підприємства. Цей аналіз дозволяє [20]:

- визначити сильні сторони організації;
- розрахувати ризики та слабкі сторони поточного стану компанії (в тому числі з боку інвестора);
- розробити заходи щодо підвищення інвестиційної привабливості, збільшення конкурентних переваг та підвищення ефективності діяльності підприємства.

У рамках цієї діагностики аналізуються такі сфери, як управління, виробництво, фінанси та продажі. Визначається область діяльності організації, пов'язана з максимальними ризиками і з найбільшою кількістю слабких місць. Розробляються заходи щодо зміцнення ситуації в слабких місцях.

Слід також звернути увагу на юридичний контроль компанії. Для оцінки інвестиційної привабливості компанії професійними напрямами можуть бути:

- підтвердження права власності на нерухоме майно (землю, будівлі тощо);

– правильність складання установчих документів (права акціонера, повноваження керівництва організації);

– прозорість, правильність та юридична чистота обліку прав на цінні папери компанії.

Після розгляду будуть виявлені невідповідності вищевказаних інструкцій нормам державного законодавства. Усунення цих розбіжностей є надзвичайно важливим кроком, адже інвестори надають великого значення правовій діагностиці при оцінці інвестиційної привабливості об'єкта. Наприклад, для позикодавця дуже важливо бачити підтвердження права власності на майно, яке буде встановлено. Прямі інвестори, які купують пакети акцій компанії, звертають увагу на права акціонерів і корпоративне управління в цілому, оскільки їм необхідно контролювати, як витрачаються їхні інвестиції.

Обстеження поточного стану організації стає основою для розробки стратегічного плану.

Стратегія - це основний план зростання організації, який розробляється на 3-5 років [25]. У ньому формулюються основні цілі організації в цілому, а також основні види діяльності та системи (просування, виробництво, збут). Визначено основні якісні та кількісні критерії. Стратегія допомагає організації будувати плани на більш короткі періоди часу, не відступаючи від основної ідеї. Для потенційного інвестора стратегія показує справжній погляд організації на довгострокові перспективи та узгодженість корпоративного менеджменту із зовнішніми та внутрішніми факторами.

На основі довгострокового стратегічного плану організація переходить до створення бізнес-плану. Він досконало розбирається у всіх сферах діяльності організації, обґрунтовує обсяги необхідних інвестицій та модель фінансування, очікуваний ефект для компанії. Створена в бізнес-плані схема фінансових потоків допомагає оцінити здатність організації повернути позичені кошти інвестору-кредитору з урахуванням відсотків. Інвестори-власники можуть використовувати бізнес-план, щоб проаналізувати вартість компанії, оцінити вартість інвестицій і обґрунтувати потенційне зростання.

Наприклад, одна велика компанія на північному заході, що працює у скляній промисловості, розробила комплексний бізнес-план у співпраці з венчурним інвестором. Незважаючи на низьку ціну майна порівняно з розміром необхідних інвестицій, інвестор сприйняв організацію як інвестиційно привабливу, оскільки бізнес-план обґрунтовував можливість розширення організації та збільшення капітальних витрат.

В очах інвесторів кредитна історія компанії також є дуже важливою, оскільки це означає, що організація має практичний досвід управління інвестиціями та виконання своїх зобов'язань перед кредиторами та інвесторамі-власниками. Тому були б вжиті відповідні заходи для створення такої історії. Наприклад, компанія може організувати випуск і погашення відносно невеликого випуску короткострокових облігацій. Як тільки вона окупиться, організація вийде на якісно інший рівень в очах інвесторів. Бо це характеризуватиме її як відповідального кредитора, який виконує свої зобов'язання. Тоді компанія зможе залучати кредитні кошти на більш вигідних умовах [43].

Одним з найбільш трудомістких заходів підвищення інвестиційної привабливості організації є проведення реформи (реструктуризації). Загалом реформа поєднує в собі комплекс заходів щодо повного приведення роботи компанії до мінливих умов ринку та стратегічного плану розвитку.

Реструктуризація найчастіше проводиться в декількох напрямках:

Зміна статутного капіталу. Цей захід включає заходи щодо поліпшення структури капіталу: поділ, консолідація акцій, варіанти реформування, прописані в законі про акціонерні товариства. Результатом цих дій є підвищення керованості організації або групи підприємств.

Зміна організаційної структури та методів управління. Цей шлях реструктуризації спрямований на вдосконалення процесів управління, що забезпечують виконання основних функцій ефективного підприємства, та організаційних структур підприємства, в які впроваджуються нові методи управління. Реформа систем управління та організаційної структури може

складатися з [28]:

- поділ бізнесу на менші компанії та інші коригування організаційної структури;

- виявлення та усунення зайвих зв'язків в управлінні;

- додавання нових посилань на процеси управління;

- оптимізація інформаційних потоків;

- інші додаткові заходи.

Реформа виробництва поєднує в собі комплекс заходів із зазначених напрямків. Використання сторонніх ресурсів (інвестицій) має важливе значення для ефективного функціонування організацій. Стабільний розвиток компанії вимагає постійних інвестицій у виробництво, інноваційний розвиток та активність в інших сферах діяльності. Щоб без проблем залучати сторонні ресурси, потрібно стежити за привабливістю інвестицій.

Підводячи підсумок, можна сказати, що поняття «інвестиційна привабливість підприємства» є багатогранним та динамічним поняттям, яке потребує ретельного та системного аналізу. Розуміючи його суть та особливості, інвестори можуть приймати більш обґрунтовані та раціональні рішення, які принесуть користь як їм самим, так і підприємствам, у які вони інвестують.

РОЗДІЛ 2.

АНАЛІЗ РЕЗУЛЬТАТІВ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПРАТ «ВОДАФОН УКРАЇНА»

2.1. Організаційно-економічна характеристика ПрАТ «Водафон Україна»

ПрАТ «Водафон Україна» є одним з провідних мобільних операторів в Україні, який надає послуги у стандартах GSM (EDGE), UMTS (HSPA+) та LTE. Компанія була заснована в 1992 році під назвою «Українська радіосистема» і з 2003 року входила до складу російської групи МТС. У грудні 2015 року компанія запустила торгову марку Vodafone на основі партнерської угоди з британським оператором Vodafone Group Plc. У листопаді 2019 року МТС продала свою дочірню компанію азербайджанському холдингу NEQSOL.

На сьогоднішній день ПрАТ «Водафон Україна» обслуговує понад 19 млн абонентів і має понад 5000 співробітників. Компанія має всі необхідні ліцензії для надання послуг мобільного зв'язку, фіксованого широкосмугового доступу до Інтернету, телебачення та інших телекомунікаційних послуг. Компанія також активно розвиває свою соціальну відповідальність, підтримуючи проекти у сферах освіти, екології, культури та спорту.

Ринок мобільного зв'язку України є одним із найбільших та найдинамічніших у Європі. За даними Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері зв'язку та інформатизації (НКРЗІ), станом на 1 січня 2021 року в Україні налічувалося 56,2 млн абонентів мобільного зв'язку, що становить 128,8% від населення країни.

Основними операторами мобільного зв'язку в Україні є Київстар, Vodafone Україна та Lifecell. За даними НКРЗІ, їх частки ринку за кількістю абонентів становили відповідно 41,5%, 31,9% та 24,5%, тобто ПрАТ «Водафон Україна» посідає друге місце на ринку мобільного зв'язку, причому відставання від лідера не є суттєвим (рис.2.1).

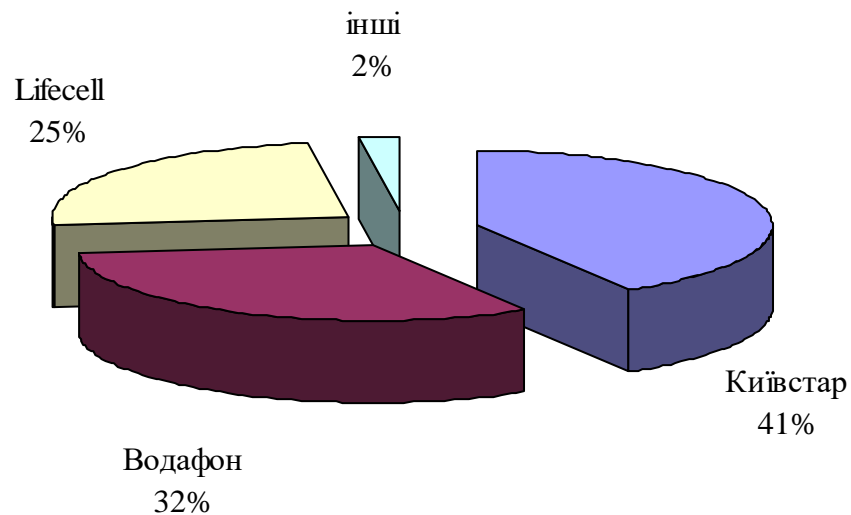


Рис 2.1. Розподіл ринку мобільного зв'язку між основними операторами мобільного зв'язку

Оператори надають послуги мобільного зв'язку у стандартах GSM, UMTS та LTE. Зокрема, за даними НКРЗІ, станом на 1 січня 2021 року покриття населення України послугами 3G/UMTS становило 99,6%, а покриття послугами 4G/LTE - 87,9%.

Повний перелік українських операторів мобільного зв'язку складається з п'яти компаній, які пропонують послуги в різних стандартах та діапазонах частот. Основними операторами є Київстар, Vodafone Україна та lifecell, які разом займають понад 97% ринку мобільного зв'язку в Україні. Вони надають абонентам зв'язок в стандартах GSM (2G), UMTS-HSPA+ (3G) та LTE (4G), який є найбільш сучасним і якісним стандартом мобільного інтернету. Крім того, в Україні працюють також оператори Інтертелеком та PEOPLEnet, які надають послуги в стандарті CDMA2000 (3G), але їх частка ринку є дуже незначною.

Одним із основних трендів розвитку ринку мобільного зв'язку України є зростання попиту на широкопasmовий доступ до Інтернету. За даними НКРЗІ, у 2020 році доходи від надання послуг мобільного Інтернету склали 28,3 млрд

грн, що на 14% більше, ніж у 2019 році. Крім того, за даними Державної служби статистики України (Держстат), у 2020 році 81% домогосподарств України користувалися послугами мобільного Інтернету.

У перспективі очікується подальший розвиток ринку мобільного зв'язку України за рахунок покращення якості послуг, запровадження нових технологій та сервісів, а також збереження конкурентної ситуації на ринку. Одним із ключових факторів такого розвитку є запуск послуг 5G в Україні, який планується на 2023 рік. Послуги 5G дозволять забезпечити високу швидкість передачі даних, низьку затримку, велику щільність підключень та підтримку різноманітних сценаріїв використання, таких як Інтернет речей, дистанційна медицина, автономні транспортні системи тощо.

Ринок мобільного зв'язку України є важливою складовою економіки та суспільства країни, який характеризується високим рівнем розповсюженості, конкурентності та інноваційності. Ринок мобільного зв'язку України продовжує розвиватися та адаптуватися до змінних потреб та очікувань споживачів, а також до глобальних тенденцій у сфері телекомунікацій.

За результатами 2022 року ПрАТ «Водафон Україна» показала стабільний приріст доходу та EBITDA. Дохід компанії склав 30,7 млрд грн, що на 13% більше, ніж у 2021 році. EBITDA зросла на 18% і досягла 16,6 млрд грн. Маржа EBITDA становила 54%, що є одним з найвищих показників серед європейських операторів. Компанія також продовжила інвестувати в розвиток своєї мережевої інфраструктури та якості обслуговування. Загальний обсяг капексу склав 5,4 млрд грн, що на 7% більше, ніж у 2021 році.

ПрАТ «Водафон Україна» є одним з лідерів цифрової трансформації в Україні. Компанія запускає новаторські продукти та сервіси, які спрямовані на задоволення потреб сучасних споживачів. Серед них: Vodafone TV – інтерактивне телебачення з доступом до понад 200 каналів та онлайн-кінотеатрів; Vodafone Cloud – хмарне сховище для зберігання даних; Vodafone Smart Family – рішення для контролю за дитячим смартфоном; Vodafone Pay –

сервіс для оплати рахунків, переказу грошей та покупок в інтернеті; Vodafone Business – комплексне рішення для малого та середнього бізнесу.

ПрАТ «Водафон Україна» має чітку стратегію розвитку, яка базується на трьох основних принципах: фокус на клієнта, інноваційність та ефективність. Компанія прагне стати найбажанішим оператором для українських споживачів, надаючи їм високоякісні послуги, доступні ціни та персоналізований досвід. Компанія також планує посилити свою конкурентоспроможність на ринку, збільшивши свою мережеву покриття, розширивши своє портфоліо продуктів та сервісів, оптимізувавши свої витрати та покращивши свою репутацію. У 2022 році оборот мобільного оператора Vodafone Україна знизився на 2% порівняно з попереднім роком – до 19824 млн грн. За даними компанії, це сталося через зменшення кількості користувачів мобільного зв'язку.

Послугами Vodafone Україна користувалися переважно користувачі мобільного зв'язку у східній та південній частинах країни. Через активні бойові дії та відсутність доступу до мобільних мереж у тимчасово окупованих і конфліктних зонах Vodafone втратив найбільше абонентів (3,5 млн) серед усіх мобільних операторів України.

На кінець 2022 року Vodafone мав 15,4 мільйона клієнтів в Україні. Понад 2,2 мільйона з них залишилися за кордоном і продовжували користуватися послугами компанії.

Кількість активних мобільних абонентів в Україні впала на 12%, але доходи галузі зросли у 2022 році. Зокрема, 87% абонентів Vodafone скористалися пропозицією “Доступний роумінг” (10 ГБ мобільного інтернету та 100 хвилин дзвінків на номери абонентів в Україні та країнах перебування за умови підключення українського пакету платних послуг). 14 мільйонів у 2022 році дисконтована вартість послуг, якими скористалися більше ніж клієнти Vodafone, склала 1,19 млрд. грн.

Показник OIBDA (операційний дохід до вирахування зносу, амортизації та нематеріальних активів) компанії у 2022 році зріс на 3% до 11,277 млрд. грн, а рентабельність за OIBDA збільшилася на 2,5 п.п. до 56,9%.

Чистий прибуток у 2022 році становив лише 1,1 млрд.грн. порівняно з 3,832 млрд.грн. у попередньому році; більш ніж трикратне падіння також було зумовлене збитками від курсових різниць, спричиненими зростанням курсу долара США до гривні на 34%.

Не зважаючи на кризовий стан економіки, ПрАТ «Водафон Україна» залишався та залишається рентабельним підприємством, що сплачує податки до державного бюджету та сприяє економічному розвитку країни та покращення її обороноздатності.

2.2. Аналіз результатів економічної діяльності ПрАТ «Водафон Україна»

ПрАТ «Водафон Україна» є одним з найбільших операторів мобільного зв'язку в Україні, який надає послуги понад 20 мільйонам абонентів. Розглянемо основні показники економічної діяльності компанії за 2020-2022 рік та дослідимо їх динаміку у порівнянні з попередніми періодами.

За даними фінансової звітності ПрАТ «Водафон Україна», дохід компанії за 2022 рік склав 28,7 млрд грн, що на 8% більше, ніж за 2021 рік. Основним джерелом доходу залишаються послуги мобільного зв'язку, які становлять 86% від загального доходу. При цьому компанія продовжує розвивати інші напрямки бізнесу, такі як фіксований широкопasmовий доступ до Інтернету, цифрове телебачення та хмарні рішення.

Прибуток компанії за 2022 рік скоротився на 42% і склав 1,3 млрд грн. Основною причиною став є високий рівень амортизації основних засобів, який пов'язаний з інтенсивними інвестиціями в розвиток мережі. Компанія витратила на капекс 7,4 млрд грн, що на 12% більше, ніж за 2021 рік. Основним напрямком інвестицій було покращення покриття та якості послуг 4G.

ЕБІТДА компанії за 2022 рік зросла на 14% і склала 15,1 млрд грн. Маржа ЕБІТДА досягла 52%, що є одним з найвищих показників серед операторів мобільного зв'язку в Європі. Такий високий рентабельність свідчить про

ефективне управління витратами та оптимальний баланс між ціною та якістю послуг.

ПрАТ «Водафон Україна» продемонструвало стабільний і позитивний економічний результат за 2022 рік, попри складні умови ринку та конкуренції. Компанія продовжує інвестувати в розвиток інфраструктури та нових послуг, щоб задовольняти потреби своїх абонентів і досягнути лідерських позицій на ринку.

Про позитивні результати діяльності свідчать дані табл.2.1.

Таблиця 2.1

Основні результати діяльності ПрАТ «Водафон Україна»

Показники	Роки			Відхилення			
	2020	2021	2022	Абсолютне		Відносне	
				2021/ 2020	2022/ 2021	2021/ 2020	2022/ 2021
1. Чистий дохід від реалізації (тис.грн)	18142407	20144755	19824428	2002348	-320327	11,04	-1,59
2. Кількість робітників, чол	4000	3600	3520	-400	-80	-10,00	-2,22
3. Собівартість реалізованої продукції, тис.грн	9117035	8369910	8369910	-747125	0	-8,19	0,00
4. Середньорічна вартість основних засобів, тис.грн	6322948,5	5926744	5863312,5	-396204,5	-63431,5	-6,27	-1,07
5. Фондовіддача	2,87	3,40	3,38	0,53	-0,02	18,46	-0,53
6. Фондоємкість	0,349	0,294	0,296	-0,054	0,002	-15,58	0,53
7. Фондоозbronість, грн/чол.	1580,74	1646,32	1665,71	65,58	19,40	4,15	1,18
8. Продуктивність праці, грн/чол	4535,60	5595,77	5631,94	1060,16	36,17	23,37	0,65
9. Чистий прибуток (збиток), грн.	1201322	3831547	1100355	2630225	-2731192	218,94	-71,28
10. Рентабельність (збитковість) виробництва, %	13,18	45,78	13,15	32,60	-32,63	247,41	-71,28

Джерело: розраховано автором на основі фінансової звітності підприємства

Як можна побачити, не зважаючи на зменшення доходів у 2022 році

внаслідок зменшення абонентів, що покинули Україну внаслідок військового конфлікту та втрати частини абонентів на півдні та сході України, підприємство має достатньо великий розмір чистого прибутку.

На кінець 2022 року він склав 1100355 тис.грн., що на 2731192 тис.грн. менше ніж у попередньому році, хоча перед цим спостерігався стабільний ріст протягом багатьох років. Для подолання негативного впливу зовнішнього середовища компанія поступово впроваджує нові послуги, такі як домашній інтернет.

Дохід компанії знаходиться на високому рівні та складає у 2020 році – 18142407 тис.грн., у 2021 році – 20144755 тис.грн. та у 2022 році – 19824428, тобто збільшився у 2021 році на 11,04%, а у 2022 році зменшився на 1,59%

ПрАТ «ВФ Україна» є одним з найбільших роботодавців в Україні. За даними компанії, на кінець 2020 року вона налічувала близько 4000 співробітників. У 2021 році компанія продовжила оптимізацію своїх бізнес-процесів та структури, що призвело до скорочення штату на 10%. На кінець 2021 року кількість працівників склала 3600 осіб, а в 2022 році компанія також скоротила свою чисельність, проте незначно.

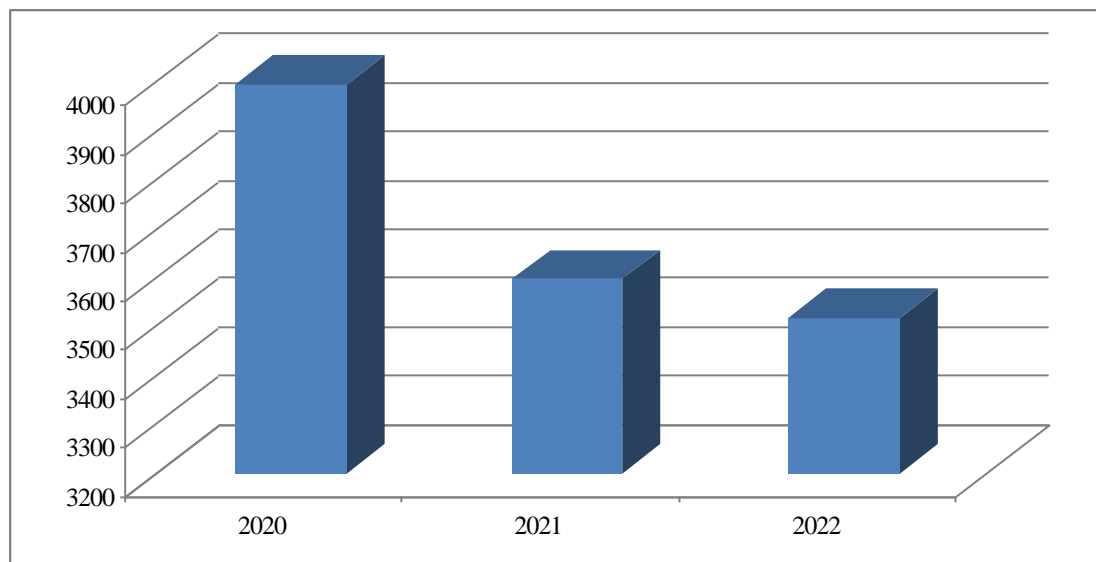


Рис.2.2. Динаміка чисельності персоналу ПрАТ «ВФ Україна»

Джерело: побудовано автором на основі статистичних даних ПрАТ «Водафон Україна»

У 2023 році компанія планує зберегти свою чисельність на стабільному рівні та інвестувати в підвищення кваліфікації та мотивації свого персоналу. Компанія також заявляє про свою соціальну відповідальність та дотримання принципів рівних можливостей та недискримінації. Компанія прагне стати локомотивом цифрової трансформації в Україні та надавати якісні послуги мобільного зв'язку своїм клієнтам.

Зменшення кількості персоналу призвело до підвищення продуктивності праці протягом останніх трьох років, адже більшу кількість надання послуг забезпечувало менша кількість працівників підприємства. Зокрема, у 2020 році величина продуктивності склала 4535,60 тис.грн на особу, у 2021 році - 5595,77 тис.грн. на працівника, а у 2022 році – вже 5631,94 тис.грн. Тобто приріст продуктивності праці склав у 2021 році - 23,37%, а у 2022 році - 0,65% (1060,16 тис.грн. та 36,17 тис.грн. відповідно).

Графік збільшення продуктивності праці надано на рис.2.3.

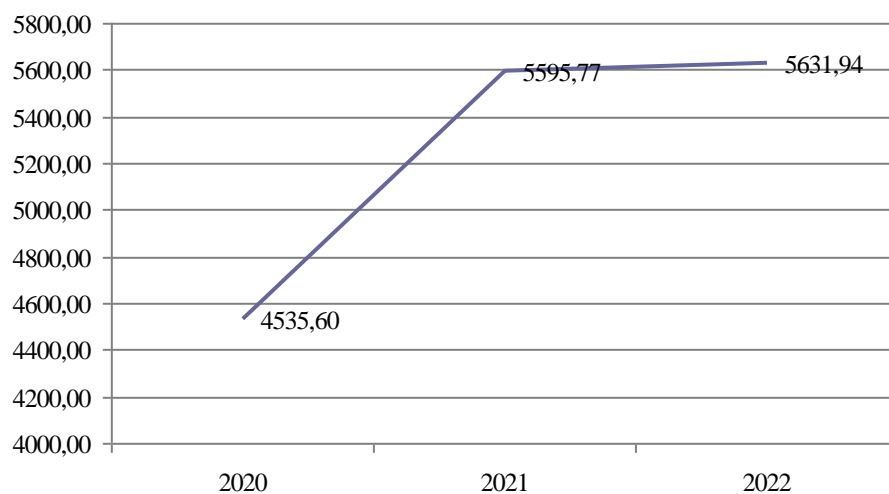


Рис.2.3. Динаміка продуктивності праці ПрАТ «ВФ Україна»

Джерело: побудовано автором на основі даних ПрАТ «Водафон Україна»

Можна сказати, що на даний час складно говорити про якусь тенденцію зменшення персоналу, але процес автоматизації дозволяє зменшити кількість працівників для підвищення ефективності управління підприємством за рахунок компенсації втрат від загублених ринків в Україні.

Структуру операційних витрат ПрАТ «ВФ Україна» надано у табл.2.2. Зростання витрат є характерною рисою сучасного бізнесу, адже інфляційні процеси, пов'язані з кризовим станом економіки як у світі, так й в Україні, впливають суттєво на зростання операційних витрат, собівартості наданих мобільним оператором послуг, тому слід шукати шляхи оптимізації цього показника для покращення інвестиційної привабливості підприємства. Як можна побачити за даними таблиці 2.2, найбільшу частку складає витрати на оплату праці.

Таблиця 2.2

Структура операційних витрат ПрАТ «ВФ Україна»

Показник	Роки			Частка елементу витрат, %			Динаміка зміни у структурі, %	
	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2021/2020	2022/2020
Матеріальні витрати	4557300	4763858	4710734	34,70	34,88	15,54	0,18	-19,17
Витрати на оплату праці	1394388	1868142	2138986	10,62	13,68	7,05	3,06	-3,56
Відрахування на соціальні заходи	243388	277869	244270	1,85	2,03	0,81	0,18	-1,05
Амортизація	4800618	4989380	173464	36,56	36,53	0,57	-0,02	-35,98
Інші операційні витрати	2136718	1757074	23053180	16,27	12,87	76,03	-3,41	59,76
Разом витрати	13132412	13657323	30320634	100	100	100	0,00	0,00

Джерело: побудовано автором на основі даних ПрАТ «Водафон Україна»

Динаміку зміни операційних витрат ПрАТ «ВФ Україна» показано у таблиці 2.3.

Знов ж таки, основний приріст збільшення витрат можна спостерігати по показнику оплати праці, яка не зважаючи на зменшення кількості персоналу останні роки, продовжує збільшуватися. Величина витрат на оплату праці у 2020 році склала 1394388 тис.грн., у 2021 році – 1868142 тис.грн., а у 2022 році - 2138986 тис.грн.

Таблиця 2.3

Динаміка зміни операційних витрат ПрАТ «ВФ Україна»

Показник	Роки			Динаміка змін показників за період (в тис.грн.)		Динаміка змін показників за період (в %)	
	2020	2021	2022	2021/ 2020	2022/ 2021	2021/ 2020	2022/ 2021
Матеріальні витрати	4557300	4763858	4710734	206558	-53124	4,53	-1,12
Витрати на оплату праці	1394388	1868142	2138986	473754	270844	33,98	14,50
Відрахування на соціальні заходи	243388	277869	244270	34481	-33599	14,17	-12,09
Амортизація	4800618	4989380	173464	188762	-4815916	3,93	-96,52
Інші операційні витрати	2136718	1757074	23053180	- 379644	21296106	-17,77	1212,02
Разом витрати	13132412	13657323	30320634	524911	16663311	4,00	122,01

Джерело: побудовано автором на основі даних ПрАТ «Водафон Україна»

Фінансовий стан компанії характеризується показниками ліквідності, платоспроможності, фінансової стійкості та ділової активності.

У табл.2.4 можна побачити, що коефіцієнт абсолютної ліквідності показав тенденцію до зростання, наприклад, у 2020 році величина абсолютної ліквідності склала 2,87, у 2021 році - 3,03, а у 2022 році – вже 3,26.

Коефіцієнт швидкої ліквідності у 2021 році спочатку збільшився на 0,22 пункти, та склав 4,08, а потім у зв'язку зі складностями операційної діяльності зменшився на 0,74 у порівнянні з попереднім роком.

Коефіцієнт покриття (або коефіцієнт поточної ліквідності) $K_{ш.л.}$ показує тенденцію до зростання і у 2022 році склав 3,77, хоча у 2021 році був 3,28, що на 0,49 вище ніж у 2021 році.

Чистий оборотний капітал також щоденно зростає та у 2022 році досягнув розміру 15204303 тис.грн.

Таблиця 2.4

Показники ліквідності ПрАТ «ВФ Україна»

Показник	Роки			Абсолютне відхилення		Відносне відхилення, %	
	2021	2022	2018	2021/ 2020	2022/ 2021	2021/ 2020	2022/ 2021
Коефіцієнт абсолютної ліквідності (негайної) $K_{a.l.}$	2,87	3,03	3,26	0,16	0,23	5,42	7,64
Коефіцієнт швидкої ліквідності $K_{ш.л.}$	4,08	4,31	3,56	0,22	-0,74	5,47	-17,22
Коефіцієнт покриття (коефіцієнт поточної ліквідності) $K_{п.л.}$	3,11	3,28	3,77	0,17	0,49	5,52	15,05
Співвідношення короткострокової дебіторської та кредиторської заборгованості $K_{д/к}$	2,17	3,22	14,72	1,06	11,49	48,69	356,46
Чистий оборотний капітал	11005063	10856845	15204303	-148218,00	4347458,00	-1,35	40,04

Джерело: побудовано автором на основі даних ПрАТ «Водафон Україна»

Показники платоспроможності ПрАТ «ВФ Україна» представлено у табл.2.5.

Коефіцієнт платоспроможності (автономії) дозволяє підприємству вести економічну діяльність за власні кошти та спостерігається тенденція до збільшення цього показника.

Показники рентабельності ПрАТ «ВФ Україна», що надано у табл.2.6, мали найкраще значення у 2021 році, але погіршилися у 2022 внаслідок початку війни та кризових явищ в економіці. У 2021 році рентабельність послуг склала 41,75 %, а вже у 2022 році знов опустилася на рівень 2020 року – 13,5%. Не зважаючи на це падіння, підприємство можна назвати рентабельним, адже всі показники рентабельності мають позитивне значення.

Таблиця 2.5

Показники платоспроможності ПрАТ «ВФ Україна»

Показники	Формула розрахунку	Роки			Абсолютне відхилення	
		2020	2021	2022	2021/ 2020	2022/ 2021
Коефіцієнт платоспроможності (автономії)	$\phi 1p.1495 / \phi 1p.1900$	0,412	0,441	0,422	0,028	-0,019
Коефіцієнт фінансування	$\phi 1(p.1595 + p.1695 + p.1700 + p.1800) / \phi 1p.1495$	1,425	1,270	1,371	-0,155	0,102
Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами	$\phi 1(p.1195 - p.1695) / \phi 1p.1195$	0,678	0,695	0,735	0,017	0,040
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	$\phi 1(p.1195 - p.1695) / \phi 1p.1495$	0,706	0,685	0,899	-0,021	0,214

Джерело: розраховано автором на основі фінансової звітності підприємства

Дану тенденцію можна прослідкувати на рис.2.4, на якому зображена динаміка показників рентабельності ПрАТ «ВФ Україна».

Таблиця 2.6

Показники рентабельності ПрАТ «ВФ Україна»

№ п/п	Показник	Роки			Абсолютне відхилення	
		2020	2021	2022	2021/ 2020	2022/ 2021
1.	Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції	18142407	20144755	19824428	2002348	-320327
2.	Середньорічна вартість основних засобів	12365407	12109447,5	11726625	-255960	-382823
3.	Середньорічна вартість активів	25985858	26730530,5	29144600	744673	2414070
4.	Собівартість продукції	9117035	9178029	8369910	60994	-808119
5.	Чистий прибуток	1201322	3831547	1100355	2630225	-2731192
6.	Рентабельність основних засобів	9,72	31,64	9,38	21,93	-22,26
7.	Рентабельність продукції	13,18	41,75	13,15	28,57	-28,60
8.	Рентабельність продажу	6,62	19,02	5,55	12,40	-13,47
9.	Рентабельність активів	4,62	14,33	3,78	9,71	-10,56

Джерело: розраховано автором на основі фінансової звітності підприємства

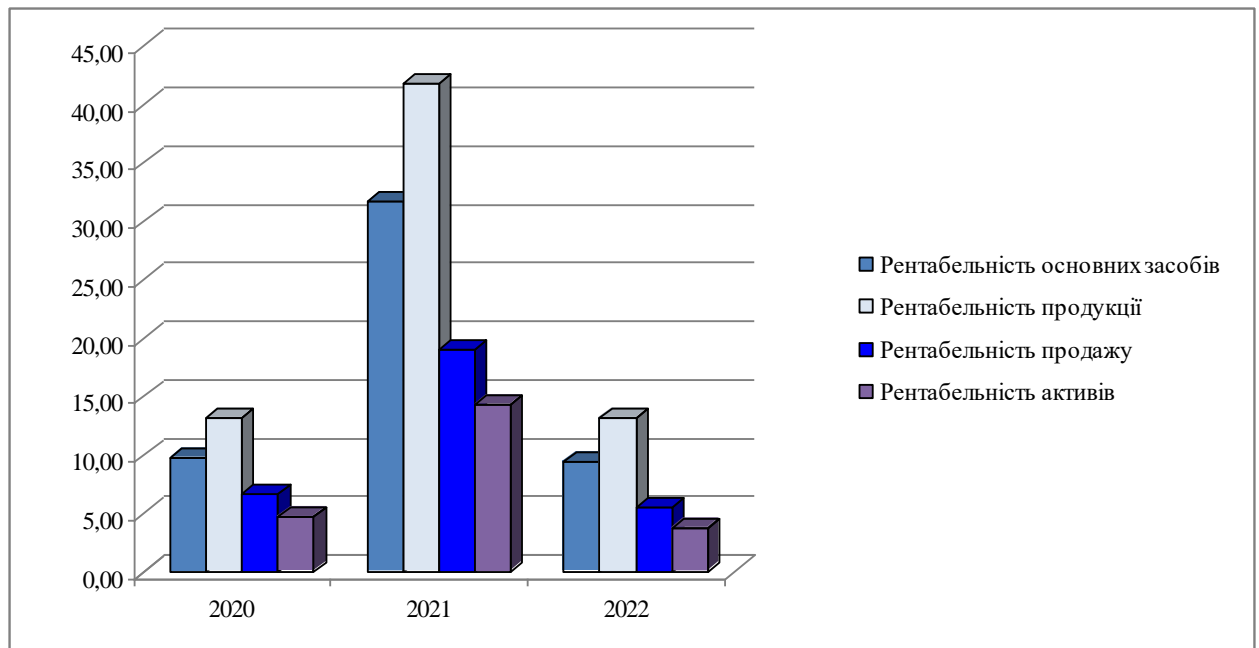


Рис.2.4. Динаміка показників рентабельності ПрАТ «ВФ Україна»

Джерело: розраховано автором на основі фінансової звітності

Таблиця 2.7

Динаміка фінансових результатів ПрАТ «ВФ Україна» за 2020-2022 рр.

Показники	Роки			Абсолютне відхилення, %		Відносне відхилення +,-	
	2020	2021	2022	2021/ 2020	2022/ 2020	2021/ 2020	2022/ 2020
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	18142407	20144755	19824428	2002348	1682021	11,04	9,27
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	9117035	9178029	8369910	60994	-747125	0,67	-8,19
Валовий прибуток	9025372	10966726	11463518	1941354	2438146	21,51	32,93
Інші операційні доходи	328941	65249	976326	-263692	647385	-80,16	296,81
Адміністративні витрати	2267051	2778308	1004402	511257	-1262649	22,55	44,30
Витрати на збут	2021497	2224748	1934734	203251	-86763	10,05	95,71
Інші операційні витрати	38641	108433	1004402	69792	965761	180,62	2599,32
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	5027124	5920486	6516208	893362	1489084	17,77	129,62
Інші доходи	1213	509 362	0	508149	-1213	41891,92	0,00
Фінансові витрати	1491450	1691167	1448569	199717	-42881	13,39	97,12
Інші витрати	2010525	1251	3805559	-2009274	1795034	-99,94	189,28
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	1596100	787135	1440750	-808965	-155350	-50,68	90,27
Витрати з податку на прибуток	394779	298043	915631	-96736	520852	-24,50	231,94
Чистий прибуток	1201322	3831547	1100355	2630225	-100967	218,94	21,70

Джерело: розраховано автором на основі фінансової звітності

Формування фінансових результатів можна простежити за даними табл.2.7. Проведений аналіз дозволяє зробити висновок про успішну діяльність компанії, проте останній рік погіршив становище оператора мобільного зв'язку, тому слід шукати шляхи відновлення обсягів реалізації за рахунок інших можливостей.

2.3. Аналіз інвестиційної привабливості ПрАТ «Водафон Україна»

Стратегія розвитку ПрАТ «Водафон Україна» передбачає значні інвестиції в розширення та модернізацію мережі, запуск нових продуктів та послуг, покращення якості обслуговування клієнтів та соціальну відповідальність. За 2020-2021 рік компанія інвестувала 6,1 млрд грн в розвиток своєї інфраструктури та послуг.

Структура інвестицій ПрАТ «Водафон Україна» складається з наступних основних напрямків:

- необоротні активи, які включають нематеріальні активи (ліцензії, програмне забезпечення тощо), основні засоби (обладнання, будинки, автотранспорт тощо) та незавершені капітальні інвестиції (будівництво, монтаж тощо). За 2022 рік компанія витратила на цей напрямок 5,8 млрд грн.

- довгострокові фінансові інвестиції, які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств. За 2022 рік компанія витратила на цей напрямок 40 млн грн.

- оборотні активи, які включають запаси (матеріали, товари тощо), дебіторську заборгованість (рахунки до сплати клієнтами тощо), грошові кошти та їх еквіваленти (банківські рахунки, депозити тощо). За 2022 рік компанія витратила на цей напрямок 240 млн грн.

ПрАТ «Водафон Україна» продовжує інвестувати в свою діяльність з метою покращення якості послуг для своїх абонентів та партнерів, а також сприяти соціально-економічному розвитку України.

За результатами проведеного аналізу було встановлено, що ПрАТ «Водафон Україна» є фінансово стабільною компанією, яка демонструє високий рівень рентабельності та лояльності клієнтської бази. Компанія має сильну конкурентну позицію на ринку мобільного зв'язку в Україні, займаючи друге місце за кількістю абонентської бази та обсягом доходу. Компанія також активно інвестує в розвиток нових технологій та послуг, таких як 4G, 5G, IoT, eSIM, Vodafone TV та ін. Однак, ПрАТ «Водафон Україна» також стикається з деякими загрозами та викликами, такими як зниження рівня доходу на абонента, зростання конкуренції та регуляторного тиску, низька якість мережевого покриття в деяких регіонах, високий рівень залежності від материнської компанії.

На наступному етапі розраховується інтегральний показник інвестиційної привабливості ПрАТ «Водафон Україна».

Інтегральний показник інвестиційної привабливості ПрАТ «Водафон Україна» розраховується на основі показників фінансового стану філії у 2022 році, що вже розраховано. Першим кроком є розрахунок інтегрального показника фінансового стану підприємства.

Для того, щоб розрахувати інтегральний показник фінансового стану підприємства, спочатку необхідно розрахувати інтегральний показник фінансового стану підприємства.

Для цього необхідно розрахувати блокові інтегральні коефіцієнти за кожною групою показників. Для цього спочатку розраховується нормований одиничний показник фінансового стану, а потім розраховується співвідношення між розрахованим показником та його нормативним значенням.

Проведемо аналіз показників акцій ПрАТ "Водафон Україна"

До основних показників фундаментального аналізу належать:

- прибуток на акцію (EPS) - це частка чистого прибутку компанії, яка припадає на одну акцію. Цей показник відображає ефективність діяльності компанії та її здатність генерувати прибуток для акціонерів. За 2022 рік EPS ПрАТ "Водафон Україна" склав 1,23 грн., що на 12% більше, ніж у 2021 році.

- коефіцієнт ціна/прибуток (P/E) - це співвідношення ринкової ціни акції до прибутку на акцію. Цей показник вказує на те, скільки інвестори готові заплатити за одиницю прибутку компанії. Чим вище P/E, тим більше інвестори оцінюють перспективи компанії. За даними на 31 грудня 2022 року P/E ПрАТ "Водафон Україна" склав 8,6, що нижче середнього за галузю (10,4).

- Коефіцієнт ціна/продаж (P/S) - це співвідношення ринкової капіталізації

Використовуючи ці дані, інтегральну оцінку інвестиційної привабливості проведемо на основі аналізу у попередньому підрозділі кваліфікаційної роботи, результати розрахунків надано у таблиці додатку В.

На підставі проведеного аналізу можна зробити висновок, що ПрАТ «Водафон Україна» є інвестиційно привабливою компанією, яка має стабільну фінансову базу, сильну репутацію та перспективи розвитку. Однак, для підтримання та покращення своєї позиції на ринку компанія повинна продовжувати інноваційну діяльність, покращувати якість обслуговування клієнтів, розширювати мережеве покриття та диверсифікувати свої доходи.

РОЗДІЛ 3.

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПРАТ “ВОДАФОН УКРАЇНА”

3.1. Пропозиції щодо підвищення інвестиційної привабливості ПрАТ “Водафон Україна”

За результатами 2020 року дохід Vodafone Україна склав 18 млрд грн, що на 14% більше, ніж у 2019 році. Компанія зберегла другу позицію на ринку за кількістю абонентів - 19 млн клієнтів. Основним драйвером зростання доходу став мобільний інтернет, який збільшився на 25% за рік.

Vodafone Україна також продовжує інвестувати в свою мережу та інфраструктуру. У 2020 році компанія витратила на капітальні інвестиції 3,8 млрд грн, що на 12% більше, ніж у 2019 році. Більша частина інвестицій була спрямована на покращення покриття та якості послуг 4G, а також на побудову власної оптоволоконної мережі.

Окрім того, Vodafone Україна активно розвиває цифрові послуги та рішення для своїх клієнтів. Компанія запустила додаток My Vodafone, який дозволяє керувати своїм номером, тарифом, балансом та послугами онлайн. Також Vodafone Україна пропонує своїм абонентам безкоштовний доступ до популярних соцмереж, месенджерів та стримінгових сервісів за допомогою спеціальних пакетів.

Vodafone Україна планує продовжувати інвестувати в свою мережу, послуги та цифровізацію свого бізнесу. Компанія має амбітну стратегію стати найбажанішим оператором мобільного зв'язку в Україні та надавати своїм клієнтам найкращий досвід користування, тому має здійснювати інвестиції й надалі.

3.2. Обґрунтування шляхів підвищення інвестиційної привабливості ПрАТ «Водафон Україна»

Для визначення шляхів покращення інвестиційної привабливості використаємо результати розрахунків з 2 розділу та SWOT-аналіз (табл.3.1).

Таблиця 3.1

Пропоновані стратегії підвищення інвестиційної привабливості ПрАТ «Водафон Україна» на основі SWOT-аналізу

	Можливості	Загрози
	<ul style="list-style-type: none"> -розширення портфеля послуг за рахунок партнерства з іншими операторами та провайдерами -розвиток цифрових сервісів та платформ, які створюють додаткову цінність для абонентів -використання потенціалу 5G технологій для покращення якості зв'язку та запровадження нових рішень -залучення нових сегментів клієнтів, таких як малому середньому бізнесу, державних установ тощо 	<ul style="list-style-type: none"> -зростання конкуренції на ринку мобільного зв'язку, особливо в сегменті низькоценових послуг -зменшення доходу на абонента через насичення ринку та спад попиту -порушення законодавства та нормативної бази в галузі телекомунікацій - ризик кібератак та порушення безпеки даних
Сильні сторони	Поле СиМ	Поле СиЗ
<ul style="list-style-type: none"> - висока якість послуг та широка покриття мережею 4G - сильний бренд та висока лояльність клієнтів - інноваційні продукти та сервіси, такі як Vodafone TV, Vodafone Pay, Vodafone Cloud тощо - соціальна відповідальність та підтримка екологічних ініціатив 	<p>Стратегія розвитку (SO) використовувати сильні сторони компанії для реалізації можливостей ринку. Наприклад, розширювати мережу 4G та 5G, запускати нові цифрові сервіси, залучати нових клієнтів за допомогою індивідуальних пропозицій та лояльності програм</p>	<p>Стратегія захисту (WT) - зменшувати слабкі сторони компанії та уникати загроз ринку. Наприклад, фокусуватися на ядро бізнесу та лояльних клієнтів, зберегти сильний бренд та репутацію, покращити взаємодію з регуляторами та органами влади.</p>
Слабкі сторони	Поле СлМ	Поле СлЗ
<ul style="list-style-type: none"> - низька рентабельність та високий рівень заборгованості - залежність від політичної та економічної ситуації в країні - втрата частини ринку через конфлікт на Донбасі - недостатня присутність на ринку фіксованого зв'язку та інтернету 	<p>Стратегія диверсифікації (WO) - використовувати можливості ринку для компенсації слабких сторін компанії. Наприклад, входить в нові сегменти ринку, такі як фіксований зв'язок та Інтернет, шукати нових партнерів та альянсів, інвестувати в інноваційні проекти та стартапи.</p>	<p>Стратегія зміцнення (ST) мінімізувати слабкі сторони компанії для протидії загрозам ринку. Наприклад, оптимізувати витрати та покращити ефективність бізнес-процесів, диверсифікувати джерела доходу, підвищити рівень безпеки та захисту даних.</p>

Джерело: розраховано автором на основі фінансової звітності

На основі SWOT-аналізу можна запропонувати наступні стратегії для ПрАТ “Водафон Україна”:

- Стратегія розвитку (SO) - використовувати сильні сторони компанії для реалізації можливостей ринку. Наприклад, розширювати мережу 4G та 5G, запускати нові цифрові сервіси, залучати нових клієнтів за допомогою індивідуальних пропозицій та лояльності програм.

- Стратегія зміцнення (ST) - мінімізувати слабкі сторони компанії для протидії загрозам ринку. Наприклад, оптимізувати витрати та покращити ефективність бізнес-процесів, диверсифікувати джерела доходу, підвищити рівень безпеки та захисту даних.

- Стратегія диверсифікації (WO) - використовувати можливості ринку для компенсації слабких сторін компанії. Наприклад, входити в нові сегменти ринку, такі як фіксований зв'язок та Інтернет, шукати нових партнерів та альянсів, інвестувати в інноваційні проекти та стартапи.

- Стратегія захисту (WT) - зменшувати слабкі сторони компанії та уникати загроз ринку. Наприклад, фокусуватися на ядро бізнесу та лояльних клієнтів, зберегти сильний бренд та репутацію, покращити взаємодію з регуляторами та органами влади.

ВИСНОВКИ

Інвестиційна привабливість підприємства є багатоінтегральною характеристикою підприємства. Це економічна категорія, яка характеризується комплексом фінансових, економічних, соціальних, інформаційних, технічних, організаційних та інших показників, які необхідно враховувати перед прийняттям інвестиційного рішення. Іншими словами, інвестиційна привабливість відображає ступінь привабливості підприємства для потенційних інвесторів, виходячи з його поточних показників і майбутнього потенціалу.

Однак інвестиційна привабливість не є статичним чи універсальним поняттям. Він може змінюватись залежно від позиції суб'єктів оцінки, типу інвестора, часового горизонту, підходу до оцінки та мети оцінки. Наприклад, внутрішній інвестор може мати інші критерії та очікування, ніж іноземний інвестор. Подібним чином короткостроковий інвестор може більше зосереджуватися на ліквідності та прибутковості, ніж довгостроковий інвестор, який цінує стабільність і зростання, тому важливо використовувати відповідні методи та інструменти для оцінки інвестиційної привабливості компаній. Існує два основних типи методів: експертна оцінка та статистичне моделювання. Експертна оцінка ґрунтується на думках і судженнях експертів, які мають знання та досвід в інвестиційній сфері

ПрАТ «Водафон Україна» є одним з найбільших операторів мобільного зв'язку в Україні, який обслуговує понад 20 мільйонів абонентів. Компанія пропонує широкий спектр послуг, включаючи голосовий зв'язок, мобільний інтернет, роумінг, фіксований зв'язок та цифрове телебачення. ПрАТ «Водафон Україна» є частиною міжнародної групи Vodafone, яка налічує понад 500 мільйонів клієнтів у 26 країнах світу.

Окрім того, Vodafone Україна активно розвиває цифрові послуги та рішення для своїх клієнтів. Компанія запустила додаток My Vodafone, який дозволяє керувати своїм номером, тарифом, балансом та послугами онлайн.

Також Vodafone Україна пропонує своїм абонентам безкоштовний доступ до популярних соцмереж, месенджерів та стримінгових сервісів за допомогою спеціальних пакетів.

Vodafone Україна планує продовжувати інвестувати в свою мережу, послуги та цифровізацію свого бізнесу. Компанія має амбітну стратегію стати найбажанішим оператором мобільного зв'язку в Україні та надавати своїм клієнтам найкращий досвід користування, тому має здійснювати інвестиції й надалі.

Основними операторами мобільного зв'язку в Україні є Київстар, Vodafone Україна та Lifecell. За даними НКРЗІ, їх частки ринку за кількістю абонентів становили відповідно 41,5%, 31,9% та 24,5%, тобто ПрАТ «Водафон Україна» посідає друге місце на ринку мобільного зв'язку, причому відставання від лідера не є суттєвим

Показники рентабельності ПрАТ «ВФ Україна» мали найкраще значення у 2021 році, але погіршилися у 2022 внаслідок початку війни та кризових явищ в економіці. У 2021 році рентабельність послуг склала 41,75 %, а вже у 2022 році знов опустилася на рівень 2020 року – 13,5%. Не зважаючи на це падіння, підприємство можна назвати рентабельним, адже всі показники рентабельності мають позитивне значення.

Vodafone Україна також продовжує інвестувати в свою мережу та інфраструктуру. У 2020 році компанія витратила на капітальні інвестиції 3,8 млрд грн, що на 12% більше, ніж у 2019 році. Більша частина інвестицій була спрямована на покращення покриття та якості послуг 4G, а також на побудову власної оптоволоконної мережі.

Окрім того, Vodafone Україна активно розвиває цифрові послуги та рішення для своїх клієнтів. Компанія запустила додаток My Vodafone, який дозволяє керувати своїм номером, тарифом, балансом та послугами онлайн. Також Vodafone Україна пропонує своїм абонентам безкоштовний доступ до популярних соцмереж, месенджерів та стримінгових сервісів за допомогою спеціальних пакетів.

Vodafone Україна планує продовжувати інвестувати в свою мережу, послуги та цифровізацію свого бізнесу. Компанія має амбітну стратегію стати найбажанішим оператором мобільного зв'язку в Україні та надавати своїм клієнтам найкращий досвід користування, тому має здійснювати інвестиції й надалі.

На основі SWOT-аналізу можна запропонувати наступні стратегії для ПрАТ “Водафон Україна”:

- Стратегія розвитку (SO) - використовувати сильні сторони компанії для реалізації можливостей ринку. Наприклад, розширювати мережу 4G та 5G, запускати нові цифрові сервіси, залучати нових клієнтів за допомогою індивідуальних пропозицій та лояльності програм.

- Стратегія зміцнення (ST) - мінімізувати слабкі сторони компанії для протидії загрозам ринку. Наприклад, оптимізувати витрати та покращити ефективність бізнес-процесів, диверсифікувати джерела доходу, підвищити рівень безпеки та захисту даних.

- Стратегія диверсифікації (WO) - використовувати можливості ринку для компенсації слабких сторін компанії. Наприклад, входити в нові сегменти ринку, такі як фіксований зв'язок та Інтернет, шукати нових партнерів та альянсів, інвестувати в інноваційні проекти та стартапи.

- Стратегія захисту (WT) - зменшувати слабкі сторони компанії та уникати загроз ринку. Наприклад, фокусуватися на ядро бізнесу та лояльних клієнтів, зберегти сильний бренд та репутацію, покращити взаємодію з регуляторами та органами влади.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алексєєнко Л.М. Фінансові аспекти оцінки інвестиційної привабливості підприємства. Економічний форум. 2009. № 3. С. 94-102.
2. Андраш О.А. Оцінка інвестиційної привабливості підприємств туристичної галузі. Вісник НТУ «ХП». Тематичний випуск: «Технічний прогрес і ефективність виробництва». 2010. № 8. С. 3-12.
3. Антипенко Є. Методика аналізу та оцінки інвестиційної привабливості підприємств. Економічний аналіз. 2011. Вип. 9. Ч. 3. С. 27-30.
4. Аранчій Д.С. Інвестиційна привабливість підприємств: сутність, фактори впливу та оцінка існуючих методик аналізу. Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. 2011. Вип. 3. Т. 2. С. 59-64.
5. Басов М.Г. Стратегічне фінансове управління реальними інвестиціями підприємств. Часопис економічних реформ. 2013. № 4 (12). С. 80-85.
6. Боровик М. В. Ризик-менеджмент: конспект лекцій для студентів магістратури усіх форм навчання спеціальності 073 Менеджмент / М. В. Боровик ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2018. 65 с.
7. Боярко І.М., Гриценко Л.Л. Інвестиційний аналіз: Навч. посіб. - К.: Центр учбової літератури, 2011. 400 с.
8. Бутко М. Сучасна проблематика оцінки інвестиційної привабливості регіону. Економіка України. 2005. № 11. С. 30-37.
9. Гайдучкий А.П. Оцінка інвестиційної привабливості економіки. Економіка і прогнозування. 2004. № 3. С.119-128.
10. Гончарук А.Г., Яцик А.А. Інвестиційна привабливість промислового підприємства як об'єкт управління. Економіка харчової промисловості. 2011. № 4. С. 29-33.
11. Довбня С.Б. Методичні засади формування інвестиційної привабливості підприємства. Економічний вісник національного гірничого університету. 2007. № 4. С. 43-50.

12. Дудла І.О. Товарознавчі аспекти маркетингу [для студ. вищ. навч. закл.] - К.: Центр учбової літератури, 2011. 224 с.

13. Євтушенко С.О. Організаційно-економічні фактори підвищення інвестиційної привабливості промислових підприємств: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.06.02 «Підприємництво, менеджмент і маркетинг». Харків, 2001. 20 с.

14. Заїка С.О. Фактори формування інноваційного потенціалу підприємств. Вісник Одеського національного університету. Серія: Економіка. Том 20. Випуск 6. 2015. С. 94-97.

15. Горник В.Г. Інвестиційно-інноваційний розвиток промисловості: монографія / В.Г. Горник, Н.В. Дацій. К.: Вид-во НАДУ, 2005. 200 с

16. Гунько В. І. Фактори та показники формування інвестиційної привабливості підприємств. Фінансовий простір. 2013. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Fin_pr_2013_1_18.

17. Диба М. І. Суть та види фінансових ризиків у системі ризик-менеджменту підприємства. Вісник Національного університету “Львівська політехніка”. 2008. № 635: Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. С. 22-28.

18. Дзеніс В.О. 1. Міжнародна інвестиційна привабливість підприємства. Світове господарство і міжнародні економічні відносини. 2017. URL: http://www.marketinfr.od.ua/journals/2017/5_2017_ukr/6.pdf.

19. Зелінська О.М. Теоретичні засади визначення інвестиційної привабливості вітчизняних підприємств в умовах сучасних євроінтеграційних процесів. Глобальні та національні проблеми економіки. 2018. URL: <http://globalnational.in.ua/archive/22-2018/12.pdf>.

20. Іляшенко А. Х. Необхідність, передумови й умови використання блочно-модульних структур маркетингу. Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. 2014. №8. С. 103-106.

21. Клімова І.Г. Розробка ефективної маркетингової стратегії підприємства та управління процесом її реалізації. Держава та регіони. Серія:

Економіка та підприємництво 2013. №5. С. 115-118.

22. Коваль Н. Інвестиційна привабливість України в міжнародних рейтингових оцінках. Інвестиції: практика та досвід. 2010. № 17. С. 3-10.

23. Командровська В.Є., Петриченко К.В. Використання концепції відкритих інновацій для забезпечення економічного зростання країни. Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. Науково-виробничий журнал, 2018. №5 (104) С.17-21.

24. Командровська В.Є. Проблеми використання світового досвіду реінжинірингу для підвищення ефективності бізнес-процесів організації. Проблеми системного підходу в економіці. Збірник наукових праць. Київ: НАУ, 2010. вип.46. С.87-91.

25. Командровська В.Є., Морозенко О.Ю. Бізнес-процеси підприємства: сутність та методи удосконалення. Проблеми підвищення ефективності інфраструктури: Збірник наукових праць. Київ: НАУ, 2011. Вип.46. С.112-118.

26. Командровська В.Є., Коваль О.В. Проблеми підвищення ефективності діяльності підприємства в умовах кризи. Проблеми підвищення ефективності інфраструктури. 2012. Вип.26. URL: <https://jrn1.nau.edu.ua/index.php/PPEI/article/view/461>. (дата звернення: 14.05.2023)

27. Короткова О.В. Інвестиційна привабливість підприємства та методика її оцінювання. Ефективна економіка. 2013. № 6. С. 32-36.

28. Коренюк П. Концептуальні підходи та методи визначення інвестиційної привабливості національної економіки. Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. 2018. Режим доступу до ресурсу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/echscenu_2018_2_10.

29. Костюк Т.І. Інвестиційна привабливість економіки України: реалії та перспективи. Вісник Донецького інституту соціальної освіти: у 3-х т. 2005. Т.1. № 1. С. 48-58

30. Крамаренко К.М. Інвестиційна привабливість підприємства та методичні підходи до її визначення. Причорноморські економічні студії. Вип.

10. 2018. С. 101-104.

31. Крихівська Н.О., Чернишова Г.М. Інвестиційна привабливість України: основні проблеми та шляхи їх вирішення. Економіка і суспільство. 2017. Випуск № 9. С. 260-264.

32. Кривов'язюк І.В. Інвестиційна діяльність підприємства: сутність, методика аналізу та шляхи підвищення її ефективності. Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер.: Економічні науки. 2018. Вип. 31. С. 83-90.

33. Мархайчук М.М. Аналіз методик оцінювання інвестиційної привабливості в контексті інноваційного розвитку підприємства. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2012. № 4. С. 330-336.

34. Методика аналізу та оцінки інвестиційної привабливості підприємств. Економічний аналіз. 2011. Вип. 9, Ч. 3. С. 27-30.

35. Міністерство фінансів України. URL: <https://minfin.com.ua/ua/>

36. Небрат В.В., Корніяк О.В. Особливості механізмів капіталоутворення та інвестування в Україні як чинник фінансових ризиків в умовах війни та післявоєнного періоду. Грааль науки. 2022. № 16. С. 31-34.

37. Рзаєв Г.І. Методичні підходи оцінки інвестиційної привабливості підприємства. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2018. №1. С. 141-149.

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

39. Панухник О. В. Війна та український бізнес. Формування механізму зміцнення конкурентних позицій національних економічних систем у глобальному, регіональному та локальному вимірах. 2022. С. 32-34.

40. Пономаренко В.С., Піддубна Л.І. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства: Х.: ВД «ІНЖЕК», 2008. 328 с.

41. Про затвердження Положення про порядок здійснення аналізу фінансового стану підприємств, що підлягають приватизації від 26.01.2019. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/ru/z0121-01#o52>.

42.Рзаєв Г.І., Вакулова В.О. Методики оцінки інвестиційної привабливості на рівні країни та перспективи їх використання в економічному аналізі. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2016. № 3(1). С. 137-143.

43.Середа Н. М., Левіщенко О. С., Командровська В.Є. Стратегія ефективного розвитку економіки України в повоєнний період. Ефективна економіка 2023. № 6. DOI: <https://doi.org/10.32702/23072105.2023.6.33>

44.Ситник О.В. Економічна сутність інвестиційної привабливості підприємства та її характеристики. Інвестиції: практика та досвід. 2015. №23. С. 127-130.

45.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.

46.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. 381386.

47.Топалов С. А. Формування інвестиційної привабливості підприємств. Вісник Запорізької державної інженерної академії. 2014. С. 130-139.

48. Федорова Ю. В. Аналіз підходів до оцінки інвестиційної привабливості підприємств. URL: http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/vsunu/2010_11_2/Fedorova_JU.pdf

49. Фльорко В. Оцінка інвестиційної привабливості підприємства: проблеми врахування ризику і зниження його рівня. Регіональна економіка. 2003. №4. С.190-199.

50. Швець Ю.О., Бурдило О.В. Оцінка інвестиційного клімату в Україні: стан, проблеми та шляхи його поліпшення. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Випуск 12, частина 2. 2017. С. 165-168.

51.Шпортько Г. Ю. Оцінка інвестиційної привабливості промислового підприємства. Ефективна економіка. 2014. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_

2014_11_71.

52. Юхимчук С.В. Матрична модель оцінки інвестиційної привабливості промислових підприємств. *Фінанси підприємств*. 2003. №1. С.3-12.

53. Яцук 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.

54. Komandrovskaya V., Maksymenko Z. Creating a strategy for intellectual innovative development of the national economy. *Research Reviews of Czestochowa University of Technology – Management*, vol. 42, p. 19-33. 2021.

55. Danilova E.I., Marchenko V.M., Kovalenko Y.O., Ovsak O.P., Komandrovskaya V.Ye. Prospects for methodological support of procedures for managing the economic security of enterprise activities. *Estudios de Economia Aplicada*, 2021, 39(6).

56. Komandrovskaya V., Kolesnyk M., Barkova K., Vasylyk S., Dorofiev D. Conceptual bases of the Investment Mechanism of the Innovative Activity of Enterprises in the Context of Achieving the Tasks of Strategic Development. (2021). *IJCSNS International Journal of Computer Science and Network Security*, № 21(11), p.p.111-118. <https://doi.org/10.22937/IJCSNS.2021.21.11.15>.

57. Kolesnyk Maksym; Mykolaichuk Iryna; Kovalenko Yuliia; Sylkina Yulia; Komandrovskaya Veronika; Velychko Olena. (2022) Social responsibility as a corporate strategy of the enterprise. Volume 12. Issue 2. pp. 216 - 222 Doi: <https://doi.org/10.33543/120231>

ДОДАТКИ

Звіт про фінансові результати ПрАТ «Водафон Україна» за 2020-2022 рр.

Стаття	Код рядка	2020	2021	2022
Чистий дохід від реалізації продукції товарів робіт послуг	2000	18142407	20144755	19824428
Собівартість реалізованої продукції товарів робіт послуг	2050	9117035	9178029	8369910
Валовий:	2090	9025372	10966726	11463518
прибуток		9025372	10966726	11463518
Інші операційні доходи	2120	328941	65249	976326
Адміністративні витрати	2130	2267051	2778308	2984500
Витрати на збут	2150	2021497	2224748	1934734
Інші операційні витрати	2180	38641	108433	1004402
Фінансовий результат від операційної діяльності:	2190	5027124	5920486	6516208
Інші фінансові доходи	2220	69739	46962	173468
Інші доходи	2240	1213	509 362	
Фінансові витрати	2250	1491450	1691167	1448569
Інші витрати	2270	2010525	1251	3805559
прибуток	2290	1596100	787135	1440750
Витрати дохід з податку на прибуток	2300	394779	915631	1298043
Чистий прибуток	2350	1201322	3831547	1100355

Баланс ПрАТ «Водафон Україна» за 2020-2022 рр.

Актив	Код рядка	2020	2021	2022
1	2	3	4	5
I. Необоротні активи				
Нематеріальні активи:	1000	8046683	7567423	6782757
первісна вартість	1001	12897937	13053598	13301794
накопичена амортизація	1002	4851254	5486175	6519037
Незавершені капітальні інвестиції	1005	589563		
Основні засоби:	1010	12365407	11853488	11726625
первісна вартість	1011	25985858	27475203	29144600
знос	1012	13629451	15621715	17417975
Довгострокові фінансові інвестиції:			502516	494539
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030		502516	494539
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	903	1042	38 113
Відстрочені податкові активи	1045	340539	177062	141717
Інші необоротні активи	1090	232114	177062	141717
Усього за розділом I	1095	21566209	20528783	19570269
II. Оборотні активи				
Запаси	1100	258710	27991	33373
Виробничі запаси	1101	258710	22354	28852
Товари	1104		5637	4521
Дебіторська заборгованість за продукцію товари роботи послуги	1125	696033	829388	2345824
Дебіторська заборгованість за розрахунками:				
за виданими авансами	1130	133507	175368	242491
з бюджетом	1135	63195	146	9818
у тому числі з податку на прибуток	1136	63043		9603
з нарахованих доходів	1140	1603	10425	20494
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	4927	22526	1085
Поточні фінансові інвестиції	1160	12168185	11875263	13086.393
Гроші та їх еквіваленти	1165	2820182	2539723	4775787
Готівка	1166	6393	1900	1900
Рахунки в банках	1167	2762473	2502529	4730159
Витрати майбутніх періодів	1170	19903	29235	39504
Інші оборотні активи	1190	156411	107379	129934 1
Усього за розділом II	1195	16223441	15617444	20684703
Баланс	1300	37789650	35959561	40094776

Продовження додатку Б

Пасив	Код рядка	2020	2021	2022
1	2	3	4	5
I. Власний капітал				
Зареєстрований пайовий капітал	1400	7817	7817	7817
Резервний капітал	1415	1954	1954	1954
Нерозподілений прибуток непокритий збиток	1420	15576236	15834310	16899693
Усього за розділом I	1495	15586007	15844081	16909464
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення				
Інші довгострокові зобов'язання	1515	16479501	14999932	17336202
Довгострокові забезпечення	1520	504399	354053	366995
Цільове фінансування	1525	1365	896	1715
Усього за розділом II	1595	16985265	15354881	17704912
III. Поточні зобов'язання і забезпечення				
Поточна кредиторська заборгованість:	1610	1443353	1377289	1503970
за товари роботи послуги	1615	1351039	909968	1391697
за розрахунками з бюджетом	1620	304935	260463	159473
за у тому числі з податку на прибуток	1621	18351	3774	
за розрахунками зі страхування	1625	4011	121	3679
за розрахунками з оплати праці	1630	89518	80822	72608
за одержаними авансами	1635	564094	575172	635739
за розрахунками з учасниками	1640		263	
Поточні забезпечення	1660	559699	569898	779857
Доходи майбутніх періодів	1665	882290	926184	898369
Інші поточні зобов'язання	1690	19439	34382	35008
Усього за розділом III	1695	5218378	4760599	5480400
Баланс	1900	37789650	35959561	40094776