

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПЕРВОМАЙСЬКА ФІЛІЯ
НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ КОРАБЛЕБУДУВАННЯ
ІМЕНІ АДМІРАЛА МАКАРОВА

Кафедра економіки
і організації виробництва

“ДОПУЩЕНИЙ ДО
ЗАХИСТУ”

Завідувач кафедри

_____ Гришина Л.О.

“ ” _____ 2020 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття ступеня вищої освіти «магістр»

на тему: Оцінка інвестиційної привабливості підприємства та
засоби впливу на її підвищення

Виконала: студентка 62-Екмаг-19 групи

_____ Чудочкін В.О.

(підпис)

Керівник роботи:

Декан ІЕФ ПФ НУК, к.е.н., доцент

(посада, науковий ступень вчене звання)

_____ Жувагіна І.О.

(підпис)

Первомайськ – 2020

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ

ІП	Інвестиційний потенціал
ІППЛП	Інвестиційний потенціал підприємств легкої промисловості
ВВП	Валовий внутрішній продукт
ОЕСР	Організації економічного співробітництва та розвитку
ВРП	Валовий регіональний продукт
СЕЗ	Спеціальні економічні зони
ТРП	Території пріоритетного розвитку
СПРЕД	Спеціальні правові режими економічної діяльності

УМОВНІ ПОЗНАЧЕННЯ У ТАБЛИЦЯХ

Тире (–)	Явищ не було
Символ (×)	Заповнення рубрики не має сенсу або недоцільне
Крапки (...)	Відомості відсутні
Нуль (0; 0,0)	Явища відбулися, але в одиницях вимірювання, менших за ті, що можуть бути виражені розрядами, використаними у таблиці

ЗМІСТ

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ.....	3
ВСТУП.....	
РОЗДІЛ 1. Теоретичні аспекти оцінки інвестиційного потенціалу підприємства	7
1.1. Трансформація підходів до визначення дефініції поняття інвестиційного потенціалу підприємства.....	7
1.2. Чинники формування інвестиційного потенціалу підприємства.....	12
1.3. Концептуальна модель оцінки інвестиційного потенціалу підприємства.....	19
Висновки до першого розділу.....	24
РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПрАТ «САНТА УКРАЇНА»	29
2.1. Організаційно-економічна характеристика ПрАТ «Санта Україна».....	29
2.2. Аналіз фінансово-економічної діяльності підприємства.....	33
2.3. Оцінка сприятливості зовнішнього середовища розвитку інвестиційного потенціалу ПрАТ «Санта Україна».....	40
Висновки до другого розділу.....	56
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПрАТ «САНТА УКРАЇНА» В КОНТЕКСТІ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ СУЧАСНОСТІ	65
3.1. Заходи активізації інвестиційної потужності підприємства	65
3.2. Детермінанти інвестиційного розвитку ПрАТ «Санта Україна».....	75
3.3. Впровадження бренд-менеджменту в управлінську діяльність як основоположного заходу підвищення інвестиційної привабливості підприємства.....	86
Висновки до третього розділу.....	
РОЗДІЛ 4. ОХОРОНА ПРАЦІ НА ПрАТ «САНТА УКРАЇНА»	92
4.1. Загальні вимоги безпеки до технологічного обладнання та процесів виробництва на підприємстві	92
4.2. Методи аналізу виробничого травматизму і профзахворюваності на підприємстві	94
4.3. Витрати на заходи щодо покращення умов праці і виробничої санітарії	99
4.4. Протипожежний захист	106
Висновки до четвертого розділу.....	
ВИСНОВКИ	119
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	121
ДОДАТКИ	125

ВСТУП

Актуальність теми. За сучасних умов загострення конкурентної боротьби на споживчому ринку вимагає від підприємств легкої промисловості посилення існуючих та формування нових конкурентних переваг, що забезпечується розвитком їх інвестиційного потенціалу. Запорукою зміцнення інвестиційного потенціалу підприємств є застосування ефективного управління, складовою якого виступає його оцінка. Це обумовлює необхідність удосконалення системи оцінювання інвестиційного потенціалу підприємств та забезпечення її відповідності сучасним вимогам практики.

Проблеми оцінки потенціалу підприємства досліджувалися багатьма відомими науковцями, а саме: В. Довбенко, С. Козьменко, І. Куліковим, О. Лапіним, І. Отенко, П. Перервою, А. Самоукіним, Л. Стрелковою, О. Тищенко, Н. Трофименко, О. Федоніною, П. Фоміним та ін. Вирішенням питань оцінки інвестиційного потенціалу займалися Абікаєв Н., Бойчук Р., Бочаров В., Горшков Р., Ващенко Н., Катасонов В., Леонов С., Литюга Ю., Новосьолова З., Пилушенко В. та ін. Значна увага приділялась визначенню сутності та складу інвестиційного потенціалу підприємств, розгляду підходів до його формування, систематизації принципів оцінки та її інформаційного забезпечення. Проблеми врахування галузевої специфіки під час оцінки інвестиційного потенціалу підприємств легкої промисловості знайшли відбиття в роботах Боліновської Н., Ващенко Н., Власової Н., Гречиної І., Краснокутської Н. та ін.

Однак окремі аспекти теоретичного обґрунтування та методичного забезпечення оцінки інвестиційного потенціалу потребують уточнення. Так, проблема оцінки інвестиційного потенціалу підприємств легкої промисловості не є системно розробленою внаслідок її розгляду як одного з аспектів оцінки економічного потенціалу підприємства в цілому; перевага в сучасних дослідженнях надається інвестиційній привабливості підприємства та її оцінці; відсутнє достатнє висвітлення принципово важливих питань, пов'язаних із

цілісною, системною і комплексною оцінкою інвестиційного потенціалу, що враховує галузеві особливості діяльності підприємств. Крім того, перманентна трансформація конкурентних умов вітчизняного споживчого ринку викликає необхідність удосконалення теоретико-методичних підходів до оцінки інвестиційного потенціалу, у тому числі формуванні адекватної моделі оцінки інвестиційного потенціалу підприємства та відповідного методичного забезпечення.

Недостатня теоретико-методична розробленість питань дослідження інвестиційного потенціалу підприємства та його оцінки, а також їх практична значущість для вітчизняних підприємств зумовили вибір теми наукового дослідження.

Мета і завдання дослідження. Метою дослідження є обґрунтування теоретико-методичних положень та розробка практичних рекомендацій щодо оцінки інвестиційного потенціалу підприємства.

Для досягнення поставленої мети в кваліфікаційній роботі вирішено наступні завдання:

узагальнено підходи до дефініції інвестиційного потенціалу підприємства та уточнено його сутність;

представлено концептуальну модель оцінки інвестиційного потенціалу підприємств легкої промисловості;

систематизовано методи оцінки інвестиційного потенціалу та визначено можливості їх застосування для промислових підприємств;

визначено чинники впливу на інвестиційний потенціал підприємств легкої промисловості;

запропоновано науково-методичний підхід до оцінки сприятливості зовнішнього середовища розвитку інвестиційного потенціалу підприємства;

визначено характерні риси та особливості розвитку інвестиційного потенціалу ПрАТ «Санта Україна»;

обґрунтовано методичний підхід до оцінки рівня розвитку інвестиційного потенціалу підприємства;

представлено методи оцінки внутрішнього інвестиційного потенціалу ПрАТ «Санта Україна»;

здійснено імплементацію науково-методичних підходів до оцінювання інвестиційного потенціалу підприємства легкої промисловості.

Об'єктом дослідження є процес оцінки інвестиційного потенціалу підприємства.

Предметом дослідження є теоретичні, науково-методичні та практичні засади оцінки інвестиційного потенціалу ПрАТ «Санта Україна».

Методи дослідження. Теоретичним підґрунтям кваліфікаційної роботи стали наукові праці вітчизняних і зарубіжних вчених, законодавчі та нормативні акти України. У роботі використано загальнонаукові та спеціальні методи дослідження. Досягнення мети дослідження базувалося на системному підході до вивчення економічних явищ, зокрема на фундаментальних положеннях економічної теорії та теорії менеджменту, методології економічного аналізу, прийняття рішень. Теоретичні та прикладні аспекти дослідження вивчалися із застосуванням таких методів: структурно-логічного аналізу – під час дослідження сутності та обґрунтування складових інвестиційного потенціалу підприємства; компаративного аналізу – під час систематизації методів оцінки інвестиційного потенціалу підприємства; комплексного аналізу – для оцінки впливу чинників зовнішнього середовища на формування інвестиційного потенціалу підприємства легкої промисловості; кореляційного аналізу – для визначення міцності зв'язку між основними чинниками впливу на формування інвестиційного потенціалу сучасного підприємства; коефіцієнтного – для оцінки інвестиційної привабливості ПрАТ «Санта Україна»; експертної оцінки – для визначення значущості окремих показників та різних груп у загальній системі показників оцінки інвестиційної привабливості підприємства; матричного – для оцінки можливостей забезпечення потреб простого / розширеного відтворення підприємства легкої промисловості; економіко-статистичного і економіко-математичного – для оцінки рівня внутрішнього інвестиційного потенціалу підприємства; графічного

– для схематичного відображення низки теоретичних та практичних положень магістерської роботи та ін. Інформаційну базу дослідження становили: офіційна інформація Державної служби статистики України, показники статистичної та фінансової звітності ПрАТ «Санта Україна», дані мережі Internet, власні аналітичні розрахунки. Обробка даних здійснювалася за допомогою сучасних інформаційних технологій.

Апробація результатів кваліфікаційної роботи. Основні результати кваліфікаційної роботи оприлюднені в матеріалах Всеукраїнської науково-практичної конференції «Проблеми розвитку регіонів: промисловий і економічний аспекти», присвяченої 100-річчю Національного університету кораблебудування імені адмірала Макарова, м. Первомайськ, 2020р.

Публікації. За результатами дослідження опубліковано тези доповіді конференції.

Структура та обсяг кваліфікаційної роботи. Кваліфікаційна робота складається із вступу, чотирьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. Основний текст дослідження викладено на 125 сторінках комп'ютерного тексту. Робота містить 26 таблиць, 7 рисунків, список використаних джерел із 35 найменувань, розміщений на 3 сторінках та 5 додатків.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОЦІНКИ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Трансформація підходів до визначення дефініції поняття інвестиційного потенціалу підприємства

Сучасне складне й динамічне ринкове середовище, зростаючий інтерес до проблем якості вимагає від українських підприємств легкої промисловості постійного вдосконалювання систем управління, зокрема управління ресурсами і можливостями.

Наявність різноманітних джерел невикористаних можливостей покращення результатів діяльності підприємства та складного механізму взаємодії між ними зумовили введення в економічну науку поняття потенціал [3]. Дослідження опублікованих наукових робіт свідчить про відсутність серед науковців і дослідників єдиної точки зору з питання визначення потенціалу, розуміння його сутності та структурних елементів.

Систематизація існуючих підходів до визначення поняття «потенціал» (табл. А.1, додаток А) дозволила виділити такі позиції до його трактування:

- 1) сукупність ресурсів [2; 3];
- 2) результат відносин між суб'єктами господарської діяльності [4; 5];
- 3) здатність наявних ресурсів створювати вартість [6 – 10];
- 4) можливість [11].

Наявність значного спектру кількісного і якісного визначення потенціалу як: економічних ресурсів, обсягу виробленої продукції та послуг у виробничій і невиробничій сфері діяльності, сукупної здатності наявних економічних ресурсів створювати певну кількість споживних вартостей, обумовлює необхідність комплексного підходу до дослідження потенціалу в цілому та інвестиційного потенціалу зокрема [12].

Незважаючи на різницю в акцентах, загальним для наведених визначень

потенціалу є його зв'язок з:

- 1) внутрішніми ресурсами і можливостями;
- 2) умовами, що сприяють реалізації цих можливостей (рис. 1.1.).

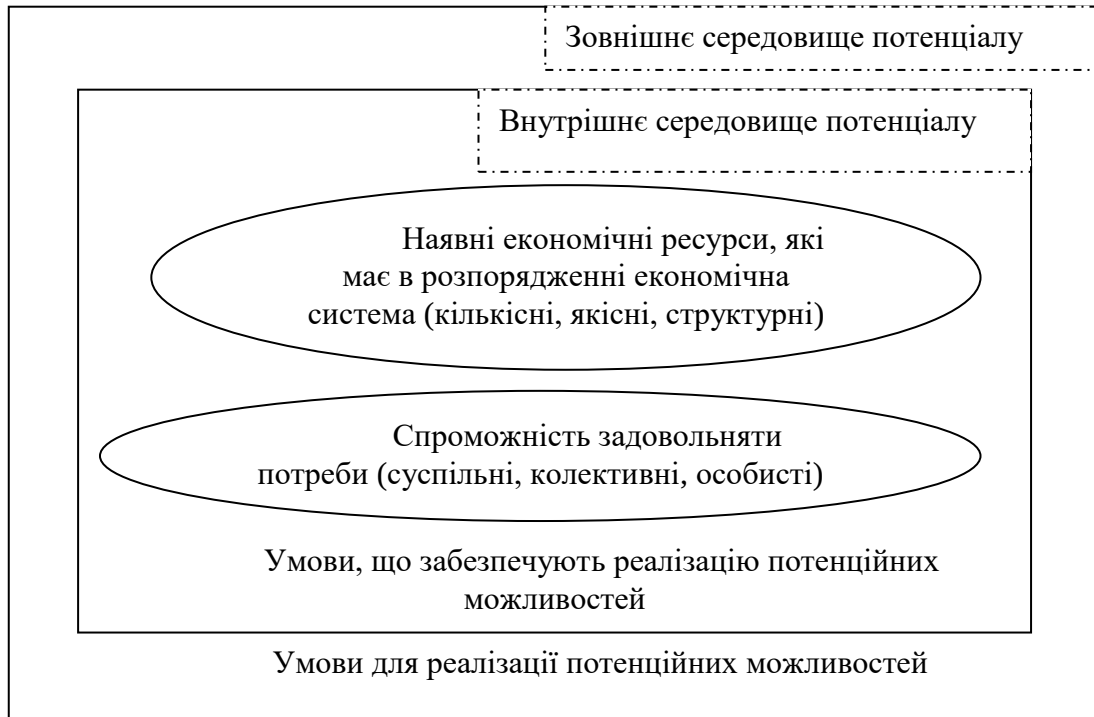


Рис. 1.1. Економічна сутність потенціалу підприємства

Аналіз проблем економічного потенціалу передбачає визначення сутності одного з головних понять – інвестиційного потенціалу, яке в економічній літературі трактується по-різному.

Функціонування та ефективність діяльності підприємства безпосередньо обумовлені наявністю та ефективністю використання його потенціалу та його конкретних видів. Так, виробнича діяльність обумовлена використанням виробничого потенціалу, фінансова – фінансовим, інноваційна – інноваційним, інвестиційна – інвестиційним, організаційна – організаційним, управлінська – кадровим потенціалом тощо.

Сучасна економічна наука дискутує, оцінюючи проблемні питання, пов'язані з формуванням та використанням потенціалу підприємства. Так, у сучасних дослідженнях значна увага спрямовується в бік економічного [13; 14;

15 – 17], виробничого [18 – 21], інноваційного [22 – 28], кадрового [29 – 32], маркетингового [33 – 35] потенціалу тощо. Інвестиційний же потенціал підприємства на сьогодні залишається практично не дослідженим – особливо питання конкретизації термінології.

Інвестиційний потенціал відображає можливість і готовність господарюючого суб'єкта до тих видів інвестиційної діяльності, які забезпечать досягнення інвестиційних цілей. Але, не зважаючи на зв'язок з інвестиціями, інвестиційний потенціал не можна ототожнювати з ними, оскільки він «характеризує певний стан, який реалізується через механізм інвестицій на підприємстві» [43].

У сучасній економічній літературі поняття інвестиційного потенціалу розглядається в різних якісних характеристиках, що свідчить про багатогранність даної категорії та її важливість для науки й практики [44].

Так, Ф.С. Тумусов трактує це поняття як сукупність інвестиційних ресурсів, що складають ту частину накопиченого капіталу, яка представлена на інвестиційному ринку у формі потенціального інвестиційного попиту, який спроможний і має можливості перетворитися на реальний інвестиційний попит, що забезпечує задоволення матеріальних, фінансових і інтелектуальних потреб відтворення капіталу [45]. Інші автори розглядають інвестиційний потенціал у взаємозв'язку з кількістю розроблених (або тих, що розробляються) інвестиційних проектів [46; 47]. На думку російського дослідника Р.А.Кармова, вище наведені визначення передбачають застосування до інвестиційного потенціалу поняття «інвестиційна ємність» або «інвестиційна потреба» [48].

Академік Хачатуров Т.С. розкриває це поняття на базі галузевого підходу, який заснований на аналогії між інвестиційним потенціалом і комплексом фондоутворюючих галузей (машинобудування, будівництво, виробництво будівельних матеріалів і ін.) [49]. Однак це визначення фактично звужує сутність досліджуваного поняття і зводить його до поняття «виробничий потенціал». Зауважимо, що даний термін може застосовуватися для характеристики можливих у перспективі вкладень, які певною мірою

можуть непрямо залежати від розміру раніше накопичених основних засобів, але ця залежність не є прямолінійною. Тому ототожнення інвестиційного потенціалу з основними засобами виробництва, які має підприємство, є досить дискусійним.

Вихідним постулатом теорії ринкової економіки є обмеженість ресурсів та їх нерівноцінний розподіл між суб'єктами економічних відносин, у т.ч. підприємствами. Із цього виходить, що кожний суб'єкт господарювання, як елемент загальної господарчої системи, має або може мати певні види переваг. Виходячи з цього Чуб Б.А. і Яремчук Н.С. відзначають, що потенціал може розглядатися як можливість і готовність суб'єктів ринку спеціалізуватися на тих видах діяльності, за якими в конкретний момент часу є абсолютні або порівняльні переваги [20; 21].

Саме на теорії абсолютних і порівняльних переваг заснований ще один підхід до визначення сутності інвестиційного потенціалу.

Абсолютні переваги визначаються геостратегічними, географічними, природно-кліматичними, демографічними умовами певної території, або регіону розташування підприємства, і визначають якість та вартість використовуваних матеріальних і фінансових ресурсів, їх ціну та обсяг, рівень розвитку банківської системи країни, наявність кваліфікованих кадрів у країні або регіоні, рівень доходів населення (що впливає на доходи підприємства роздрібної торгівлі, а через це і на його фінансове становище) тощо. Порівняльні переваги в рамках сучасної науки можуть бути обумовлені інвестиційним потенціалом, що дозволяє реалізовувати стратегії зниження витрат або диференціювати асортимент продукції, яка реалізується. Тому часто для збереження конкурентоспроможності та завоювання порівняльної переваги окремому підприємству необхідно підтримувати високий рівень обслуговування (через підвищення кваліфікації працівників, удосконалення організації торгівлі тощо).

Одним із концептуальних підходів у визначенні інвестиційного потенціалу, є його розгляд як складової частини системного комплексу –

«економічного потенціалу», або як частини його окремих складових, наприклад, фінансового.

Інші дослідники також розглядають інвестиційний потенціал у сукупності з фінансовим потенціалом і визначають фінансово-інвестиційний потенціал як сукупність фінансових і інвестиційних ресурсів підприємства, які дозволяють йому здійснювати ефективну інвестиційну діяльність, спрямовану на забезпечення його ефективної та стійкої господарської діяльності.

Деякі науковці розглядають його в динаміці [21; 22], відзначаючи, що його формування, стан та ступінь використання значною мірою визначаються як зовнішніми (ендогенними) чинниками впливу, зумовленими розвитком та рівнем ефективності використання інших складових економічного потенціалу підприємства, що, власне, і зумовлює доцільність розгляду інвестиційного потенціалу у тісному взаємозв'язку з ними, так і екзогенними чинниками, зумовленими станом та характеристиками макросередовища, в якому функціонує підприємство. Погоджуємося з думкою Покатаєвої К.П., що розгляд тільки з позицій ресурсного підходу означатиме «розуміння інвестиційного потенціалу лише як сукупності фінансових ресурсів для здійснення інвестиційної діяльності» [31, с. 265].

Узагальнюючи існуючі підходи, вважаємо більш доречною інтерпретацію інвестиційного потенціалу підприємства через сутність поняття потенціалу як економічної категорії, що являє собою наявні ресурси, можливості, запаси, кошти, компетенції, які можуть бути використані для досягнення або здійснення чогось.

Інвестиційна привабливість підприємства є складним, багатоаспектним поняттям оціночного характеру. Її рівень формується під впливом багатьох внутрішніх і зовнішніх факторів розвитку підприємства. Інвестиційна привабливість характеризує доцільність щодо інвестування в підприємство в термінах здійснення інвестиційної діяльності з максимальним ефектом за мінімальних витрат, або іншими словами – виступає як сукупність характеристик, які дозволяють потенційному інвестору оцінити ступінь

привабливості конкретного об'єкта інвестицій для вкладання наявних коштів у порівнянні з іншими. На думку деяких дослідників, це поняття є ширшим, і «в більшості випадків використовується для потреб інших суб'єктів економіки», зокрема потенційних інвесторів, ринкових аналітиків тощо, тобто є «підґрунтям прийняття ними інвестиційних рішень стосовно підприємства, тому одночасно містить в собі і характеризує його інвестиційний потенціал» [11, с. 264]. Таким чином, інвестиційний потенціал може розглядатися як одна зі складових інвестиційної привабливості, що дозволяє спрогнозувати інвестиційний ризик під час розробки інвестиційної стратегії підприємства [15].

Відзначимо, що підприємство є відкритою економічною системою, стан і процеси в якій значною мірою визначаються впливом зовнішнього середовища. Необхідною умовою об'єктивного трактування даної категорії є врахування того факту, що наявні економічні ресурси та сформовані ними інвестиційні потужності підприємства можуть бути ефективно використані за умови грамотного управління ними, що передбачає наявність на підприємстві підприємницького або управлінського потенціалу як активного елементу економічного потенціалу, що формує інвестиційні продукти з використанням різних інструментів.

Проведений аналіз існуючих підходів до розуміння сутності інвестиційного потенціалу дозволяє стверджувати, що інвестиційний потенціал підприємства є комплексним поняттям, яке може розглядатися з різних позицій (табл. Б.1, додаток Б) [16]. Трактування інвестиційного потенціалу, наведені в економічній літературі, об'єднані нами за визначеними напрямками в табл. 1.1.

Таким чином, інвестиційний потенціал підприємства спирається на наявні знання, організаційний інтелект, що представляє собою здатність підприємства адаптувати трудовий, виробничий і фінансовий потенціал для здійснення інвестиційної діяльності.

Ці фактори обумовлюють нагромадження інвестиційних ресурсів, створюють умови формування інвестиційних потреб підприємства, які надалі можуть реалізуватися в ефективну інвестиційну стратегію.

Таблиця 1.1

Підходи до визначення сутності інвестиційного потенціалу підприємства

Підхід до визначення	Сутність
Інвестиційний потенціал як складова загального потенціалу	Є складовою потенціалу більш високого порядку (економічного, виробничого, інноваційного)
Інвестиційний потенціал як сукупність ресурсів	Є впорядкованою сукупністю фінансових та інвестиційних ресурсів
Інвестиційний потенціал як здатність	Визначає здатність (спроможність) підприємства здійснювати інвестиційну діяльність
Інвестиційний потенціал як можливість	Характеризує наявні і приховані можливості підприємства щодо простого і розширеного відтворення
Інвестиційний потенціал спрямованість на результат	Спрямований на забезпечення умов нормального відтворення і одержання додаткового прибутку

Не зважаючи на загальні риси інвестиційного потенціалу, існують певні особливості відповідно галузевої належності підприємства. Це обумовлює необхідність детальнішого розгляду специфіки підприємств легкої промисловості.

У результаті проведеного дослідження робіт визначних вітчизняних фахівців у галузі промисловості (Апопій В.В., Балабанова Л.В., Лігоненко Л.О., Мазаракі А.А., Власова Н.О., Чорна М.В. і т.д.) [17] також закордонних дослідників (Еванс Дж., Берман Д., Леви М., Бартон В., Крафт М., Мантрал М.К. та ін.) [24], було виділено основні характерні особливості легкої промисловості, а саме:

- висока швидкість обороту капіталу, низька рентабельність та короткий строк окупності вкладеного капіталу, що підвищує привабливість легкої промисловості для інвесторів порівняно з іншими галузями;

- значний динамізм та висока гнучкість торговельно-технологічного процесу, що сприяє швидкій адаптації до змін кон'юнктури споживчого ринку та запитів споживачів;

- характерна структура капіталу: забезпечення додаткової потреби в

оборотних коштах, яка зумовлена існуванням певного проміжку часу між надходженням сировини та її реалізацією, як правило за рахунок короткострокових кредитів і кредиторської заборгованості, що пояснює порівняно менший рівень фінансової стійкості підприємств промисловості;

- наявність широкого асортименту та значна кількість постачальників у межах однієї асортиментної групи.

Визначені особливості легкої промисловості чинять вплив на інвестиційний потенціал підприємств та підлягають урахуванню під час визначення сутності досліджуваного поняття поряд із його основним змістом. З урахуванням наведеного вище та галузевої специфіки промисловості можна відзначити, що всі види потенціалу підприємства легкої промисловості не лише здійснюють взаємний вплив один на одного, але має місце їх взаємне проникнення [25]. На рис. 1.2. наведено схему взаємозв'язку інвестиційного потенціалу та інших видів економічного потенціалу підприємства легкої промисловості, із якими відбувається найбільш тісний вплив (фінансовий, торговельно-технологічний, трудовий, інноваційний).

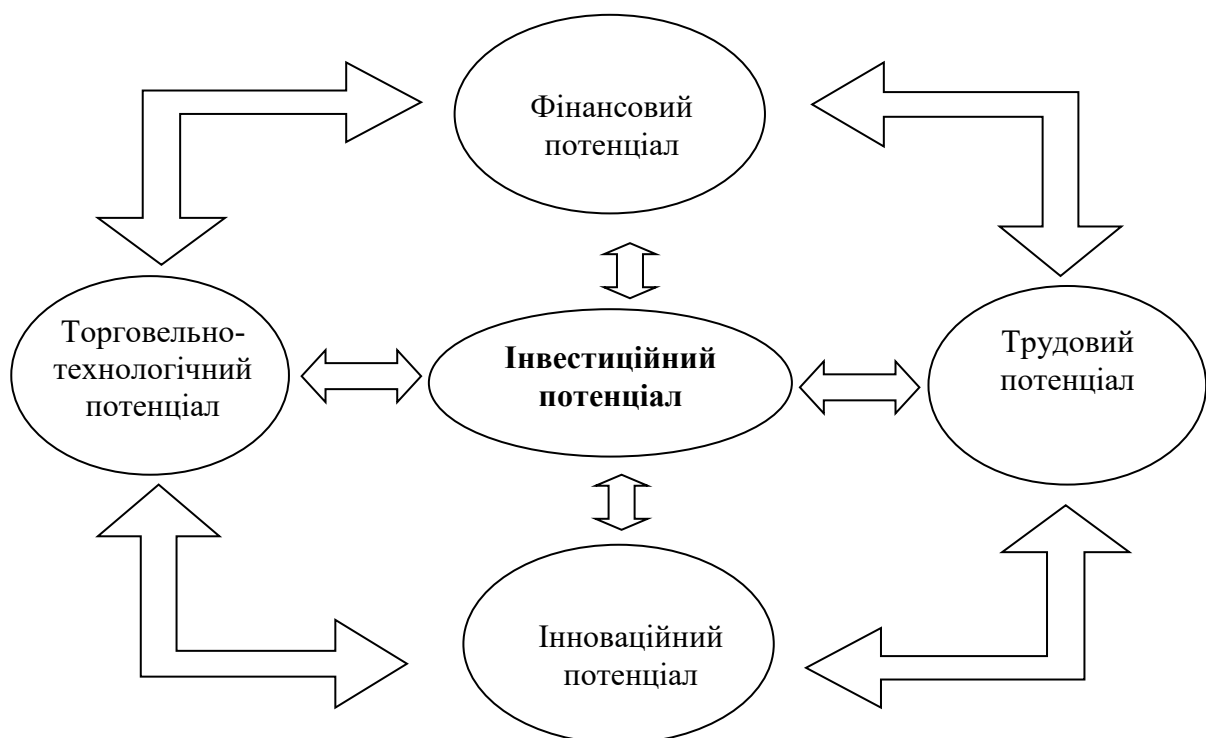


Рис. 1.2. Взаємозв'язок інвестиційного потенціалу з іншими складовими економічного потенціалу підприємства

Відзначимо, що для легкої промисловості характерною є більша питома вага пасивної частини основних фондів у загальній їх структурі, що втілюється у торговельних і складських площах [15;16].

З позиції інвестиційного потенціалу фінансові ресурси розглядаються як фінансові можливості підприємства щодо ефективного здійснення інвестиційної діяльності і відображені у формах залучення і напрямках вкладення капіталу. Форми залучення капіталу підприємствами галузі різняться за об'єктами інвестування. За сучасних умов розвитку у легкій промисловості вони можуть бути представлені у грошовій і товарній формах, лізингом, франчайзингом та ін.

Визначальною рисою різних економічних систем є особливості врахування альтернативної вартості при прийнятті рішень. Виходячи з цього більш ефективною вважатиметься та система, яка забезпечить найбільш повне врахування альтернативної вартості ресурсів, що використовуються. Характерною рисою будь яких ресурсів є їх обмеженість, тобто недостатність для задоволення всіх інвестиційних потреб підприємства. Використання ресурсів на одні цілі неминуче виключає можливість їх альтернативного застосування. Це обумовлює пріоритетність вирішення питання оптимального використання доступних ресурсів.

Згідно з концепцією альтернативної вартості, грошова оцінка ресурсів відображає їх цінність при найкращому альтернативному використанні.

Інвестиційна діяльність здійснюється з конкретною метою, оптимальне досягнення якої передбачає вибір оптимального із сукупності альтернативних рішень [28].

Разом з тим, розгляд потенціалу по відношенню до окремого підприємства дозволяє говорити про інвестиційний потенціал, як вираз реальних здібностей до використання наявних ресурсів для досягнення стратегічних і тактичних цілей підприємства у сфері інвестиційної діяльності. Сукупність таких здібностей в економічній літературі визначаються як компетенції [29].

Управлінська підсистема інвестиційного потенціалу підприємства охоплює компетенції, тобто здатності управлінського апарату та спеціалістів щодо створення і організації оптимального залучення та використання інвестиційних ресурсів, спрямовані на забезпечення ефективної інвестиційної діяльності, а саме забезпечення простого і розширеного відтворення, підвищення інвестиційної привабливості підприємства на ринку.

Дані компетенції втілюються в якості, кількості, структурі управлінського персоналу та спеціалістів, які приймають і реалізують рішення інвестиційного характеру, виконуваних ними функціях та організаційної структурі управління, загальної для всього підприємства легкої промисловості.

Особливості інвестиційного потенціалу в підприємствах легкої промисловості наведені в табл. 1.2.

Таблиця 1.2

Інвестиційний потенціал (ІП) підприємства легкої промисловості

Підсистема	Складові	Особливості легкої промисловості
Інвестиційно-фінансова підсистема	Матеріальні	низька частка основних засобів та висока частка оборотних коштів у сукупних активах;
		переважна частка активної частини основних фондів;
		висока питома вага товарних запасів в оборотних активах;
	Фінансові	низька потреба у власному капіталу;
		використання переважно короткострокових позикових джерел для фінансування активів;
		висока швидкість обертання капіталу;
Управлінська підсистема	Здібності персоналу управління та спеціалістів	висока працемісткість;
		суміщення професій;
		висока мобільність трудових ресурсів.

У свою чергу ресурси і компетенції, виходячи з їх наявності та результатів використання, визначають можливості підприємства здійснювати інвестиційну діяльність. Узагальнюючи вище наведене, розроблено концептуальну модель інвестиційного потенціалу підприємства, яка відображає

його бачення як комплексної системи, що являє собою сукупність окремих підсистем (інвестиційно-фінансової та управлінської), поєднання яких дозволяє досягти визначеної цілі щодо управління інвестиційної діяльності (рис. 1.3).



Таким чином, уточнюючи існуючі підходи до даного поняття та базуючись на представленій концептуальній моделі, пропонується таке визначення інвестиційного потенціалу: інвестиційний потенціал підприємства – це комплексна система, яка містить інвестиційно-фінансову, управлінську та результуючу підсистеми, спрямовані на забезпечення цілей простого та/або розширеного відтворення відповідно загальній стратегії розвитку підприємства.

1.2. Чинники формування інвестиційного потенціалу підприємства

Різноманіття чинників, що впливають на формування інвестиційного

потенціалу підприємства є настільки великим, що підприємство, яке не встигає реагувати на них, ризикує втратити конкурентні позиції, через нереалізацію інвестиційного потенціалу [12].

Розвиток інвестиційного потенціалу підприємства можна розглядати як функцію, що залежить від множини аргументів (чинників):

$$ИТПП = \int (X_1, X_2, X_3, \dots, X_n), \quad (1.1)$$

де $x_1, x_2, x_3, \dots, x_n$ – чинники, що визначають інвестиційний потенціал підприємства торгівлі.

Під чинниками розуміють ті рушійні сили й інструменти дії, які формують потенціал підприємства. Чинники являють собою складний об'єкт вивчення. Вони враховуються в процесі управління інвестиційним потенціалом підприємства, зокрема його формуванням і використанням, а також при розробці стратегії використання й нарощення потенціалу. Знання чинників, уміння визначати їх вплив на інвестиційний потенціал дозволяють впливати на рівень його використання шляхом управління, створювати ефективний механізм управління [12].

Чинники, що впливають на формування інвестиційного потенціалу підприємства торгівлі, мають тісний діалектичний взаємозв'язок. Різноманіття чинників зумовлює необхідність їх класифікації.

З позиції оцінки впливу чинників на інвестиційний потенціал Нефьодова Ю.В. пропонує здійснювати їх поділ лише на внутрішні та зовнішні, що, на нашу думку, відповідає ознаці за джерелом виникнення [13].

Адріанов Ю.О. пропонує поділяти чинники за об'єктом впливу на ті, які діють на інвестиційні ресурси і на інвестиційну привабливість підприємств, а також за джерелом виникнення на внутрішні та зовнішні [14]. При цьому до внутрішніх відносить ті, які діють на інвестиційні ресурси та інвестиційну привабливість підприємств, а до зовнішніх включає економічні, правові, соціальні, політичні.

Дещо відмінну за назвою, але схожу за сутністю класифікацію чинників впливу на інвестиційний потенціал наводить у своїй праці Леонов С.В. Так, перша класифікаційна ознака з точки зору об'єкта впливу виокремлює групу чинників, що обумовлюють нагромадження інвестиційних ресурсів та групу чинників, що впливають на формування інвестиційних потреб. Ця ознака, на наш погляд, дозволяє більш деталізувати вплив чинників на інвестиційні ресурси. Друга ознака з точки зору джерела виникнення передбачає поділ чинників на ендogenous та екзогенні, що за своєю суттю відповідає їх поділу на внутрішні та зовнішні.

Найбільш розгалужену класифікацію пропонує Галушак В.Л. [24], виокремлюючи сім класифікаційних ознак чинників впливу на інвестиційний потенціал: за змістом (економічні, політичні, правові, соціальні, екологічні, кримінальні); за середовищем виникнення (внутрішні, зовнішні); за способом впливу (прямої та опосередкованої дії); за рівнем впливу (міжнародні, загальнодержавні, міжрегіональні, регіональні); за напрямом (позитивного та негативного впливу); за можливістю зміни чи впливу (що піддаються та не піддаються впливу); за періодом дії (ситуативні, тривалої та нетривалої дії).

Гришко В.А. під час аналізу інвестиційно-інноваційного потенціалу підприємства поділяє чинники на дві групи: чинники, які дають змогу реалізувати інвестиційно-інноваційний потенціал підприємства та чинники, які формують інвестиційно-інноваційний потенціал підприємства [32]. Такий поділ чинників, на наш погляд, відповідає статико-динамічному підходу оцінки інвестиційного потенціалу підприємства та дозволяє розподілити вплив чинників, які необхідно враховувати під час формування інвестиційного потенціалу, і що також вкрай важливо на його реалізацію на підприємстві.

Гавриш В.П., Гулько Л.Г. та Драганова Т.П. [38] виокремлюють ознаку за впливом на інвестиційний потенціал, згідно якої розрізняють позитивні та негативні чинники. Дана ознака відповідає ознаці за напрямом впливу Галушак В.Л. [14]. При цьому згадані автори зазначають, що у реальних економічних умовах повною мірою впливають чинники цих двох груп.

Колектив авторів пропонує виділяти чинники, що впливають на формування потенціалу підприємства торгівлі за ознакою сфери впливу на елементи потенціалу, відповідно до якої всі чинники поділяють на зовнішні й внутрішні. У свою чергу, зовнішні поділяються на чинники макро- та мікросередовища, а внутрішні на торгово-технологічні та організаційні.

Підбиваючи підсумки проведеного огляду існуючих у науковій літературі підходів до класифікації чинників впливу, можна зазначити наступне:

- більшість публікацій та розробок присвячені дослідженню чинників впливу на інвестиційний потенціал промислових підприємств, тобто майже відсутні розробки з цього напрямку відносно інвестиційного потенціалу підприємств;

- майже відсутні комплексні дослідження класифікації чинників впливу на інвестиційний потенціал підприємств. Більшість досліджень чинників орієнтовані на окремі сфери управління інвестиційним потенціалом. У зв'язку з цим нами пропонується систематизувати існуючі класифікаційні ознаки чинників впливу на інвестиційний потенціал та доповнити їх власними відповідно до мети та завдань дослідження.

Оскільки об'єктом дослідження є інвестиційний потенціал підприємства легкої промисловості, то відповідно до цього важливо врахувати вплив специфічних галузевих чинників, що характерні лише для підприємств легкої промисловості.

Тому пропонується виділити наступну класифікаційну ознаку за галузевим впливом, відповідно до якої розрізняти загальні чинники, що впливають на інвестиційний потенціал усіх підприємств та галузеві чинники, що властиві лише певній галузі, у нашому випадку промисловості.

Враховуючи усе вище наведене, нами було зроблено систематизацію чинників впливу на інвестиційний потенціал підприємств легкої промисловості (рис. 1.4).

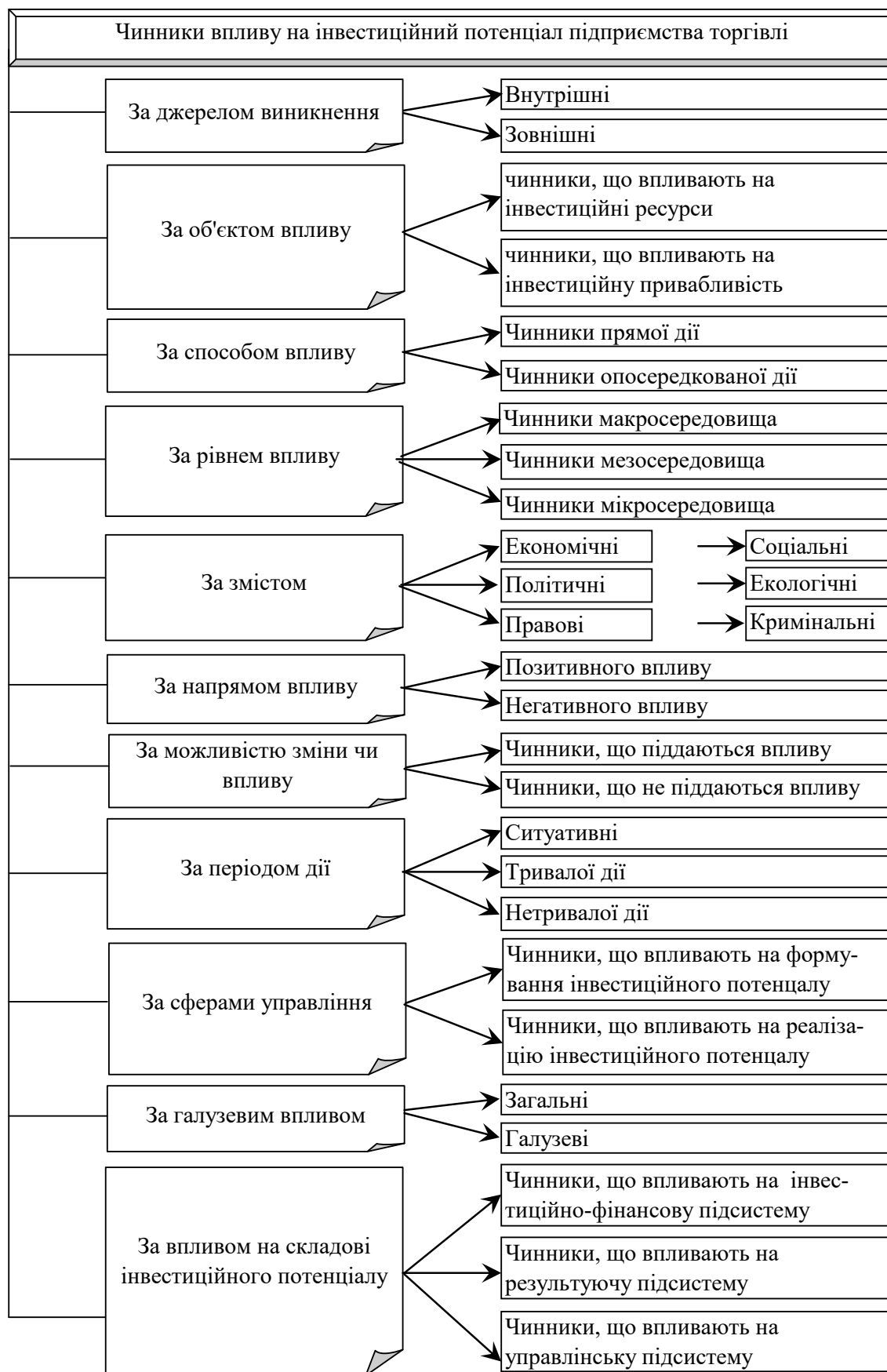


Рис. 1.4. Систематизація чинників впливу на інвестиційний потенціал підприємства легкої промисловості

Множина зовнішніх чинників визначає передумови можливості формування загальної сукупності інвестиційних ресурсів в економіці, а внутрішні характеризують можливість отримати частину цих ресурсів для формування інвестиційного потенціалу підприємства (табл. 1.4).

Таблиця 1.4

Систематизація основних чинників впливу на складові інвестиційного потенціалу підприємства легкої промисловості

Складові інвестиційного потенціалу підприємства промисловості	Чинники впливу на інвестиційний потенціал підприємства	
	Зовнішні	Внутрішні
Інвестиційно-фінансова підсистема (ресурси)	Рівень інфляції Податкова політика	Політика розподілу прибутку Амортизаційна політика Прибутковість діяльності
Результуюча підсистема	Стан розвитку економіки Політична стабільність Доходи населення Розвиненість банківського сектору та інших фінансових інституцій Облікова політика НБУ Розвиненість ринку фінансових посередників	Стадія життєвого циклу підприємства торгівлі Організаційно-правова форма підприємства Форма власності підприємства Розмір підприємства Обсяг діяльності підприємства Фінансовий стан Структура активів Наявність кредитної історії Кредитний рейтинг
Управлінська підсистема (компетенції)	Стан ринку праці Розвиток системи освіти	Особистісні складові управлінського персоналу Налагоджені ділові стосунки з фінансовими інституціями Наявність неформальних зв'язків Ділова репутація (імідж)

Серед зовнішніх чинників, що впливають на стан наявних інвестиційних ресурсів, на наш погляд, слід виокремити рівень інфляції та податкову політику держави.

Інфляція знижує купівельну спроможність накопичених інвестиційних ресурсів, що збільшує потребу в них для задоволення інвестиційних потреб.

Податкова політика визначає порядок формування прибутку та розмір податку на прибуток, що впливає на розмір інвестиційних ресурсів, що формується з власних джерел.

Серед внутрішніх чинників, що впливають на стан наявних інвестиційних ресурсів, можна виділити обрану політику розподілу прибутку на підприємстві, амортизаційну політику, прибутковість діяльності.

Обрана політика розподілу прибутку на підприємстві визначає частку чистого прибутку, яка залишається у розпорядженні підприємства на інвестиційні цілі, тобто безпосередньо формує інвестиційний потенціал.

Діюча амортизаційна політика визначає час та напрями використання амортизаційних відрахувань на інвестиційні цілі, а також розмір через вибір відповідного методу нарахування амортизації, що визначає розмір накопиченого амортизаційного фонду на підприємстві, а отже й характеризує інвестиційний потенціал.

Прибутковість діяльності впливає на збільшення розміру нерозподіленого прибутку, що залишається у розпорядженні підприємства, або зменшення його розміру через зазанані збитки, що знижує інвестиційний потенціал підприємства.

Серед зовнішніх чинників, що впливають на формування інвестиційного потенціалу через створення можливостей залучення інвестиційних ресурсів слід відзначити стан розвитку економіки, політична стабільність, розвиненість банківського сектору та інших фінансових інституцій, облікова політика НБУ, розвиненість ринку фінансових посередників.

Стан розвитку економіки визначає загальні умови функціонування усіх суб'єктів господарювання [15]. У період піднесення поживаються усі

економічні процеси, зростають доходи як громадян, а і відповідно підприємств торгівлі, що впливає на розмір прибутку, який отримується. У період спаду або кризи відбуваються зворотні процеси, які також чинять вплив і на діяльність усіх контрагентів підприємства торгівлі, зокрема фінансових інституцій.

Нестабільність політичної ситуації в державі може призвести до зміни умов господарювання. До числа основних політичних чинників, що впливають на формування інвестиційного потенціалу підприємства торгівлі можна віднести зниження притоку капіталу з-за кордону та підвищення позикових ставок через існування політичних ризиків, які в Україні тісно пов'язані із економічними.

Розвиненість банківського сектору та інших фінансових інституцій проявляється, перш за все, у кількості конкуруючих на ринку між собою фінансових агентів, які визначають розміри та умови надання кредитів та позик. Чим їх більше, тим більша вірогідність отримати позику на більш вигідних для підприємства умовах.

Облікова політика Національного банку України регулює розмір позикових ставок, що визначають умови отримання позик. У періоди кризи та депресії дії НБУ мають бути спрямовані на їх зниження, та навпаки у період зростання на підвищення. А тому у різні періоди розвитку економіки існуватимуть різні умови залучення позикових фінансових ресурсів, що позначається на формуванні інвестиційного потенціалу.

Розвиненість ринку фінансових посередників більш актуальна для тих підприємств, які бажають вийти на ринок міжнародних позик. Хоча фінансові посередники можуть надавати допомогу у здійсненні внутрішніх запозичень, наприклад у випадку облігаційних позик.

Серед внутрішніх чинників, що впливають на можливість отримання кредитів та позик для формування інвестиційних ресурсів підприємства торгівлі можна відзначити такі: стадія життєвого циклу підприємства торгівлі, форма власності підприємства, організаційно-правова форма підприємства,

розмір підприємства, обсяг діяльності підприємства, фінансовий стан, структура активів, наявність кредитної історії, поточний кредитний рейтинг.

Фінансовий стан підприємства безпосередньо визначає можливості формування власних інвестиційних ресурсів у процесі своєї господарської діяльності та опосередковано впливає на рішення кредиторів щодо надання позик, а, отже, є визначальним чинником, який формує інвестиційний потенціал підприємства. Також непрямим чинником, що може сприяти прийняттю рішення щодо надання позики є стабільна прибуткова діяльність підприємства торгівлі, що є певним чином запорукою у майбутньому вчасного повернення позики кредитору.

На формування інвестиційного потенціалу також чинить вплив й структура активів. Структуру активів підприємств торгівлі визначає специфіка торговельної діяльності, яка обумовлена, перш за все, особливостями промислово-технологічного процесу. Тому для підприємств легкої промисловості характерна більша питома вага оборотних активів (оборотного капіталу) і, відповідно, менша питома вага необоротних активів (основного капіталу) у сукупних активах [40]. Чим більша буде питома вага необоротних активів, а у їх складі основних засобів, тим більше розмір позики на інвестиційні цілі можна буде отримати під заставу цих основних засобів.

Опосередковано на залучення позикових джерел інвестиційних ресурсів впливає наявна конкурентна позиція підприємства торгівлі на певному локальному ринку [11]. Чим вона вище, тим більше вірогідність отримання позики. Якщо для підприємства складають кредитні рейтинги і вони є позитивними значно зростає вірогідність отримати нові позики на більш вигідних умовах.

Третьою складовою інвестиційного потенціалу підприємства є здібності та компетенції, носієм яких переважно є кадровий потенціал. Серед зовнішніх чинників на макрорівні що чинять вплив на здібності та компетенції відносно інвестиційного потенціалу підприємств, на наш погляд, є стан та кон'юнктура на ринку праці та розвиток системи освіти у країні.

Розвиток системи освіти у галузі фінансів та інвестиційного менеджменту визначає розробку, існування та актуалізацію певних стандартів освіти для надання відповідних знань та навиків майбутнім фахівцям, а також підвищення кваліфікації різним спеціалістам. Чим ефективніше буде працювати система освіти, тим більш кваліфіковані кадри, як носії здібностей та компетенцій, будуть працювати в галузі.

Серед внутрішніх чинників що впливають на здібності та компетенції є, насамперед, особистісні складові персоналу, налагоджені ділові стосунки з фінансовими інституціями. Серед особистісних складових персоналу, що бере участь у процесах формування інвестиційного потенціалу можна виокремити такі [22]: комунікативні якості, психофізіологічні характеристики, здібності до інновацій, інтелектуальні здібності, соціально-демографічні характеристики, здібності до творчості, професіоналізм працівника. Чим більше розвинені ці особистісні складові, тим більше успіху у залученні інвестиційних ресурсів буде у діях відповідального за ці процеси працівника. У процесі своєї діяльності підприємство має безліч ділових стосунків із множиною контрагентів, серед яких обов'язково є банківські та інші фінансові інститути. Безперечним є вплив на інвестиційний потенціал підприємства такого нематеріального чинника як ділова репутація.

Таким чином, наведена сукупність чинників робить різноспрямований вплив на складові інвестиційного потенціалу підприємств легкої промисловості, що необхідно враховувати під час його формування.

1.3 Методологічні аспекти оцінки інвестиційного потенціалу підприємства легкої промисловості

Одним з найбільш важливих факторів успішного функціонування підприємства є організація ефективної господарської діяльності, забезпечення високого рівня конкурентоспроможності, розробки дієвої стратегії розвитку.

Основою для вирішення цих питань виступає економічний аналіз, який дає повну й об'єктивну інформацію для прийняття управлінських рішень у всіх сферах діяльності підприємства. Значної вагомості у сучасних умовах господарювання набуває питання оцінки інвестиційних можливостей господарюючого суб'єкта, тобто інвестиційного потенціалу підприємства легкої промисловості (ІППЛП).

Оціночна система інвестиційного потенціалу підприємства має базуватися на спостереженнях, аналізі та оцінці інвестиційного потенціалу та слугувати цілям функціонування та розвитку підприємства, бути дієвим інструментом обробки інформації, засобом обґрунтування стратегічних рішень і визначатися потребами управління. Оцінка інвестиційного потенціалу стає необхідною на всіх стадіях підготовки і прийняття інвестиційних рішень, особливо на етапах формулювання мети, розробки рішення, відбору кращого з альтернативних варіантів та оцінювання результатів реалізації рішення.

Оцінка інвестиційного потенціалу підприємства і його елементів дозволяє ліквідувати протиріччя за умов різноприскореного та різноспрямованого руху його складових, управляти структурними елементами інвестиційного потенціалу. Таким чином, оціночна система інвестиційного потенціалу за сутністю є частиною вимірювальної системи управління економічним потенціалом і розвитком промислового підприємства.

У найбільш загальному вигляді під оцінкою розуміють результат визначення та аналізу якісних і кількісних характеристик об'єкту, яким управляють, а також самого процесу управління.

Ряд науковців сутність оцінки зводять до визначення ринкової вартості об'єкта на основі економічних методів, що звужує її до оцінки еквіваленту цінності з орієнтацією на минулий і поточний стан без урахування можливостей розвитку [26; 27].

Колектив авторів під керівництвом А.Г. Грязнової трактує оцінку як цілеспрямований упорядкований процес визначення у грошовому вимірі вартості об'єкта з урахуванням факторів, що впливають на неї в конкретний

момент часу в умовах конкретного ринку. Тим самим підкреслюється значення вартості під час оцінки діяльності підприємства та акцентується увага на врахуванні таких чинників її формування, як час, ризик і ринкові фактори, у т.ч. ринкова кон'юнктура, рівень і модель конкуренції, макро- і мікроекономічне оточення, ризики, пов'язані з одержанням доходу, середньоринковий рівень доходності, ціни на аналогічні об'єкти, поточну ситуацію в галузі та економіці в цілому. Іншої позиції дотримується Чеботарьов Н.Ф., який розглядає оцінку з позиції потенціального і реального доходу, що приноситься об'єктом оцінки в даний момент часу [28, с. 11], тобто є прихильником доходного підходу.

Низка дослідників, розглядаючи концепцію вартості під час оцінки бізнесу, виокремлюють поняття «інвестиційна вартість бізнесу» [49].

Американська асоціація оцінників під інвестиційною вартістю («investment value») розуміє ціну (бізнесу) для індивідуального інвестора, засновану на індивідуальних інвестиційних вимогах і очікуваннях [30].

Російські оцінники розглядають це поняття як вартість об'єкта оцінки, визначену на основі його доходності для конкретної особи при визначених інвестиційних цілях [39]. Грязнова А.Г. та Федотова М.А. об'єднують наведені вище визначення, підкреслюючи, що, на відміну від ринкової вартості, яка визначається мотивами поведінки типового покупця і продавця, «інвестиційна вартість залежить від індивідуальних вимог до інвестицій, що подаються конкретним інвестором та являє собою вартість власності для конкретного інвестора за визначених цілях інвестування» [10, с. 22]. Серед причин, за якими інвестиційна вартість відрізняється від ринкової, ці дослідники виділяють оцінку майбутньої прибутковості, уявлення про ступінь ризику; податкова ситуація; сполученість з іншими об'єктами, які належать власнику або контролюються ним.

Наведені бачення оцінки пов'язані переважно з вартісним вимірюванням, але під час оцінки інвестиційного потенціалу підприємства важливо визначити не лише його величину, але й рівень ефективності використання. Тому вважається не доцільним їх застосування у первісному вигляді для оцінки

інвестиційного потенціалу підприємства.

Найчастіше в науковій і методичній літературі механізм процесу оцінки потенціалу підприємства подається спрощено у вигляді взаємозв'язку цілей, інструментів, процесу управління оцінюванням [35, с. 65].

Проте оцінювання будь-якого явища або об'єкта (у тому числі інвестиційного потенціалу) є складним комплексним процесом, що передбачає наявність наступних взаємопов'язаних і взаємодоповнюючих елементів [23]: суб'єкт; об'єкт; мета; критерії; показники; одиниці (шкали) вимірювання; методи; рішення з оцінки; результати. Схематично процес оцінки інвестиційного потенціалу подано на рис. 1.5.

Оцінка інвестиційного потенціалу підприємства проводиться для забезпечення загальних інформаційних потреб широкого кола внутрішніх і зовнішніх користувачів, які покладаються на неї як на основне джерело інформації під час прийняття інвестиційних рішень.

Ці користувачі виступають у ролі суб'єктів оцінювання, кожний з яких має визначені цілі. Основними внутрішніми суб'єктами оцінювання інвестиційного потенціалу підприємств роздрібної торгівлі є: керівництво (менеджмент) і власники підприємства. Зовнішніми суб'єктами оцінювання виступають інвестори підприємства (у тому числі потенційні), інвестиційні компанії, фінансові аналітики, конкуренти тощо. Різні наміри, які переслідують зовнішні і внутрішні суб'єкти, обумовлює виділення різних аспектів в межах виділених елементів оцінювання інвестиційного потенціалу підприємств.

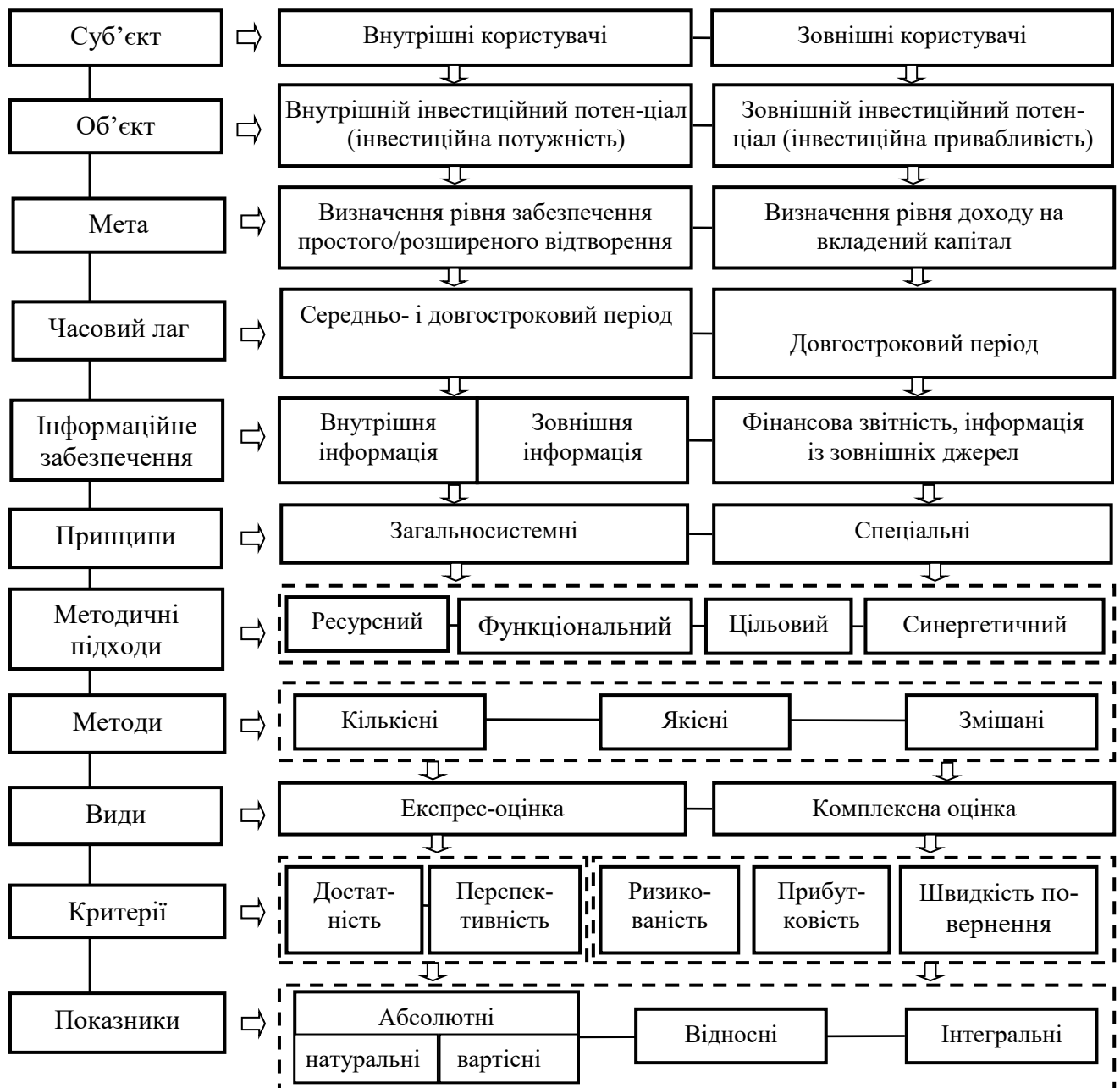


Рис. 1.5. Схема концептуальної моделі оцінки інвестиційного потенціалу підприємства легкої промисловості

Оцінювання інвестиційного потенціалу з позиції об'єктів являє собою окремий етап оцінювання економічного потенціалу підприємства, що необхідно врахувати під час вибору критеріїв і показників. Об'єкти оцінювання інвестиційного потенціалу також визначаються з внутрішньої і зовнішньої позицій.

Внутрішній інвестиційний потенціал відображається в понятті

«інвестиційної потужності», яке характеризує ефективне освоєння отриманих інвестиційних і фінансових ресурсів, наявних компетенцій і можливостей підприємства щодо інвестиційної діяльності. Зовнішній інвестиційний потенціал проявляється в понятті «інвестиційної привабливості», яке відображає ступінь привабливості конкретного підприємства легкої промисловості для вкладання коштів у порівнянні з іншими підприємствами даної галузі або інших галузей економіки.

Методи та критерії оцінювання інвестиційного потенціалу підприємства можуть різнитися залежно від суб'єкта її проведення. Це обумовлює необхідність її розгляду виходячи з основних цілей, а саме – інформаційних потреб і специфічних завдань окремих груп користувачів оцінки (кредитори, інвестори, керівництво підприємства, аудитори, податкові органи та інші зацікавлені особи).

Таким чином цілі оцінювання інвестиційного потенціалу підприємства також диференціюються за суб'єктами. Головною метою оцінки для внутрішніх користувачів є визначення рівня забезпеченості простого і (або) розширеного відтворення підприємства; для зовнішніх – визначення рівня доходу (норми прибутковості) на вкладений капітал.

Оцінювання інвестиційного потенціалу підприємства передбачає наявність достовірної інформації про його стан та перспективи розвитку, від повноти і обґрунтованості якої залежить об'єктивність результатів. У якості основних джерел такої інформації може використовуватися та сама інформація, що й під час оцінювання інвестиційної діяльності [94]:

- внутрішня інформація підприємства (дані оперативного, управлінського та бухгалтерського обліку);

- відомості, що публікуються самими підприємствами і відносно доступні до ознайомлення (річні звіти, фінансова звітність, статистичні звіти, проспекти фірм, виставкові та ярмаркові каталоги і т.д.);

- результати аналітичних оглядів та досліджень, виконаних спеціалізованими організаціями;

- інші джерела інформації (відомості про підприємства, що є учасниками ринку цінних паперів).

Теоретико-методологічною базою оцінювання потенціалу підприємства та його складових є загальноприйняті підходи та методи оцінювання економічних об'єктів.

Правові засади оцінки майна, майнових прав та професійної оцінної діяльності визначаються Законом України «Про оцінку майна, майнових прав та професійну оціночну діяльність в Україні» [2].

Об'єктивність процесу оцінки забезпечується єдиним набором оцінних принципів. Стосовно до інвестиційного потенціалу ці принципи можна розглядати як основні правила оцінювання потенціалу, що покладені в основу методичних підходів, які відображають соціально-економічні фактори і закономірності його формування і використання.

Аналіз наукових джерел за даною тематикою засвідчив відсутність єдиної думки щодо складу принципів оцінки інвестиційного потенціалу підприємства.

Найчастіше виділяються три групи принципів оцінки потенціалу підприємства та його складових. Їх узагальнення представлено на рис. 1.6, а зміст у додатку В. Дідух С.М. і Головкова Л.С. пропонують під час оцінювання інвестиційного потенціалу орієнтуватися на потреби потенційних інвесторів [28].

Виходячи з того, що трансформація та значна динамізація навколишнього середовища підприємства призвели до зміни цільової парадигми оцінки господарської діяльності, наявності різних поглядів на методики оцінювання інвестиційного потенціалу, на гроші як джерело фінансування інвестиційних програм за умов обмеженості ресурсів, основна проблема полягає у залученні капіталу для фінансування як операційної, так і інвестиційної діяльності.

Таким чином відбувається зміщення цільового акценту у бік залучення інвестора. З урахуванням такої орієнтації російський дослідник-практик О.Пермінов за фундаментальний принцип оцінки інвестиційної привабливості підприємства обирає саме удосконалення існуючих методик оцінки з метою

задоволення вимог інвестора до інформації, що впливає на прийняття рішень щодо напрямку вкладень [27].



Рис. 1.6. Класифікація принципів вартісного оцінювання інвестиційного потенціалу підприємства легкої промисловості

Представник наукової школи Дідух С.М., який дотримується аналогічних поглядів на роль потенційного інвестора, в основу системи оцінки інвестиційного потенціалу покладає такі принципи: достовірність, всебічність, прикладний характер, наочність, однозначність, універсальність.

У результаті аналізу принципів оцінки економічних систем найбільш відповідних цілям оцінювання економічного потенціалу як економічної системи здійснено їх групування за певними ознаками (табл. 1.5).

Таблиця 1.5

Принципи оцінки інвестиційного потенціалу підприємства

Принципи		
Загальносистемні		Спеціальні
1		2
За змістом		
Цілісності Інтегративності Науковості Ієрархічності Системності Узгодженості Цілеспрямованості Замкненості управлінського процесу Комплексності	Збалансованості Спадкоємності Необхідного різноманіття Закономірність потенційної ефективності системи Систематичності	-
За характером отриманих результатів		
Прогностичності Економічності Перспективності Адаптивності Продуктивності діяльності	Результативності Ефективності процесу оцінки Наочності Універсальності Коректності Прикладного характеру	
За часом		
Динамічності Безперервності розвитку Повторення	-	
За рішеннями, що приймаються		
Оптимальності Альтернативності Заміщення Об'єктивності Адекватності Оперативності	Достовірності Однозначності	
За ступенем обмеженості		
-	Обмеженості ресурсів Необмеженості потреб	

Наведені принципи не є вичерпними, їх перелік є досить довгим.

При цьому, вважаємо логічним формувати теоретико-методологічне підґрунтя оцінювання інвестиційного потенціалу виокремлюючи основні, найбільш важливі для цілей оцінювання принципи в їх комплексному взаємозв'язку, що дозволить уникати грубих помилок [30].

За результатами аналізу існуючих підходів до оцінки інвестиційного

потенціалу підприємства було здійснено їх систематизацію за наступними групами:

- 1) залежно від періоду часу, що береться до уваги під час оцінки, виділяють три підходи до оцінювання: витратний (майновий), доходний (результатний) і порівняльний (ринковий).
- 2) Виділення цих підходів є загальновідомим і частіше за усе зустрічається в літературі з проблематики оцінки бізнесу (підприємства, сукупного потенціалу) як вартості.

Експрес-оцінка проводиться з метою надання загальної однозначної відповіді щодо досягнення визначених цілей оцінювання інвестиційного потенціалу підприємства легкої промисловості.

Комплексна (поглиблена) оцінка інвестиційного потенціалу конкретизує та доповнює окремі процедури експрес-оцінки та передбачає більш ретельне дослідження майнового і фінансового стану підприємства, результатів його діяльності і можливостей, виявлення чинників впливу.

Методи оцінювання інвестиційного потенціалу повинні бути спрямовані на отримання конкретного результату, а саме – виявлення рівня забезпеченості простого і розширеного відтворення підприємства та визначення рівня доходу на вкладений капітал у нього для інвесторів.

У результаті проведеного аналізу виявлена низка методів, які можуть застосовуватися для оцінювання інвестиційної привабливості та інвестиційної потужності підприємства, серед яких: експертний, індексний методи, метод аналогій, рейтинговий, факторний аналіз, методи моделювання, сценаріїв, економіко-математичні методи тощо.

Якість результатів оцінювання інвестиційного потенціалу визначається правильно вибраними та обґрунтованими критеріями та відповідними показниками (рис.1.8).

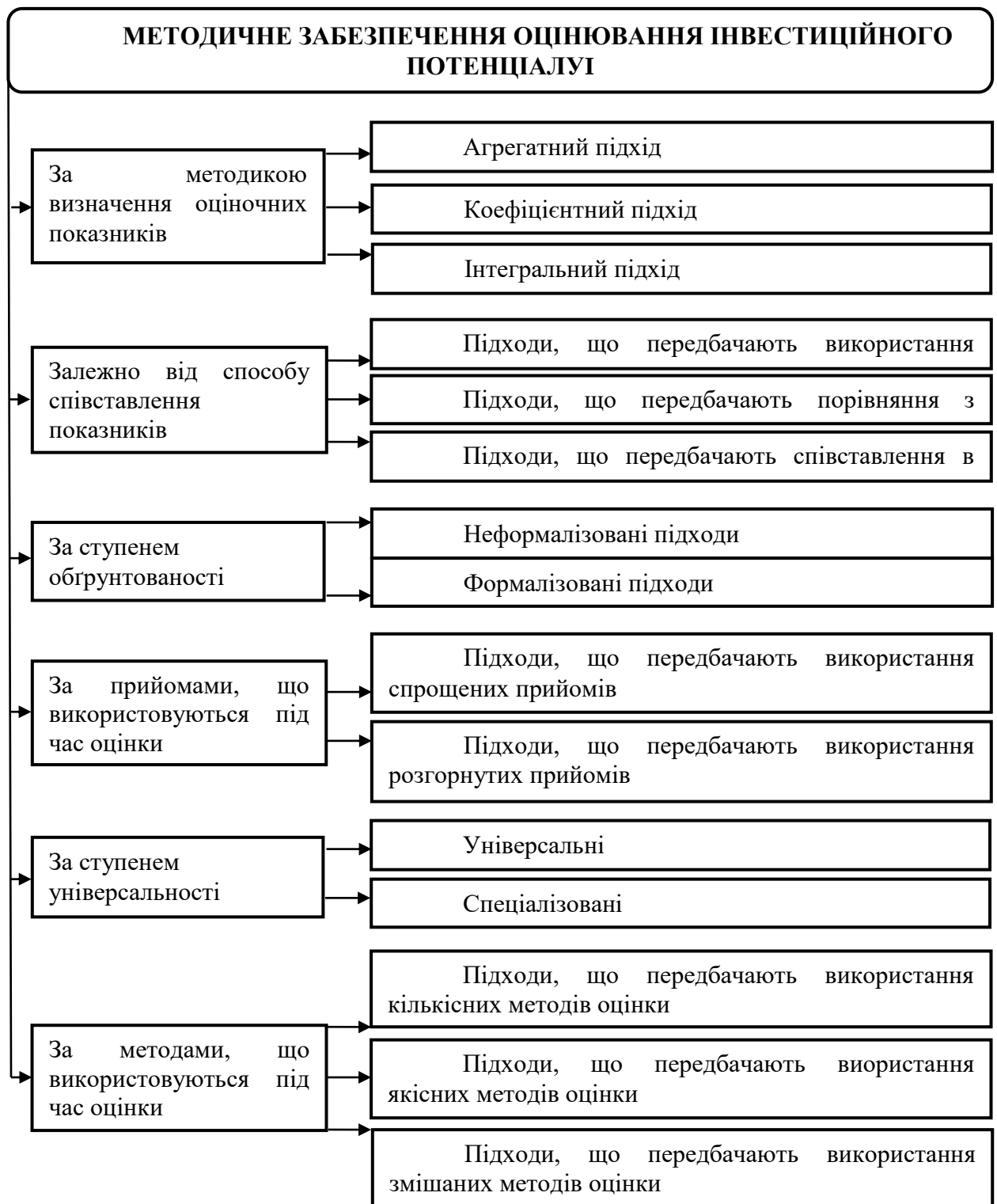


Рис. 1.8. Класифікація методичного забезпечення оцінювання інвестиційного потенціалу підприємства

Висновки за першим розділом

На основі проведеного дослідження, у першому розділі визначено особливості легкої промисловості, яка чинить вплив на інвестиційний потенціал підприємства. Доведено, що всі види потенціалу підприємства не лише здійснюють взаємний вплив один на одного, але має місце їх взаємне проникнення. Представлено концептуальну модель інвестиційного потенціалу підприємства, яка відображає його бачення як комплексної системи, що являє собою сукупність окремих підсистем (інвестиційно-фінансової, управлінської, результуючої), поєднання яких дозволяє досягти визначеної цілі щодо управління інвестиційної діяльності.

Інвестиційно-фінансова підсистема інвестиційного потенціалу підприємства характеризує сукупність інвестиційних ресурсів, залучених і не залучених з будь-яких причин у промисловий процес, які можуть брати участь в ньому.

Управлінська підсистема охоплює здатності управлінського апарату та спеціалістів щодо створення і організації оптимального залучення та використання інвестиційних ресурсів. Результуюча підсистема є результатом взаємодії інвестиційно-фінансової та управлінської підсистем та втілюється в отриманих підприємством формальних і неформальних результатах діяльності.

Виходячи з того, що інвестиційний потенціал є комплексною складовою потенціалу підприємства, було запропоновано виокремлювати чинники, що впливають на інвестиційно-фінансову підсистему; чинники, що впливають на можливість залучення інвестиційних ресурсів, та чинники, що впливають на управлінську підсистему. З урахуванням основних цілей формування і використання інвестиційного потенціалу підприємства запропоновано визначення інвестиційного потенціалу як комплексної системи, яка містить окремі взаємопов'язані підсистеми, спрямовані на забезпечення цілей простого та/або розширеного відтворення відповідно загальної стратегії розвитку підприємства.

РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ

ПрАТ «САНТА УКРАЇНА»

2.1. Організаційно-економічна характеристика ПрАТ «Санта Україна»

Приватне акціонерне товариство «Санта Україна» сформувалося на підставі рішення Первомайського виконавчого комітету від 19.05.1945 року, в приміщенні колишнього миловарного заводу була відкрита взуттєва і швейна фабрики, а через рік Первомайська швейна фабрика відділилася в самостійне підприємство. З роками старе приміщення і кількість випущеної продукції вже не могли задовольнити потребу населення та колектив фабрики. І тому керівництво підприємства в 1959 році почало будівництво нового 2-х поверхового виробничого корпусу, яке було закінчене в 1961 році.

Таким же способом в 1965 році був побудований і зданий в експлуатацію ще один виробничий корпус. Підприємство працювало в двозмінному режимі з чисельністю більше тисячі чоловік. З кожним роком нарощувалися виробничі потужності [6].

Для збільшення продуктивності праці і переходу колективу на однозмінний режим роботи, в 1985 році було розпочато, а в 1986 році закінчено будівництво чотирьох поверхового виробничого корпусу з їдальнею на 160 посадочних місць.

З 1970-тих років показники швейного виробництва постійно зростають. Продукція швейної фабрики отримує високу оцінку на республіканському рівні. У 1973 році вже 25 виробів фабрики удостоєні «Знаку якості».

В 1975 році за високі показники колектив первомайських швейників отримує перехідний Червоний Прапор Укршвейпрому Міністерства легкої промисловості. Високих державних нагород удостоєно кращих працівників фабрики.

В 1977 році за багаторічні стабільно високі успіхи щодо виконання планових завдань Первомайській швейній фабриці присвоєно почесне звання підприємства імені 60-річчя Великого Жовтня.

В 1989 році фабрика виходить зі складу Миколаївського швейного об'єднання імені Кірова С. М. і стає самостійним підприємством. Після цього фонд розвитку виробництва було збільшено у двічі. На початку 1990-х років підприємство почало пошук нових форм співпраці з партнерами. На фабрику прибули представники індійської фірми «Харія».

28 лютого 1992 року підприємство змінило форму власності. На його основі було створене акціонерне товариство закритого типу «Санта-Україна». Одночасно було проведено деякі організаційні зміни безпосередньо на виробництві.

В умовах кризи середини 90-х років підприємству, попри все, вдалося втриматись на плаву, не допустити банкрутства. Починаючи з 1999 року підприємство почало нарощувати обсяги виробленої продукції. У 2000 році на розвиток виробництва було витрачено 1207.3 тис.грн., придбано нове обладнання відомих світових фірм «Маренго», «Бразер», «Штробель». Це значно сприяло підвищенню якості продукції. Відбулися перемовини з представниками всесвітньо відомих фірм «Штайльман», «Квелле», «Отто», результатом яких став договір на виробництво 400 тисяч одиниць виробів. На підприємстві збільшилась кількість працівників, розширився асортимент продукції.

ПрАТ «Санта Україна» створене з метою здійснення підприємницької діяльності та отримання прибутку від вкладеного капіталу. Воно самостійно планує свою діяльність та визначає перспективи виробничого і соціального розвитку, будує свої відносини із замовниками, постачальниками та іншими юридичними та фізичними особами переважно на договірній основі. Для реалізації своєї мети підприємство здійснює такі види діяльності:

- виробництво та збут швейних виробів, інших товарів, виконання робіт;

- проведення маркетингу, вивчення ринку збуту для реалізації виробленої продукції;

- виробництво товарів народного споживання та інші послуги населенню;

- рекламна діяльність;

- торгова діяльність по реалізації власної продукції;

- оптова, роздрібна та комісійна торгівля;

- надання транспортних послуг;

- виробництво продуктів харчування, харчових добавок;

- будівельно-монтажні, ремонтно-будівельні та ремонтно-монтажні роботи;

- консультаційна діяльність;

- розробка та впровадження нових технологій, обладнання;

- послуги по здійсненню менеджменту та маркетингу, в тому числі дилерські, брокерські, лізингові, факторингові послуги;

- зовнішньоекономічна діяльність, організація та участь у виставках та ярмарках;

- купівля та продаж нерухомості.

Підприємство оснащене системою САПР CONSULT+ для конструювання моделей і підготовки їх до розкрою, пресами для дублювання деталей «Коннегиссер», стрічковими машинами розкрою, швейним устаткуванням таких фірм, як «Пфафф», «Дюркопп», «Тнкстіма», «Джуки» і інші.

На підприємстві функціонує оздоровча дільниця, де ведуть прийом лікарі: гінеколог, стоматолог, терапевт та ін., а також працює кабінет фіз. процедур і масажу. Працює власна їдальня, робочі забезпечуються хлібом, випеченим в пекарні підприємства.

На підприємстві діє два дизельні генератори, сумарною потужністю 700 квт, які забезпечують автономне електроживлення підприємства, чотири топкові, оснащених устаткуванням з ККД 92% і що працюють на природному газі, а також всю інфраструктуру, яка забезпечую високу технічну стійкість.

Асортимент продукції, що випускається: сорочки чоловічі, дитячі; блузи жіночі, дитячі; спідниці; брюки; шорти.

Використання сучасних технологій, матеріалів, устаткування дозволяє виготовляти високоякісну і конкурентоздатну продукцію, визнану такими відомими торговими марками, як Laura Ashley, Next, MARKS&SPENCER, Bonita, Canda, Mexx, Prenetal, Dolce Gabana. Крім того, АТЗТ «Санта Україна» співробітничает з торговими фірмами внутрішнього ринку, що стрімко розвивається.

Швейна фабрика виготовляє жіночий одяг 80% - імпорт для відомих світових брендів Мекс, Некс, Лаура Эшли, та ін.. На внутрішньому ринку працює під торговою маркою UMAXX.

Керівництво підприємства постійно працює над удосконаленням виробничого процесу з метою зниження витрат на виробництво продукції, підвищення продуктивності праці робочих, поліпшення якості продукції, що випускається.

ПрАТ «Санта Україна» знаходиться в м. Первомайськ, Миколаївської області. До його складу включено шість швейних цехів, підготовчо-розкрійний цех, експериментальний цех, цех товарів широкого споживання, а також адміністративну і допоміжні служби.

Експериментальний цех – розробляє моделі швейних виробів, забезпечує виготовлення зразків, контрольних лекал і зарисовок.

Підготовчо-розкрійний цех – здійснює прийом сировини шляхом вимірювання довжини і ширини тканини і контроль якості сировини, що поставляється. Проводить розкрій тканини, дублювання окремих деталей криючи і контроль криючи.

Швейні цехи – проводять пошиття, волого-теплову обробку, обробку і упаковку основної продукції.

Цех товарів широкого споживання (ділянка працевлаштування інвалідів) – здійснює переробку відходів основного виробництва (маломірні залишки,

міжлекальні випадки) шляхом виготовлення товарів широкого споживання (робочі рукавиці, мішечки, косинки, текстильна галантерея).

ПрАТ «Санта Україна» відіграє важливе стратегічне значення у розвитку міста Первомайська та регіону зокрема.

2.2. Дослідження інвестиційної діяльності підприємства

Інвестиційна політика підприємства відповідає цілям діяльності, які товариство прагне досягати, визначає відповідність стандартам, допомагає краще орієнтуватися в навколишньому середовищі, більш ефективно взаємодіяти з партнерами.

Результатами ефективної виробничо-інвестиційної політики виступає гнучка реакція на попит споживачів, вдосконалення методів організації та управління виробництва, відповідність державним стандартам.

Щоб підвищити ефективність виробництва потрібно максимально використовувати виробничий потенціал підприємства, запроваджувати нові технології та обладнання, відповідати екологічним вимогам [26].

Основним видом діяльності ПрАТ «Санта Україна» є пошив одягу, тому саме від виробництва залежить функціонування підприємства.

Оскільки сьогодні перспективні умови розвитку виробникам диктує ринок, то доцільно також оцінити обсяги реалізації продукції.

Лише після цього можна зробити висновок про існуючі проблеми та можливості розвитку.

Проаналізуємо обсяги виробництва продукції на основі даних, котрі містяться у «Звіті про виробництво продукції», який складається в кінці року за результатами діяльності підприємства (див. дод. Д).

Аналіз динаміки виробництва продукції на підприємстві представлено в табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Динаміка виробництва продукції ПрАТ «Санта Україна»

Показник	Роки			Відхилення, +/-	Відхилення, +/-
	2017	2018	2019	2019/2018	2018/2017
Обсяг виробництва продукції, тис.шт	1918,7	2077,5	1785,4	+158,6	-292,1

Таким чином, у 2018 році спостерігається збільшення обсягів виробництва продукції на 158,6 тис. шт., в 2019 році простежується зворотна тенденція, а саме, зменшення обсягів на 292,1 тис. шт. Однією із причин такої ситуації є світова економічна криза, що призвела до скорочення обсягів виробництва. А також спад попиту на деякі види продукції, тобто зміна смаків споживачів, що зумовлена зміною модних тенденцій. Ще однією причиною спаду виробництва може бути зменшення кількості основних виробничих фондів через зношення, чи неефективне їх використання. Також однією з причин варто виділити людський фактор, а саме зниження продуктивності праці. Аналізуючи обсяги виробництва продукції, доцільно провести аналіз асортименту товарів, який дає змогу більш наглядно оцінити заміну застарілих зразків продукції на сучасніші [38]. Динаміка показників оновлення асортименту продукції показано в таблиці 2.2.

Таблиця 2.2

Динаміка показників оновлення асортименту продукції

ПрАТ «Санта Україна»

Показник	Роки			Відхилення, +/-	Відхилення, +/-
	2017	2018	2019	2019/2018	2018/2017
Кількість видів продукції, тис. шт	11	16	11	+5	-5
Коефіцієнт оновлення асортименту	-	0,5	0,4	0,5	-0,1

За результатами підрахунків бачимо, що у 2018 році спостерігалось активне оновлення асортименту товарів, а вже в 2019 році прослідковується застій; нові види продукції не випускалися, натомість, були ліквідовані старі моделі.

Одним з важливих показників виробничо-господарської діяльності підприємства є витрати. Вони дозволяють визначити ефективність та якість роботи трудового колективу. Оптимізація витрат забезпечує дотримання режиму економії, зростання продуктивності праці, скорочення непродуктивних витрат, що дозволяє підвищити рентабельність. Таким чином, важливість внутрішнього аналізу стану витрат на вітчизняних підприємствах стає очевидною для їх ефективного функціонування [42].

Простежити зміну витрат на ПрАТ «Санта Україна» можливо на основі форми № 2 «Звіт про фінансові результати» (див. дод . Е).

Необхідні розрахунки представлені у таблиці 2.3.

Таблиця 2.3

Аналіз обсягу і динаміки витрат на виробництво, тис. грн.

Елементи витрат	Попередній період	Звітний період	Абсолютне відхилення	Темп зростання % до базового
1	2	3	4	5
Матеріальні витрати	1418	1753	335	124
Витрати на оплату праці	8620	7568	-1052	88
Відрахування на соціальні заходи	3192	2768	-424	87
Амортизація	487	546	59	112
Інші витрати	1314	633	-681	48
Разом	15031	13268	-1763	88

Як бачимо з даних таблиці, загальні витрати підприємства на виробництво зменшилися протягом 2019 року на 1,763 тис.грн.: за рахунок зменшення витрат на оплату праці – 1,052 тис.грн (12%), що відповідно вплинуло на зменшення величини відрахувань на соціальні заходи – 424

тис.грн. (13%), інших витрат на 681 тис.грн. (52%), що свідчить про скорочення кількості працюючих на підприємстві. В той же час збільшилися на 59 тис.грн. (12%) амортизація та на 335 тис.грн (24%) матеріальні витрати, за рахунок підвищення світових цін на ресурси.

На наступному етапі доцільно було б провести оцінку структури витрат діючого підприємства (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Оцінка структури витрат виробництва на прикладі ПрАТ «Санта Україна»

Показники	Базовий рік		Звітний рік		Відхилення	
	Сума, тис.грн.	У % до підсумку	Сума, тис.грн.	У % до підсумку	Сума, тис.грн.	У % до підсумку
Матеріальні витрати	1418	9,4	1753	13,2	335	3,8
Витрати на оплату праці	8620	57,3	7568	57	-1052	-0,3
Відрахування на соціальні заходи	3192	21,2	2768	20,9	-424	-0,3
Амортизація	487	3,2	546	4,1	59	0,9
Інші витрати	1314	8,9	633	4,8	-681	-4,1
Разом	15031	100	13268	100	-1763	-

Аналізуючи дані таблиці 2.4 можна стверджувати, що в структурі витрат найбільшу питому вагу мають витрати на оплату праці (більше 57%), хоча у звітному році в порівнянні з базовим вони і скоротились на 0,3%. Отже, виробництво є трудомістким.

У структурі матеріальних витрат відбулися незначні зміни, їх питома вага зросла в порівнянні з базовим роком на 3,8% і становить 13,2% відповідно. Особливих значних змін у структурі витрат, що залишились не відбулося.

Однак, слід зазначити, що підприємство працює на основі замовлень, які формують найбільший відсоток у продажі, решта ж іде до роздрібної торгівлі самого підприємства. Тобто, після того як підприємство отримало замовлення на певний обсяг виготовленої продукції, формується план виробництва. Але,

оскільки на складі, все ж таки залишається продукція, можна стверджувати, що або покупці не виконують свої договірні обов'язки, або підприємство не повністю реалізує запланований обсяг товару у мережі ретейлу [38].

Для підтвердження даної версії проаналізуємо обсяги запасів та дебіторської заборгованості на основі форми №1 «Баланс» (див. дод. Б), результати розрахунків занесемо до таблиці 2.5.

Таблиця 2.5

Динаміка запасів і дебіторської заборгованості ПрАТ «Санта Україна», тис.грн.

Показник	Роки		Відхилення, +/-	Темп зростання % до базового
	2018	2019		
1	2	3	4	5
Виробничі запаси	78	72	-6	92
Незавершене виробництво	15	436	421	2907
Готова продукція	815	641	-174	79
Товари	1	1	-	-
Дебіторська заборгованість за товари	245	-	-	-
Інша дебіторська заборгованість	17	38	21	224

Отже, як видно з таблиці, у 2019 р. готова продукція на складі зменшилась на 174 тис.грн., що становить відповідно 21%, оскільки відбулося значне збільшення обсягу незавершеного виробництва на 421 тис.грн. Дебіторська заборгованість за товари відсутня, отже споживачі виконують свої договірні обов'язки. Усі вище зазначені характеристики підтверджують думку щодо причини зменшення чистого прибутку підприємства.

Варто зазначити, що витрати підприємства є важливим фактором формування цін на продукцію, впливу на рівень ефективності виробництва, визначення фінансових результатів діяльності підприємства. Підприємству необхідно знаходити шляхи підвищення прибутковості, шляхом

систематичного зниження витрат при стабільних ринкових цінах збільшувати прибуток на кожну гривню витрат, підвищувати конкурентоспроможність продукції, покращувати свій фінансовий стан.

Здійснено аналіз формування прибутку на основі даних звіту про фінансові результати ПрАТ «Санта Україна» (див. дод. Е).

Запропонований аналіз надасть змогу визначити, які фактори вплинули в звітному періоді на валовий прибуток підприємства, зокрема на фінансовий результат від операційної діяльності підприємства та на фінансовий результат від звичайної діяльності до оподаткування.

Із даних таблиці видно, що підприємство не мало надзвичайних доходів і витрат, його кінцевий фінансовий результат є результатом від звичайної діяльності.

Загальну результативність діяльності підприємства можна оцінити шляхом аналізу прибутковості, що наведено в таблиці 2.6.

Таблиця 2.6

Динаміка показників результативності діяльності ПрАТ «Санта Україна»

Показник , тис. грн.	Роки			Відхилення, +/-	Відхилення, +/-
	2017	2018	2019	2019/2018	2018/2017
Дохід(виручка) від реалізації продукції	17106	15124	13147	-1982	-1977
Чистий дохід(виручка) від реалізації продукції	16598	14641	12850	-1957	-1791
Валовий прибуток	3674	3099	2449	-575	
Інші операційні доходи	202	21	12385	-181	-12364
Чистий прибуток збиток	55	531	382	-	-149

Наведені дані свідчать, що аналізуєме підприємство, несе збитки в розмірі 382 тис.грн., величина яких зменшилась на 149 тис. грн. в порівнянні з минулим роком, причиною чого стало різке зниження швидкості обсягів продажів та зростання витрат.

На це вплинув той факт, що дохід (виручка) від реалізації продукції підприємства в звітному періоді порівняно із минулим зменшилась на 1977 тис. грн., що склало відповідно 13,1%.

Тому підприємству необхідно переглянути всі напрямки, які провокують зростання затрат і розробити систему заходів, щодо можливого їх зниження.

Крім цього, зниження прибутковості може бути спричинене неповною реалізацією товарів, про що свідчить залишок готової продукції на складі, внаслідок чого зростають витрати на її зберігання.

Основною причиною на збільшення розміру цих витрат вплинули світова фінансова криза, підвищення рівня ціни закупівлі товарів, неплатоспроможність вітчизняних компаній та споживачів, зниження інших фінансових доходів [43].

Підсумовуючи отримані результати аналізу, можна дійти висновку, що за досліджуваний період, фінансове становище ПрАТ «Санта Україна» дещо покращилося, хоча і є збитковим.

Чистий прибуток підприємства за аналізуємий період знизився до стану збитку, причиною цього стало різке зниження швидкості обсягів продажів.

Проте слід відмітити, що за сприятливих умов підприємство має потенціал до нарощування обсягів виробництва, про що свідчить зростання кількості основних виробничих фондів, їх щорічне оновлення та об'єм випуску у існуючих умовах.

Тому підприємству необхідно розробити та впровадити комплекс заходів, щодо покращення платіжної дисципліни та удосконалення збутової системи.

Не досить сприятлива ситуація, що склалася на ПрАТ «Санта Україна», є наслідком того, що план виробництва, який формується на основі замовлень, не достатньо уваги приділяє можливостям відмови контрагентів від своїх зобов'язань, постійних змін на ринку, який є досить нестабільним. В сучасних умовах, особливо враховуючи вступ України до Світової організації торгівлі, кожне підприємство у своїй діяльності повинно бути стратегічно орієнтованим. Адже при розробці стратегії оцінюються різні ситуації, що можуть виникнути,

розробляються заходи щодо миттєвого реагування на відхилення від запланованого.

Зокрема, розробка виробничої стратегії націлена не лише на безпосереднє виробництво, а й на інші фактори, які так чи інакше пов'язані з виробничою діяльністю підприємства.

А саме, виникнення нових потреб у споживачів, зростання все більших вимог до якісних характеристик товарів широкого вжитку, впливу сучасних тенденцій, насамперед, змін у моді, що потребує впровадження та застосування частих якісних вдосконалень, використання досягнень сучасних інформаційних технологій, які широко застосовуються на західних ринках (спеціалізовані каталоги поширення товарів через поштові відділення зв'язку, інтернет-магазини, корпоративні рекламні сайти) [28].

2.3. Оцінка сприятливості зовнішнього середовища розвитку інвестиційного потенціалу ПрАТ «Санта Україна»

Процес аналізу чинників впливу на інвестиційний потенціал підприємства передбачає здійснення декількох етапів досліджень і повинен розпочинатися із збору потрібної для цього інформації і створення достатньо широкого масиву такої інформації, який охоплює зовнішню інформацію, яка характеризує зовнішнє щодо підприємства середовище та внутрішню інформацію, що характеризує окремі аспекти діяльності підприємства.

Аналіз основних чинників, що впливають на інвестиційно-фінансову та результуючу підсистеми (можливості формування) інвестиційного потенціалу підприємства пропонується здійснювати за такими напрямками (рис. 2.2): аналіз показників зовнішніх чинників загального впливу – аналіз показників зовнішніх чинників галузевого впливу – аналіз показників внутрішніх чинників, що впливають на складові інвестиційного потенціалу підприємства легкої промисловості.



Рис. 2.2. Напрями та показники аналізу чинників впливу на інвестиційний потенціал підприємства легкої промисловості

У якості показників, що характеризують вплив зовнішніх чинників на розвиток інвестиційного потенціалу запропоновано відповідно до проведених досліджень у підрозділі 1.4 обрати: для показників, що відображають загальний вплив на складові інвестиційного потенціалу – індекс споживчих цін, рівень податкового навантаження, розмір ВВП, наявні доходи населення, прямі іноземні інвестиції, інвестиції в основний капітал, розмір виданих кредитів; а для показників, що відображають галузевий вплив – валова додана вартість, товарооборот, інвестиції в основний капітал.

З метою обґрунтування вибору у якості основних чинників впливу обраних показників, у нас здійснено кореляційний аналіз.

Як результативну ознаку було обрано розмір інвестицій в основний капітал підприємства, як показника що найповніше характеризує як формування інвестиційного потенціалу підприємства, так і його реалізації.

Саме розмір інвестицій в основний капітал відображає результати формування інвестиційно-фінансових ресурсів підприємства, а також можливостей щодо залучення необхідних інвестиційних ресурсів з метою реалізації інвестиційного потенціалу.

Результати кореляційного аналізу наведено у табл. 2.2.

Таблиця 2.2

Коефіцієнти кореляції між чинниками впливу на інвестиції
в основний капітал ПрАТ «Санта Україна»

Показник	Розмір інвестицій в основний капітал підприємства
ВВП у фактичних цінах	0,896
Індекс споживчих цін	0,412
Рівень податкового навантаження	0,751
Прямі іноземні інвестиції	0,887
Наявний дохід населення	0,810
Розмір отриманих кредитів	0,904
Товарооборот підприємства	0,903
Валова додана вартість промисловості у фактичних цінах	0,877

Як свідчать дані табл. 2.2, усі з обраних показників, окрім рівня споживчих цін, мають тісний зв'язок із розміром інвестицій в основний капітал підприємства, про що свідчить значення коефіцієнта кореляції, значення якого перевищують 0,75.

Найбільш тісний зв'язок має розмір виданих кредитів та товарооборот підприємства ($r > 0,9$), як показники, що характеризують ділову активність суб'єктів господарювання, а найменший – рівень податкового навантаження, оскільки це впливає переважно на розмір власних фінансових ресурсів підприємств, які спрямовуються на їхні інвестиційні потреби.

Від'ємне значення коефіцієнту кореляції між розміром інвестицій в основний капітал підприємства та кількістю підприємств легкої промисловості обумовлено загальною тенденцією загострення конкуренції у галузі, а також розукрупнення та зростання розмірів збутових мереж, що в свою чергу потребує значних розмірів капіталовкладень.

Слабкий зв'язок індексу споживчих цін із розміром інвестицій в основний капітал ПрАТ «Санта Україна» пояснюється різною розмірністю даних показників. Для урахування впливу індексу споживчих цін, нами пропонується розрахувати показник реального наявного доходу населення як відношення наявного доходу населення та індексу споживчих цін. У такому випадку, як свідчать дані розрахунків, зв'язок між показниками є тісним ($r=0,81$).

Для подальшого дослідження чинників впливу на інвестиційний потенціал підприємства доцільно скористатися індексними показниками, які дозволяють оцінити динаміку зміни значень індикаторів стану зовнішнього середовища, оскільки останнє характеризується значною турбулентністю.

У табл. 2.3 наведено сукупність показників зовнішніх чинників загального впливу, які впливають на складові інвестиційного потенціалу ПрАТ «Санта Україна».

За наведеними даними можна зробити наступні висновки:

– індекс споживчих цін протягом останніх десяти років мав тенденцію до зростання, сягнувши свого максимуму 22,3% в 2013 р. у пік фінансової кризи. Протягом 2015 – 2019 рр. рівень інфляції знизився, проте все одно є значним, порівняно із країнами Європи.

Таблиця 2.3

Зовнішні чинники загального впливу на формування інвестиційного потенціалу
ПрАТ «Санта Україна»

Показник	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	1п.2019
Індекс споживчих цін	1,061	0,994	1,082	1,123	1,103	1,116	1,166	1,223	1,123	1,091	1,092
Рівень податкового навантаження	0,285	0,316	0,322	0,318	0,369	0,370	0,356	0,363	0,372	0,309	...
Індекс ВВП	1,092	1,052	1,096	1,121	1,027	1,073	1,079	1,021	0,849	1,042	1,038
Індекс зміни реальних доходів	1,1	1,18	1,091	1,196	1,239	1,188	1,148	1,076	0,915	1,162	1,034
Індекс зміни прямих іноземних інвестицій	1,176	1,201	1,242	1,332	1,867	1,279	1,367	1,206	1,124	1,116	1,168
Індекс зміни інвестицій в основний капітал	1,208	1,089	1,313	1,280	1,019	1,190	1,298	0,974	0,585	0,994	1,159
Індекс зміни виданих кредитів	1,451	1,478	1,608	1,305	1,618	1,710	1,741	1,720	0,985	1,013	1,056

Загалом такий вплив чинника є несприятливим з точки зору формування інвестиційно-фінансової підсистеми інвестиційного потенціалу підприємства.

Рівень податкового навантаження за останні десять років зростає та сягнув свого максимуму 37,2% у 2009 р., що пов'язане із намаганням Уряду подолати наслідки фінансової кризи. Збільшення податкового навантаження безмовно негативно впливає на інвестиційно-фінансову підсистему інвестиційного потенціалу ПрАТ «Санта Україна», шляхом зниження розміру прибутку, що залишається у розпорядженні підприємства.

Проте слід зазначити, що розмір рівня податкового навантаження все одно є нижчим ніж у країнах Європейського Союзу, де середнє навантаження складає 39,8% [24];

– індекс зміни ВВП у цілому до 2014 р. демонстрував добру динаміку, окрім 2011 р., коли у країні була наявна політична нестабільність. З початком фінансової кризи у другій половині 2011 р. індекс знизився до 2,1%, а у 2015 р. знизився на 15,1%. Протягом 2016 р – першої половини 2017 р. відбувалося невелике, порівняно із попередніми роками, зростання ВВП, проте його розмір нижче за показник 2014 р. Такий стан справ може свідчити про наявність певної посткризової стагнації, що характеризує інертність бізнес-середовища в Україні на теперішній час. Тенденція повільного розвитку економіки стримує наявні на ринку інвестиційні можливості, що негативно впливає на можливості формування (результуючу підсистему) інвестиційного потенціалу підприємства у цілому, та легкої промисловості зокрема;

– індекс зміни реальних доходів населення протягом 2007 – 2013 рр. зріс із 1,1 до 1,23 відповідно. З 2014 р. по 2016 рр. темп зростання доходів скорочувався і у 2017 р. відбулося зниження реальних доходів населення на 8,5%.

У 2016 р. вони знов зростають на 16,2%, проте у першому півріччі 2017 р. темпи зростання істотно скорочуються, що свідчить про наявність певних проблем у економіці країни.

Торгівля, як посередницька ланка між виробником та споживачем безпосередньо залежить від доходів громадян, із їх падінням знижуються доходи, що впливає як на можливості формування інвестиційних ресурсів так і на напрями та обсяги інвестування. Це істотно чинить вплив на інвестиційний потенціал ПрАТ «Санта Україна»;

– індекс зміни прямих іноземних інвестицій свідчить за досліджуваний період його значення знаходяться на однаковому рівні, окрім 2014 р., коли в Україні відбулася зміна влади та інвестори очікували покращення умов ведення бізнесу, та 2015 – 2016 рр. відбулося скорочення темпів зростання прямих іноземних інвестицій внаслідок фінансової кризи та погіршенням загалом бізнес-середовища. Певне пожвавлення спостерігалось у першому півріччі 2017р., коли темпи зростання прямих іноземних інвестицій збільшилися проти значень 2016 – 2017 рр., що пояснюється певним поліпшенням економічної ситуації. Оскільки торгівля серед інших видів економічної діяльності стабільно посідає друге-третє місце за обсягами вкладень прямих іноземних інвестицій, то їх зростання безумовно розширює можливості збільшення інвестиційного потенціалу ПрАТ «Санта Україна»;

– індекс зміни інвестицій в основний капітал загалом повторює тенденції розвитку ВВП до 2014 р., коли відбувалося його зростання, крім 2012 р. переважно внаслідок політичної нестабільності [32]. З початком фінансової кризи у 2014 р. інвестиційна діяльність ПрАТ «Санта Україна»; суттєво скорочується про що свідчить зниження індексу зміни інвестицій в основний капітал, особливо у 2015 р., коли його значення сягнуло 0,585. Невелике скорочення відбулося й у 2016 р., проте вже за перше півріччя 2017 р. індекс зміни склав 1,159, що свідчить про пожвавлення інвестиційної діяльності підприємств;

– індекс зміни отриманих кредитів мав тенденцію до зростання протягом 2007 – 2011 рр., дещо знизився у 2012 р., проте у 2013 р. відбулося скорочення обсягів кредитування на 1,5%, у 2016 р. він зріс на 1,3%, та за перше півріччя 2017 р. зріс вже на 5,6%, що свідчить про певне пожвавлення у фінансовій

сфері. Зниження пропозиції на ринку позикового капіталу безумовно обмежує можливості залучення коштів на інвестиційні потреби підприємств торгівлі, що безумовно обмежує їх інвестиційний потенціал.

Результати дослідження галузевих чинників впливу на інвестиційний потенціал підприємств торгівлі (табл. 2.4) засвідчили, що:

- індекс зміни валової доданої вартості торгівлі демонстрував стабільне зростання до 2013 р., коли у 2013 р. відбулося скорочення валової доданої вартості внаслідок фінансової кризи, а протягом 2016 – першої половини 2017 р. знов відбувається її зростання.

При цьому варто зауважити, що темпи зростання валової доданої вартості значно вищі за темпи зростання ВВП. Це свідчить, про те, що швейна галузь є галуззю, що динамічно розвивається і робить значний внесок у формування ВВП. Зростання валової доданої вартості у легкій промисловості також свідчить про активізацію інвестиційних процесів у галузі, а також про нарощення інвестиційного потенціалу ПрАТ «Санта Україна»;

- індекси зміни фізичного обсягу товарообороту підприємства протягом 2010 – 2014 рр. стабільно зростали, що свідчить про розвиток швейного бізнесу у цей час та пояснюється збільшенням реальних доходів населення у цей же час, що було встановлено раніше. Із падінням реальних доходів населення у 2015 р., обсяг роздрібного товарообороту також скоротився, їх зростання у 2016 – 2017 р. також спричинило зростання товарообороту підприємства.

Отже, товарооборот ПрАТ «Санта Україна» суттєво залежить від реальних доходів населення та їхнє коливання спричиняє відповідні коливання у доходах підприємств легкої промисловості та, відповідно, прибутках, які є джерелом формування інвестиційного потенціалу – індекс зміни інвестицій в основний капітал підприємства за період 2010 – 2014 рр. свідчать про зростання інвестицій в основний капітал ПрАТ «Санта Україна», особливо активно у період 2013 – 2014 рр. У період 2015 – 2016 рр. відбувався спад інвестиційної активності у торгівлі, що, як було встановлено вище, характерне для економіки у цілому [38].

Таблиця 2.4

Зовнішні чинники галузевого впливу на формування інвестиційного потенціалу
ПрАТ «Санта Україна»

Показник	2008	2009	2010	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	1.п2019
Індекс зміни валової доданої вартості	...	1,233	1,286	1,298	1,365	1,224	1,389	1,379	0,99	1,174	1,277
Індекс зміни кількості підприємств Легкої промисловості	0,93	0,934	0,939	0,913	0,914	0,950	0,939	0,962	0,931	0,977	...
Індекс зміни фізичного обсягу товарообороту ПрАТ «Санта Україна»	114,1	115,6	121,8	122,7	124,3	127,1	130,1	118,0	79,0	110,2	115,2
Індекс зміни інвестицій в основний капітал в легку промисловість	1,030	1,528	1,491	1,551	1,735	1,683	1,775	1,277	0,684	0,748	1,242

У першому півріччі 2017 р. відбувався приріст інвестицій в основний капітал ПрАТ «Санта Україна», проте його темп є нижчим ніж у до кризовий період.

Таким чином, зміни інвестицій у основний капітал підприємства є відображенням реалізації інвестиційного потенціалу підприємства та тісним чином взаємопов'язані із загальною макроекономічною ситуацією у країні.

Отже, загалом конкуренція на ринку швейної промисловості посилюється, що певним чином обмежує можливості ПрАТ «Санта Україна» щодо нарощення інвестиційного потенціалу. Результати аналізу внутрішніх чинників впливу на інвестиційний потенціал ПрАТ «Санта Україна» засвідчили таке: прибутковість діяльності характеризують фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування у роздрібній торгівлі (табл. 2.5), які протягом визначеного періоду постійно зростали, дещо знизилися у 2017 р., а з початком фінансової кризи по теперішній час підприємством зазнаються незначні збитки, розмір яких, щоправда, щороку знижується на фоні загалом прибуткової діяльності, у цілому протягом 2018 р. – першої половини 2019 р. При цьому варто відзначити, що частка збиткових підприємств у швейній промисловості є нижчою, ніж у цілому у сфері промисловості.

Отже, збитковість ПрАТ «Санта Україна» загалом пояснюється великим розміром збитків окремих ритейлерів. Враховуючи той факт, що розмір чистих збитків ще більший, ніж фінансовий результат від звичайної діяльності до оподаткування, інвестиційно-фінансова підсистема інвестиційного потенціалу ПрАТ «Санта Україна» загалом має тенденцію до зниження.

Таблиця 2.5

Фінансові результати діяльності ПрАТ «Санта Україна»

Показник	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	1п.2019
Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування, млн. грн.	196	69,4	66,3	172,3	528,7	539,2	211,1	-4345,5	-1750,8	-447,4	-297,2
Чистий прибуток (збиток), млн. грн.	...	...	...	...	...	...	...	-4861,1	-2738,2	-1378	-783,6

Результати реалізації амортизаційної політики відображаються безпосередньо на ступені зносу основних засобів підприємства (табл. 2.6). Протягом досліджуваного періоду ступінь зносу основних засобів ПрАТ «Санта Україна» знижувався з 37,5% у 2009 р. до 22% у 2019 р.

Таблиця 2.6

Рівень зносу основних засобів ПрАТ «Санта Україна»
за 2009 – 2019 рр.

Показник	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Рівень зносу основних засобів, %	37,5	35,3	35,2	33,7	31,9	29,8	22	26,4	28,7	32,1

Зниження інвестиційної активності з початком фінансової кризи наклало свій відбиток на реалізацію амортизаційної політики, результатом чого стало збільшення ступеня зносу основних засобів протягом 2015 – 2019 рр. до 32,1%. Така ситуація є прямим наслідком тих негативних впливів чинників зовнішнього середовища, що було визначено вище, і безпосередньо пов'язано зі зниженням інвестиційного потенціалу ПрАТ «Санта Україна».

Для оцінки інвестиційної привабливості ПрАТ «Санта Україна» використаємо відповідну інформаційну базу.

А саме: звіт про фінансові результати діяльності (див. дод. Е) і баланс — підсумковий синтетичний документ про склад засобів діяльності підприємства та джерела їхнього формування у грошовій формі на певну дату (див. дод. Б).

Баланс є основою для проведення аналізу фінансового стану підприємства, а Звіт про фінансові результати дає змогу проаналізувати структуру доходів і витрат підприємства та визначити основний фінансовий результат його діяльності — прибуток.

Проведемо оцінку інвестиційної привабливості розрахувавши відповідні показники на підставі фінансової та бухгалтерської звітності (рис.2.2).

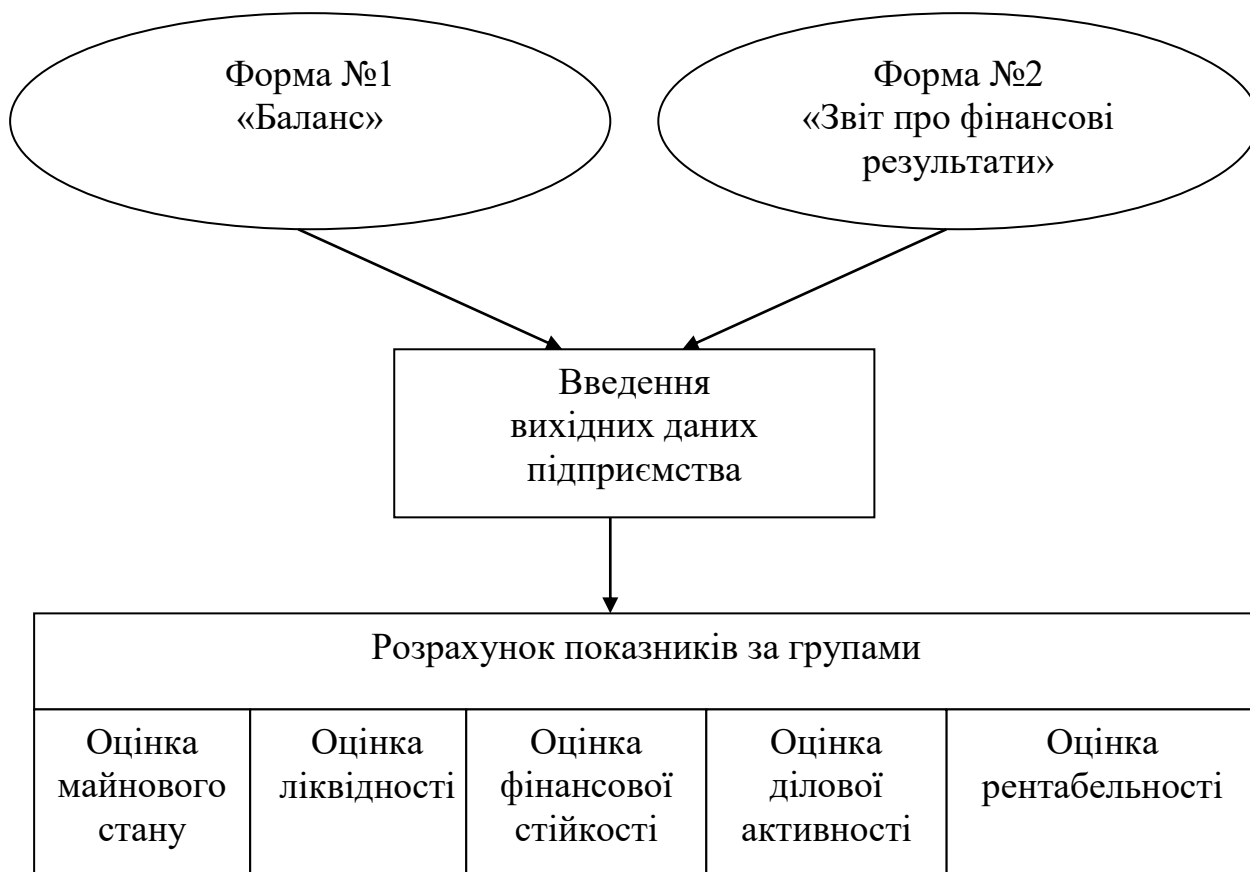


Рис. 2.2. Послідовність розрахунку показників, що визначають інвестиційну привабливість підприємства

Скористаємось алгоритмом розрахунку показників для оцінки інвестиційної привабливості підприємства, який представлений в таблиці 1.2.

Розпочнемо з аналізу майна ПрАТ «Санта Україна», досліджуючи абсолютні показники, порівнюючи вартість майна на початок та кінець звітного періоду, з даними минулих періодів, скориставшись відповідними формулами.

Результати здійснених розрахунків зведено до таблиці 2.7.

З огляду на результати розрахунків, спостерігається тенденція до зменшення валюти балансу в кінці звітного періоду в порівнянні з базисним на 373 тис. грн., що складає відповідно 7%, це свідчить про зменшення майнового

потенціалу підприємства. Збільшення кредиторської заборгованості у звітному році на 293 тис. грн. (132%) є наслідком неефективної роботи підприємства.

Таблиця 2.7

Показники оцінки майнового стану ПрАТ «Санта Україна», тис. грн.

№ з/п	Назва показника	2018 р.	2019 р.	Абсолютний приріст	Темп росту, %
1	2	3	4	5	6
1	Вартість майна підприємства	5542	5169	-373	93
2	Дебіторська заборгованість	690	652	-38	94
3	Кредиторська заборгованість	237	550	293	232
4	Робочий капітал	1079	1079	-	-
5	Частка власних оборотних засобів	0,5	0,5	-	-
6	Коефіцієнт зносу основних засобів	0,66	0,70	0,04	106
7	Коефіцієнт придатності основних засобів	0,34	0,30	-0,04	88

Проаналізувавши дану таблицю, можна зробити висновок, що на підприємстві протягом останніх двох років величина робочого капіталу залишилася стабільною на рівні 1079 тис. грн., що свідчить про відсутність у підприємства фінансових ресурсів для розширеного відтворення та здійснення інвестиційної діяльності. Частка власних оборотних засобів залишається сталою на протязі досліджуваного періоду і становить 50% в загальній вартості оборотних засобів. Як свідчить коефіцієнт зносу основних засобів у звітному році, майно підприємства застаріло та зношене, відповідно на 70%. Для інвестора цей показник цікавий насамперед тим, що завдяки йому можна розрахувати об'єм капітальних вкладень на майбутнє. Не секрет, що майже на всіх підприємствах України оновлення матеріально-технічної бази відбувається достатньо

повільними темпами. Тому проблема підвищення ефективності використання основних фондів набуває дедалі більшої актуальності.

Технічний стан основних засобів на підприємстві незадовільний, про що свідчить коефіцієнт придатності у 2019 році він зменшився на 12% і становить 30% відповідно. Тобто лише незначна частина основних засобів господарюючого суб'єкта придатна для експлуатації в процесі виробничої діяльності.

Наступним етапом визначення інвестиційної привабливості виступає фінансовий стан підприємства, який можна оцінити з погляду його короткострокової та довгострокової перспектив. У короткостроковій перспективі критерієм оцінки фінансового стану підприємства є його ліквідність і платоспроможність, тобто своєчасно і в повному обсязі розраховатися за короткостроковими зобов'язаннями.

Ліквідність підприємства – це його спроможність перетворювати свої активи на гроші для покриття всіх необхідних платежів [31]. Показники ліквідності (платоспроможності) застосовуються для оцінки можливостей підприємства виконати свої короткострокові зобов'язання.

Коефіцієнт абсолютної ліквідності характеризує негайну готовність підприємства ліквідувати короткострокову заборгованість і визначається як відношення суми грошових коштів підприємства та короткотермінових фінансових вкладень до суми короткотермінових зобов'язань. Коефіцієнт загальної ліквідності це відношення абсолютно ліквідних активів до короткострокових пасивів. Загальний коефіцієнт покриття (платоспроможності) - характеризує достатність оборотних засобів для покриття своїх боргів.

Коефіцієнт співвідношення кредиторської і дебіторської заборгованості показує здатність підприємства розраховатися з кредиторами за рахунок дебіторів протягом року. Ці показники розраховуються на підставі даних форми № 1 «Баланс» шляхом зіставлення поточних активів і поточних зобов'язань підприємства. Для того, щоб організація була визнана платоспроможною, значення визначених коефіцієнтів повинні відповідати нормативним, зазначеним.

Результати аналізу коефіцієнтів ліквідності і платоспроможності представлені у таблиці 2.8.

Таблиця 2.8

Оцінка ліквідності та платоспроможності ПрАТ «Санта Україна»

Показники	Норматив	2018 р.	2019 р	Відхилення	Темп росту, %
1.Коефіцієнт абсолютної ліквідності	>0,1	0,5	0,3	-0,2	60
2. Коефіцієнт загальної ліквідності	>1	2,1	2,1	-	-
3.Коефіцієнт співвідношення кредиторської і дебіторської заборгованості	-	0,3	0,4	0,2	200

Розрахунок коефіцієнтів ліквідності (табл. 2.8), для досліджуваного підприємства, засвідчив відповідність отриманих значень нормативам, що говорить про його спроможність вчасно розплатитися за найбільш терміновими зобов'язаннями.

Коефіцієнт абсолютної ліквідності показав, що ПрАТ «Санта Україна» спроможне негайно ліквідувати свою короткострокову заборгованість протягом всього періоду дослідження. Зниження ліквідності відбулося у 2018 р., проте значення цього коефіцієнта знаходяться в межах нормативу.

Отримані значення коефіцієнта загальної ліквідності на ПрАТ «Санта Україна», говорять про стабільне їх значення і спроможності погашати поточні зобов'язання за рахунок оборотних активів у 2018 – 2019 рр.

Ситуація перевищення кредиторської заборгованості над дебіторською, розцінюється як незадовільна і може негативно вплинути на його інвестиційну привабливість.

У цілому стан інвестиційної привабливості досліджуваного підприємства за показниками ліквідності є задовільним з погляду ефективного процесу

формування, розподілу і використання фінансових ресурсів через достатню здатність вчасно виконувати свої платіжні зобов'язання.

Важливою умовою інвестиційної привабливості господарюючого суб'єкта є наявність фінансових ресурсів для поточного і перспективного розвитку в умовах невизначеності зовнішнього середовища, тобто для фінансування інвестиційної діяльності. З огляду на це підприємство повинно мати гнучку структуру фінансових ресурсів, а за необхідності – можливість залучати позикові кошти та забезпечувати їх своєчасне повернення із відповідними відсотками. Проте така ефективність не означає забезпечення підприємства максимальним обсягом власних коштів у складі фінансових ресурсів. Капітал підприємства повинен бути збалансований з погляду забезпечення оптимального співвідношення між його власними і позиковими джерелами [27].

Також потрібно врахувати галузеву специфіку формування капіталу в торгівлі, що виражається у меншій частці власного капіталу в капіталі, за якою підприємство здатне зберігати достатню фінансову стійкість, та більшій частці позикового (основу якого складають короткострокові зобов'язання, які залучаються для фінансування оборотних активів).

Наведені в таблиці 2.9 фінансові коефіцієнти дозволяють оцінити інвестиційну привабливість з позиції оптимальності співвідношення різних видів капіталу в його загальній структурі, оцінки рівня фінансового ризику та характеристики структури вкладень капіталу в активи.

Вивчаючи результати представлених розрахунків для досліджуваного підприємства, можна відзначити, що в цілому мають місце позитивні тенденції у зміні досліджуваних показників.

Коефіцієнт фінансової незалежності (автономії) протягом аналізованого періоду залишився майже без змін і становив відповідно 0,80. Його значення перевищує норматив, що свідчить про достатню величину у підприємства власних активів для покриття зовнішніх зобов'язань. Це означає, що активи підприємства на 80% забезпечено власними коштами. Решта (20%) фінансується за рахунок

боргових зобов'язань. Така величина коефіцієнта є прийнятною — борги покриваються власним капіталом. Відсутній ризик несплати заборгованості, а відтак і занепокоєння кредиторів.

Таблиця 2.9

Показники фінансової стійкості ПрАТ «Санта Україна»

№ п/п	Показник	Норматив	2018 р.	2019 р.	Абсолютний приріст	Темп росту, %
1	2	3	5	6	7	8
1	Коефіцієнт незалежності (автономії)	>0,2	0,8	0,8	-	-
2	Коефіцієнт маневреності власного капіталу	>0,4	0,47	0,51	0,04	1,09
3	Коефіцієнт фінансування	>1	19,1	7,5	-11,6	39,3
4	Коефіцієнт інвестування	>1	0,5	0,4	-0,1	80

Показник маневреності збільшився на 4 % і становить 0,51 відповідно, що вище норми. Отже, більшу частину власного капіталу підприємство використовує для фінансування поточної діяльності, тобто вкладає в оборотні кошти, що позитивно впливає на його подальший розвиток.

Так, власні оборотні кошти присутні протягом усього періоду дослідження через перевищення поточних активів над поточними зобов'язаннями. Це означає, що формування необоротних активів здійснювалося не за рахунок короткострокових джерел фінансування. Ситуація погіршується через значення власного капіталу, що мало стійку тенденцію до зменшення через тривалі збитки.

Значення коефіцієнтів структури капіталу (незалежності та фінансування) у ПрАТ «Санта Україна» перевищують прийнятні норми. Відзначається схильність до зниження ризику втрати фінансової стійкості, про що свідчить динаміка відповідних коефіцієнтів та характеризує їх як привабливі для інвестування.

Значення коефіцієнта інвестування у досліджуваного підприємства говорить про переважне фінансування необоротних активів саме за рахунок власного капіталу акціонерів і учасників, однак негативна динаміка цього показника є результатом збільшення у структурі капіталу частки позикових коштів.

Інвестиційна привабливість підприємства формується, насамперед, під впливом ефективності його діяльності, що втілюється у показниках рентабельності [38].

Структура капіталу підприємства ПрАТ «Санта Україна» є неприйнятною і порушеною через наявність великої суми непокритих збитків у власному капіталі.

Без поповнення фінансових ресурсів у необхідних розмірах саме за рахунок прибутку, ця спроможність у короткостроковій і довгостроковій перспективі не зможе підтримуватися і буде втрачена. Саме прибуток є основним джерелом власних коштів, яке використовується для інвестування в розвиток виробничої діяльності підприємства. Тому, для підвищення інвестиційної привабливості підприємств галузі, забезпечення зростання прибутковості є важливим, стратегічним завданням. З іншого боку, у більшості випадків висока прибутковість супроводжується підвищенням рівня ризику, тобто існуванням у підприємства високої імовірності недоотримання доходів (прибутку), появи збитків та, навіть, неплатоспроможності (табл. 2.10).

З наведених даних слід відмітити, що в основному показники рентабельності не відчували суттєвих змін за аналізований період. Рентабельність діяльності продукції, активів та власного капіталу підприємства, що знизились, є негативними тенденціями діяльності підприємства, що пояснюється його збитковістю.

Аналіз ділової активності займає важливе місце під час оцінювання інвестиційної привабливості підприємств, оскільки характеризує можливість отримання прибутку, який генерують активи підприємств унаслідок прискорення швидкості їх обороту. Незначне уповільнення оборотності активів у ПрАТ «Санта

Україна» (з 2,6 до 2,5 оборотів), скорочення обсягів їх реалізації негативно впливає на підвищення рівня інвестиційної привабливості.

Таблиця 2.10

Коефіцієнти рентабельності і ділової активності ПрАТ «Санта Україна»

№ п/п	Показник	2018 р.	2019 р.	Абсолютний приріст
1	2	3	4	5
1	Коефіцієнт рентабельності діяльності	-0,04	-0,03	-0,01
2	Коефіцієнт рентабельності активів	-0,1	-0,07	-0,03
3	Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	-0,12	-0,09	-0,03
4	Коефіцієнт рентабельності продукції	-0,04	-0,03	-0,01
5	Коефіцієнт оборотності активів	2,6	2,5	-0,1
6	Коефіцієнт оборотності основних засобів (фондовіддача)	1,5	1,3	-0,2
7	Коефіцієнт оборотності власного капіталу	3,2	3,1	-0,1

Уповільнення оборотності активів у ПрАТ «Санта Україна» супроводжувалося зниженням рентабельності їх діяльності. Зниження оборотності при збитковій діяльності сигналізує про наявність певних проблем, що можуть у майбутньому негативно вплинути на отримання прибутків, які слугують орієнтиром для потенційних зовнішніх інвесторів.

Зменшення показника фондовіддачі є негативним для підприємства, так як це свідчить, про тенденцію до скорочення частки виручки на одиницю основних виробничих фондів.

Отже, за результатами аналізу рентабельності та ділової активності можна відзначити, що діяльність підприємства на сучасному етапі характеризується невеликими можливостями щодо підвищення своєї інвестиційної привабливості,

що відображається в низьких значеннях показників прибутковості та їх переважно негативній динаміці.

Варто зауважити, що фінансово-економічний аспект інвестиційної привабливості підприємства визначається багатьма факторами, які неможливо аналізувати окремо. Тільки сукупність їх дає можливість отримати повну загальну картину діяльності підприємства [25].

На думку фахівців, у галузі інвестицій та кредитів аналіз руху грошових коштів є корисним при оцінці доходів підприємства [22; с. 106-111]. Рух грошових коштів більш об'єктивно оцінює ефективність діяльності підприємства, ніж показник чистого прибутку. Аналіз грошових коштів дає змогу визначити їх стан і загальну оцінку управління підприємством. На підставі форми № 3 "Звіт про рух грошових коштів" було визначено структуру грошових потоків за два роки (2018—2019 рр).

У таблиці 2.11 наведено узагальнену структуру грошових коштів підприємства.

Таблиця 2.11

Структура грошових потоків ПрАТ «Санта Україна», тис.грн.

Вид діяльності	2018 р.	2019 р.
1. Операційна (ряд. 170)	499	227
2. Інвестиційна (ряд. 300)	54	231
3. Фінансова (ряд. 390)	32	201
4. Чистий рух грошових коштів (1 + 2 + 3)	585	659
Загальна оцінка якості управління	Гарна	Нормальна

Отже, якість управління грошовими потоками на підприємстві ПрАТ «Санта Україна» за 2019 рік можна характеризувати як гарну, тому що за результатами звітного періоду чистий рух грошових коштів у результаті операційної діяльності має позитивну величину і становить 499 тис. грн., і обсяг цих коштів значно перевищує результати інвестиційної та фінансової діяльності.

Це означає, що в результаті операційної діяльності підприємство отримує достатньо грошових коштів, щоб здійснювати інвестиційну діяльність і платити за користування кредитами за рахунок власних коштів.

Щодо, якості управління підприємством у 2019р., то тут ситуація змінилася, оскільки має місце позитивний результат руху грошових коштів у зв'язку з операційною діяльністю, що не перевищує результати від інвестиційної та фінансової діяльності.

Це означає, що підприємство несвоєчасно отримує оплату за реалізовану продукцію, товари від покупців та замовників.

Крім того, витрати на виробництво та реалізацію значно менші, ніж отримані доходи і підприємство не отримує прибуток від операційної діяльності [32].

Чистий рух грошових коштів (загальний результат від усіх видів діяльності) має позитивне значення та тенденцію до збільшення.

Це свідчить про покращення виробничо-господарської діяльності та ефективного використання фінансових та інвестиційних ресурсів підприємством протягом аналізованого періоду.

Аналіз оцінки руху грошових коштів дозволяє визначити загальні результати за трьома видами діяльності та здійснити оцінку якості управління підприємством.

Для більш детального уявлення про інвестиційну та фінансову діяльність ПрАТ «Санта Україна» необхідно проаналізувати, за рахунок яких витрат та надходжень підприємство мало позитивний результат діяльності.

У таблиці 2.12 наведено інформацію, щодо руху грошових коштів за інвестиційною діяльністю ПрАТ «Санта Україна» за 2 роки.

Підприємством за два роки було придбано основних засобів: 2018 рік — на 54 тис. грн, 2019 рік — на 250 тис,грн., що характеризує підвищення інвестиційної активності.

Таблиця 2.12

Рух коштів у результаті інвестиційної діяльності ПрАТ «Санта Україна»,
тис.грн.

Стаття	Код рядка	2018 р.		2019 р.	
		Надходження	Витрати	Надходження	Витрати
Придбання					
Необоротних активів	250	-	54	-	250
Чистий рух коштів від інвестиційної діяльності	300	-	54	-	250

Більш детально структура капітальних інвестицій ПрАТ «Санта Україна», представлена в таблиці 2.13.

Таблиця 2.13

Структура капітальних інвестицій ПрАТ «Санта Україна»

Найменування показника	2018 р.		2019 р.		Відхилення	
	Сума, тис. грн	Питома вага	Сума, тис. грн	Питома вага	тис. грн.	%
1	2	3	4	5	6	7
Придбання основних засобів	52	96	115	62	63	-34
Придбання інших необоротних активів	-	-	4	2	4	2
Придбання нематеріальних активів	2	4	67	36	65	32
Разом	54	100	186	100	-	-

Найбільше в капітальних інвестиціях припадає на інвестиції в основні засоби у 2018 р. - 96 %, у 2019 р. – 62%. У 2019 році структура інвестицій змінилась; збільшились інвестиції в основні засоби на 63 тис.грн. (34%) та збільшились – в нематеріальні активи на 65 тис. грн. (32%). Це є позитивною

тенденцією, оскільки інвестиції в нематеріальні активи є важливою складовою інноваційного розвитку підприємства.

У таблиці 2.14 наведено рух грошових коштів за фінансовою діяльністю ПрАТ «Санта Україна».

Таблиця 2.14

Рух коштів у результаті фінансової діяльності ПрАТ «Санта Україна»,
тис.грн.

Стаття	Код рядка	2018 р		2019 р.	
		Надходження	Витрати	Надходження	Витрати
Придбання					
Отримані позики	320	197	-	-	-
Погашення позик	340	-	-	-	197
Сплачені дивіденди	350	-	11	-	-
Інші платежі	360	-	218	-	4
Чистий рух коштів до надзвичайних подій	300	-	32	-	201
Чистий рух коштів від фінансової діяльності	390	-	32	-	201

Протягом 2018 року підприємство отримало позику в розмірі 197 тис. грн. на рік, і це створило боргові зобов'язання. У 2019 році ПрАТ «Санта Україна» 197 тис.грн. використало на погашення позики. Протягом 2016 року сплачувалися дивіденди на суму 11 тис. грн. за рік.

Платежі з викупу раніше випущених цінних паперів та інші платежі становили: 2018 рік — 218 тис. грн., 2019 рік — 4 тис. грн., тобто спостерігалася тенденція до постійного зменшення платежів.

Таким чином, за два роки постійно зменшувалися позитивні результати від операційної діяльності та результати фінансової діяльності підприємства. Негативним є збитки протягом цих років. Фінансова діяльність підприємства не забезпечила ефективності нарощування інвестиційного потенціалу, що стало значним недоліком у його діяльності і свідчить про зниження ділової активності.

підприємства та його керівництва, щодо ефективного використання виробничого, ресурсного та фінансового потенціалів протягом двох останніх років. Ця ситуація, свідчить про загрозу щодо діяльності підприємства, його банкрутства та збитків від його операційної діяльності [31].

Економічний аналіз діяльності ПрАТ «Санта Україна» показав, що, незважаючи на стійкий фінансовий стан, показники рентабельності в 2019 р. істотно погіршилися через наявність великої суми непокритих збитків у власному капіталі. Це значною мірою викликано зниженням інвестиційної привабливості в 2018-2019 рр., що не дозволило залучити необхідний для модернізації виробництва обсяг інвестиційних ресурсів.

Висновки за другим розділом

Виходячи з того, що інвестиційний потенціал є комплексною складовою потенціалу підприємства, було запропоновано виокремлювати чинники, що впливають на інвестиційно-фінансову підсистему; чинники, що впливають на можливість залучення інвестиційних ресурсів, та чинники, що впливають на управлінську підсистему діяльності ПрАТ «Санта Україна».

Результати проведеного дослідження засвідчили різний вплив чинників як на інвестиційно-фінансову складову інвестиційного потенціалу, так і на можливість його формування.

З метою виявлення найбільш сприятливого впливу чинників зовнішнього середовища щодо нарощення інвестиційно-фінансової складової або реалізації наявних можливостей, запропоновано методичний підхід щодо оцінки сприятливості зовнішнього середовища розвитку інвестиційного потенціалу підприємства, який базується на побудові матриці сприятливості зовнішнього середовища розвитку інвестиційного потенціалу підприємства.

Виходячи з вимог до формування збалансованої системи показників та результатів оцінки сприятливості зовнішнього середовища формування

інвестиційного потенціалу підприємства легкої промисловості, був розроблений перелік показників для оцінки зовнішньої складової інвестиційного потенціалу ПрАТ «Санта Україна» за такими напрямками: ліквідність, фінансова стійкість; рентабельність і ділова активність.

За результатами розрахунків надано узагальнюючу кількісну оцінку інвестиційній привабливості підприємства з урахуванням галузевої специфіки та досліджено її динаміку; здійснено порівняльну характеристику досліджених показників з позиції привабливості інвестування в підприємство.

Важливою умовою інвестиційної привабливості ПрАТ «Санта Україна» є наявність фінансових ресурсів для поточного і перспективного розвитку в умовах невизначеності зовнішнього середовища, тобто для фінансування інвестиційної діяльності. З огляду на це підприємство повинно мати гнучку структуру фінансових ресурсів, а за необхідності – можливість залучати позикові кошти та забезпечувати їх своєчасне повернення із відповідними відсотками. Проте така ефективність не означає забезпечення підприємства максимальним обсягом власних коштів у складі фінансових ресурсів. Товарооборот ПрАТ «Санта Україна» суттєво залежить від реальних доходів населення та їхнє коливання спричиняє відповідні коливання у доходах підприємств легкої промисловості та, відповідно, прибутках, які є джерелом формування інвестиційного потенціалу – індекс зміни інвестицій в основний капітал підприємства.

Проведений аналіз продемонстрував, що незважаючи на стійкий фінансовий стан, показники рентабельності в 2019 р. істотно погіршилися через наявність великої суми непокритих збитків у власному капіталі. Це значною мірою викликано зниженням інвестиційної привабливості в 2018-2019 рр., що не дозволило залучити необхідний для модернізації виробництва обсяг інвестиційних ресурсів.

РОЗДІЛ 3

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ

ПрАТ «САНТА УКРАЇНА» В КОНТЕКСТІ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ

СУЧАСНОСТІ

3.1. Заходи активізації інвестиційної потужності підприємства

Інвестиційна потужність підприємства є складним, багатоаспектним поняттям оціночного характеру. Її рівень формується під впливом багатьох внутрішніх і зовнішніх факторів розвитку підприємства.

Інвестиційна потужність характеризує доцільність щодо інвестування в підприємство в термінах здійснення інвестиційної діяльності з максимальним ефектом за мінімальних витрат, або іншими словами – виступає як сукупність характеристик, які дозволяють потенційному інвестору оцінити ступінь привабливості конкретного об'єкта інвестицій для вкладання наявних коштів у порівнянні з іншими і виступає зовнішнім інтегральним параметром інвестиційного потенціалу, що визначається зовнішніми зацікавленими особами [29; с. 10].

Зазвичай основними внутрішніми суб'єктами оцінювання інвестиційної потужності досліджуваного підприємства виступає керівництво (менеджмент) і власник підприємства.

Зовнішніми суб'єктами оцінювання є інвестори підприємства (у тому числі потенційні), інвестиційні компанії, фінансові аналітики, конкуренти тощо. Різні наміри, які переслідують зовнішні і внутрішні суб'єкти, обумовлює виділення різних аспектів в межах виділених елементів оцінювання інвестиційної привабливості підприємства.

Комплексна оціночна система інвестиційної діяльності підприємства базується на спостереженнях, аналізі та оцінці інвестиційної потужності та слугує цілям функціонування та розвитку підприємства, виступає дієвим інструментом

обробки інформації, засобом обґрунтування стратегічних рішень і визначається потребам управління.

Оцінка та аналіз інвестиційних можливостей досліджуваного підприємства, з одного боку, - це основа для розроблення його інвестиційної політики, а з іншого, - можливість виявити недоліки у діяльності підприємства, передбачити заходи щодо їх ліквідації та поліпшити можливості залучення інвестиційних ресурсів [20; с. 102-105]. А це, у свою чергу, дає можливості інвесторам визначитися у своєму рішенні про інвестування у дане підприємство.

Недостатня зацікавленість з боку іноземних інвесторів спричиняє потребу підвищення інвестиційної привабливості ПрАТ «Санта Україна», яка стає вирішальною для: забезпечення конкурентоспроможності продукції і підвищення її якості; структурної перебудови виробництва; створення необхідної сировинної бази для ефективного функціонування підприємства; вирішення соціальних проблем: інвестиції необхідні для забезпечення ефективного функціонування підприємства, їхнього стабільного стану й у зв'язку з цим вони використовуються для досягнення подальшого розширення і розвитку виробництва; відновлення основних виробничих фондів; підвищення технічного рівня праці і виробництва та інше [6; с. 448].

Проведений у попередньому розділі аналіз представив собою комплексну оцінку інвестиційної діяльності ПрАТ «Санта Україна», шляхом аналізу її майнового стану (див. табл. 2.7), аналізу показників ліквідності та платоспроможності (див. табл. 2.8), фінансової стійкості (див. табл. 2.9), величини чистого прибутку (див. табл. 2.6), рентабельності та можливості банкрутства (див. табл. 2.10 ;2.15).

Оцінка показників, показала що на підприємстві відсутні фінансові ресурси для покращення технічного стану основних засобів, розширення діяльності та інвестування. виправлення ситуації, що склалася можливе за рахунок збільшення валюти балансу та підвищення прибутковості підприємства.

У цілому стан інвестиційної привабливості досліджуваного підприємства за показниками ліквідності показав задовільні результати з погляду ефективного процесу формування, розподілу і використання фінансових ресурсів через достатню здатність вчасно виконувати свої платіжні зобов'язання.

Одним із методів збільшення розмірів одержаного прибутку може стати збільшення рівня цін продажу товарів. Управління цінами реалізації залежить від обґрунтованості вибору цінової політики підприємства на споживчому ринку, використання сприятливої торговельної кон'юнктури в окремі періоди року.

Підприємству необхідно підвищувати економічну рентабельність. Домогтися цього можливо збільшуючи масу прибутку, шляхом зниження собівартості, або прискорюючи оборотність оборотних коштів, що також дасть збільшення маси прибутку. Крім того, підприємство не використовує позикові кошти для регулювання (підвищення) рентабельності, хоча така необхідність існує.

Також, фінансово-інвестиційний аналіз ПрАТ «Санта Україна» дозволив виявити факт неефективного використання активів та капіталу підприємства. Кількісна оцінка рівня фінансового ризику визначила велику вірогідність виникнення фінансових труднощів, що було підтверджено високим ризиком банкрутства підприємства, оціненого на підставі використання Z - моделі Альтмана та моделі У. Бівера. Крім того, оцінка інвестиційної привабливості, також свідчить про недоцільність інвестування коштів в дане підприємство.

У зв'язку з цим виникає необхідність впровадження механізмів оптимізації використання активів та капіталу підприємства [10]:

- сформувати достатній об'єм і необхідний склад активів, що дозволить оптимізувати показники фінансової маневреності підприємства;
- забезпечити максимальну прибутковість активів, шляхом їх використання в найбільш ефективних напрямках операційної діяльності і комерційних операціях підприємства, а також знизити рівень комерційного

ризиків використання активів, розробивши ефективну систему зовнішнього і внутрішнього страхування;

- забезпечити достатній рівень ліквідності активів, збільшивши частку високоліквідних активів;

- пришвидшити обіг активів шляхом синхронізації формування активів, а також мінімізації витрат на організацію їх обігу;

- оптимізувати розподіл капіталу з метою зниження частки позикового капіталу до рівня 50% від його загальної суми;

- забезпечити фінансову рівновагу підприємства, підвищивши рівень його фінансової стійкості, для чого необхідно раціоналізувати склад капіталу за періодом залучення, а також за рахунок збільшення питомої ваги перманентного капіталу;

- оптимізувати обіг капіталу шляхом синхронізації формування капіталу, пов'язаного з операційною і інвестиційною діяльністю, внаслідок чого знизиться середній розмір капіталу, що тимчасово не використовуваного в господарській діяльності і не бере участь у формуванні доходів;

- реінвестувати капітал в найбільш прибуткові активи і операції, що забезпечують необхідний рівень його ефективності в цілому;

- забезпечити ефективний фінансовий контроль над підприємством з боку засновників;

- забезпечити фінансову гнучкість підприємства, шляхом оптимізації співвідношення власного і позикового капіталу, довгострокових і короткострокових форм його залучення, зниження рівня фінансових ризиків, контролю своєчасності розрахунків з інвесторами та кредиторами.

- забезпечити максимальну прибутковість капіталу шляхом оптимізації співвідношення власного і позикового капіталу, а також знизити рівень фінансового ризику, використовуючи механізми диверсифікації капіталу і ефективного зовнішнього та внутрішнього його страхування.

Особливо актуальними на сьогодні виступає забезпечення сталого економічного розвитку підприємства та його стратегічної стійкості.

Досвід свідчить, що підприємства, які займаються бізнесом у динамічному оточенні, повинні постійно нарощувати свій потенціал, щоб вижити. Тому постає питання про правильний вибір стратегії росту, який би зміцнював інвестиційну потужність підприємства.

Інвестиційна потужність підприємства є основоположною категорією з низки причин. Зокрема, можна спостерігати, що зростаючий потік доходів створює запас ресурсів, який можна використати для вирішення проблеми чи стратегічного маневру. Підприємство, що розвивається, має більшу ймовірність отримати фінансову підтримку у випадку загрози банкрутства, оскільки прибуткове підприємство є більш привабливим для інвесторів.

Перспективним напрямом подальшої активізації інвестиційної потужності підприємства є технічне переоснащення, удосконалення технологій виробництва, зростання реінвестицій прибутку й амортизаційних відрахувань, створення економічних умов для іноземних інвестицій, стимулювання довгострокового банківського кредитування.

Серед відомих стратегій росту та основоположних заходів активізації інвестиційної потужності, особливої уваги за заслуговує диверсифікація. В сучасних динамічних умовах господарювання підприємству, щоб залишатися стійким і ефективно пристосовуватися до швидких змін цих умов, потрібно постійно розвиватися. Розвиваючись, підприємство може обирати інтеграційні або диверсифікаційні стратегії росту [12].

У вітчизняній науковій літературі часто можна зустріти змішаний термін «вертикальна диверсифікація», що змінює межі підприємства, але не змінює характер продукції та життєвий цикл товару. У той же час диверсифікація зводиться до виробництва більше ніж одного виду продукції, кожен з яких має різне призначення і послідовність технологічних операцій.

А.Я. Бутиркін дає таке визначення диверсифікації: „Диверсифікація – це розповсюдження господарської діяльності на нові сфери, розширення асортименту продуктів, географічної сфери діяльності” [11, с.56]. В останньому випадку диверсифікацію здійснюють за територіальною ознакою і це практично синонімічно горизонтальній інтеграції, якщо вона покликана об’єднати підприємства різних регіонів. Якщо досліджувати питання диверсифікації більш широко, то, як зазначає Н.В. Бутенко, вона може торкатися таких аспектів [39]:

- товарів;
- пунктів реалізації виробів фірми;
- засобів фінансування;
- технологій.

Проте основними напрямками диверсифікації ПрАТ «Санта Україна» в стратегічному контексті його бізнесу пропонуємо обрати диверсифікацію асортименту товарів та диверсифікацію ринку. Диверсифікація товарів полягає у впровадженні нових або таких виробів, які виробляються на основі застосування нових, раніше не використовуваних підприємством, технологій.

Диверсифікація ринку полягає у входженні підприємства на нові ринки або на нові сегменти того ринку, на якому воно досі діяло.

Аналіз праць науковців [28; 29] щодо причин, які спонукають підприємства застосовувати стратегії диверсифікації, дав нам змогу синтезувати такі з них (рис. 3.1).

Для того щоб диверсифікація була ефективною, рекомендується підтримувати її базові принципи, зокрема визначення мети процесу диверсифікації, необхідність передусім захищати вже отриманий і сформований капітал, а лише потім розробляти шляхи його збільшення та розвитку, врахування між елементних зв'язків системи, їхніх особливостей і взаємодії, узгодження напряму диверсифікації з потребами ринку, доцільність

технологічної сумісності та спадкоємності, максимальне використання наявних трудових ресурсів на виробництві [15, с.138].

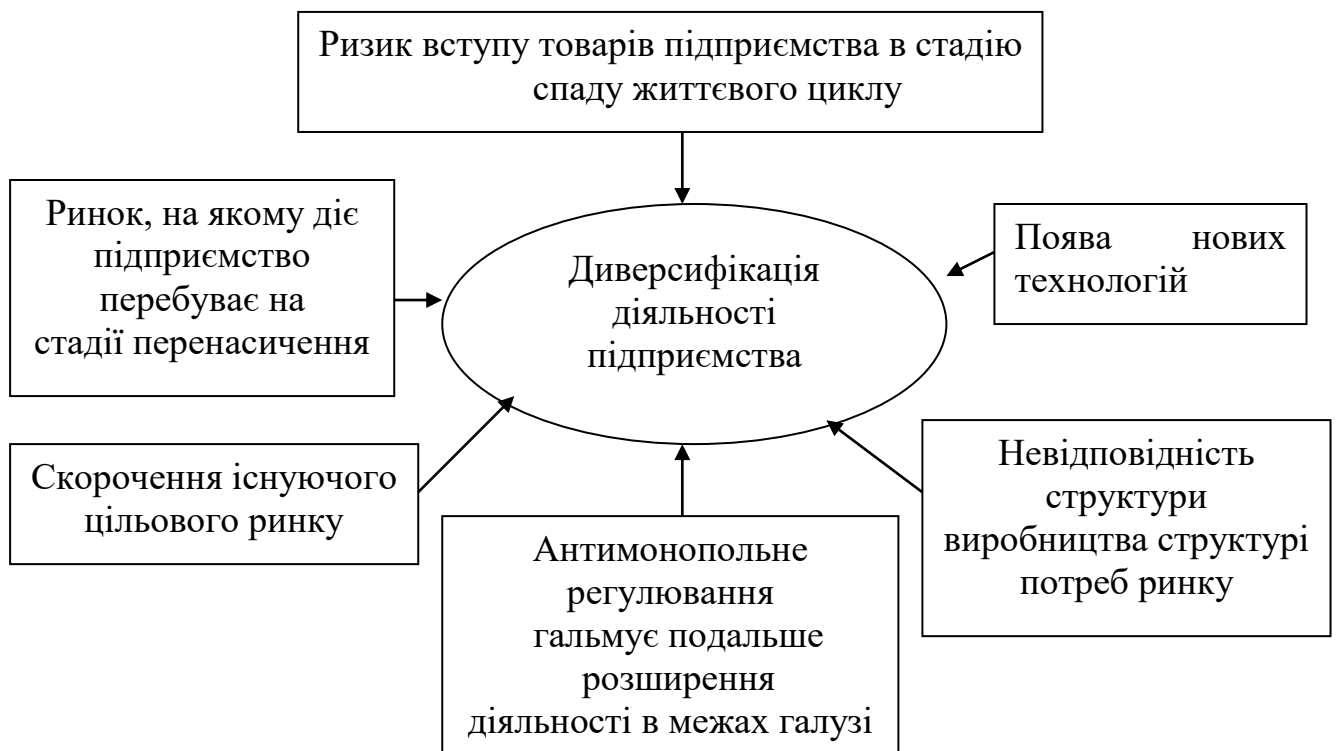


Рис. 3.1. Причини, які сприяють застосуванню стратегії диверсифікації
ПрАТ «Санта Україна»

Науковці пропонують використовувати такі групи методів диверсифікації [17]:

1) внутрішнє зростання (диверсифікація діяльності в межах одного підприємства). Передбачає диверсифікацію існуючого підприємства за рахунок використання наявних і залучених ресурсів. На підприємстві існують різні можливості внутрішньої диверсифікації: створення продукції, подібної до існуючої; створення зовсім нової продукції; диверсифікація ринків; диверсифікація технологій.

Головною причиною внутрішньої диверсифікації компанії стає надлишок ресурсів, які можна використати у виробництві нової продукції або

продукції, яка випускалася, за більш ефективною технологією для отримання додаткового прибутку. Мета внутрішньої диверсифікації полягає у створенні основи для забезпечення збереження підприємства у майбутньому;

2) зовнішнє зростання (диверсифікація через злиття та поглинання). Передбачає об'єднання підприємств. До переваг цієї групи методів диверсифікації необхідно віднести наявність у підприємств, з якими планується злиття чи поглинання, відпрацьованих технологій, функціональних зв'язків із постачальниками, налагоджених каналів збуту, високого рівня попиту на продукцію компанії, кваліфікованості персоналу, а також популярності продукції, що значно зменшує обсяг додаткових інвестицій. Науковці виділяють такі основні мотиви диверсифікації діяльності підприємства (табл.3.1).

Таблиця 3. 1

Мотиви диверсифікації діяльності підприємства [11, с. 8]

Техніко-технологічні	Фінансові	Соціальні	Стратегічні
– Бажання зберегти виробничий потенціал та більш повно завантажити виробничі потужності. - Формування альтернативних варіантів використання зразків, матеріалів, технологій. – Вирішення проблем надмірності та неповного використання ресурсів. –Розвиток інноваційної політики.	– Розподіл ризиків між великим обсягом виробництва. – Забезпечення фінансової стабільності.	– Збереження робочих кадрів. – Створення нових робочих місць. – Зміна системи мотивації менеджменту.	– Адаптація до змін в кон'юктурі світових ринків у довгостроковому періоді. – Страхування підприємства для попередження довгострокових погроз. – Дотримання вимог антимонопольного законодавства. – Завоювання нових ринків

Варто зазначити, що головною метою диверсифікації ПрАТ «Санта Україна», стане збільшення прибутку і зменшення ризиків за рахунок ведення діяльності в кількох галузях, які можуть відрізнятися циклічністю (у той час, як одні галузі переживають спад, інші – піднесення) [12, с. 56].

Таким чином, у сучасних умовах господарювання, яким притаманний динамізм, диверсифікація є привабливим шляхом для інвестування капіталу підприємства та зменшення рівня ризику, особливо, якщо подальша експансія в основних сферах діяльності є обмеженою. Диверсифікаційний ріст відіграє неабияку роль у забезпеченні стратегічної стійкості досліджуваного підприємства підприємства. Він сприятиме стабілізації його доходів, посиленню конкурентних позицій, підвищенню прибутку й рентабельності, що є вагомим чинником зростання капіталізації, збільшення ринкової вартості підприємства. Проведена систематизація причин диверсифікаційної діяльності та ефектів її застосування сприятиме перспективному стабільному розвитку ПрАТ «Санта Україна», забезпечення і зміцнення її стратегічної стійкості.

Таким чином, з'ясування факторів та визначення резервів підвищення інвестиційної потужності лежить у основі теоретичного обґрунтування проблеми формування достатньої конкурентоспроможності підприємства на інвестиційному ринку й безперечно пов'язано з загальними факторами інвестиційної привабливості, які укрупнено можна розподілити на [23]:

- фінансово-економічні;
- соціальні;
- інформаційні.

Серед діючих факторів і резервів підвищення інвестиційної потужності основне значення доцільно приділити першій групі чинників, які, безперечно, мають найсуттєвіший вплив на формування рівня інвестиційної привабливості підприємства.

До фінансово-економічних факторів і резервів підвищення інвестиційних можливостей пропонується віднести:

1) підвищення ефективності використання основних фондів на підприємстві;

2) зростання якості управління кредиторською й дебіторською заборгованістю;

3) ріст ефективності використання оборотних коштів;

4) удосконалення шляхів управління прибутком підприємства;

5) запровадження маркетингових заходів та управління якістю;

6) підвищення ефективності управління ціноутворенням на продукцію підприємства;

7) зростання ефективності діяльності підприємства за рахунок впровадження екологічно безпечного обладнання;

8) налагодження та якості діяльності внутрішнього аудиту.

Дослідження та аналіз індикаторів інвестиційної привабливості, проведеного на прикладі ПрАТ «Санта Україна», визначило необхідність пошуку факторів та резервів підвищення інвестиційної привабливості на підприємстві перш за все у групі фінансово-економічних показників.

Оцінка ефективності заходів із підвищення рівня інвестиційної привабливості підприємства дозволила виявити величину економічного ефекту, сформованого із наступних елементів:

1) прискорення оборотності оборотних коштів підприємства на базі зменшення кредиторської та дебіторської заборгованості й виробничих запасів;

2) впровадження заходів із зміни обсягу коштів на рахунку підприємства, а також обсягу поточних фінансових інвестицій з метою створення найкращого співвідношення між обіговими коштами у виробничій та невиробничій сферах, оптимізації ліквідності та платоспроможності підприємства.

Результатами аналізу відзначили, що діяльність підприємства на сучасному етапі характеризується невеликими можливостями щодо підвищення своєї інвестиційної привабливості, що відображається в низьких значеннях показників прибутковості та їх переважно негативній динаміці.

Отже, основними причинами нестабільності фінансового стану ПрАТ «Санта Україна» виступає не диверсифікований асортимент продукції, товарів, низька конкурентоспроможність, неефективний фондовий портфель, низька ліквідність активів, несприятливі економічні та галузеві умови, нестабільність фінансового ринку.

Це означає, що зміцнення аспектів його інвестиційної потужності є одним з найважливіших завдань, від вирішення якого залежить ефективність функціонування підприємства у цілому. Своєчасна розробка та впровадження системи заходів, спрямованих на поліпшення інвестиційної потужності дозволить підприємству посилити платоспроможність, прибутковість, фінансовий та майновий потенціал.

Всі ці проблеми необхідно враховувати при розробці стратегічних програм розвитку підприємств.

3.2. Детермінанти інвестиційного розвитку ПрАТ «Санта Україна»

Сучасні проблеми глобалізації, які постійно супроводжуються інтенсивним зростанням конкурентоспроможності, сприяють сучасному формуванню нових стратегічних парадигм. На сьогодні в умовах що склалися в економічній ситуації головним стає не тільки тактична конкурентоспроможність підприємства, а і її самостійна спроможність динамічної зміни під впливом як внутрішніх, так і зовнішніх факторів економічного середовища за рахунок постійного оновлення продукції, що виробляється відповідно до розроблених сучасних стратегій розвитку.

Постійна мінливість ринкового середовища зумовила необхідність застосування стратегічного підходу до системи господарювання на підприємстві. Інвестиційна політика підприємства — частина загальної економічної стратегії, яка визначає вибір і способи реалізації найбільш

раціональних шляхів оновлення та розширення його виробничого і науково-технічного потенціалу [39].

Дана політика спрямована на забезпечення виживання підприємства в складному ринковому середовищі, на досягнення ним фінансової стійкості і створення умов для майбутнього розвитку.

Стратегія — це генеральна комплексна програма дій, яка визначає пріоритетні для підприємства проблеми, його місію, головні цілі та розподіл ресурсів для їхнього досягнення. Вона формулює цілі та способи їхнього досягнення так, щоб вказати підприємству певний (такий, що об'єднує всі його підрозділи) напрямок розвитку. За своїм змістом стратегія є довгостроковим плановим документом [20].

Реальність та ефективність стратегії підприємства буде забезпечено, якщо стратегічні цілі будуть конкретними та вимірюваними; чітко зорієнтованими у часі (коли і яку мету треба досягнути); досяжними, збалансованими, ресурсно забезпеченими та такими, що взаємно підтримують одна одну.

Інвестиційна стратегія — це система довгострокових цілей інвестиційної діяльності підприємства, обумовлених загальними задачами його розвитку й інвестиційною ідеологією, а також вибір найбільш ефективних шляхів їхнього досягнення [8].

Інвестиційна стратегія визначається як генеральний план дій у сфері інвестиційної діяльності підприємства, який враховує пріоритетні її напрямки і форми, характер формування інвестиційних ресурсів і послідовність етапів реалізації довгострокових інвестиційних цілей, що забезпечують передбачений загальний розвиток підприємства [29].

Отже, аналізуючи ці визначення, можемо відзначити, що інвестиційна стратегія — це системна концепція, яка визначає і спрямовує розвиток інвестиційної діяльності підприємства.

Розробка інвестиційної стратегії є творчим процесом, що включає постановку цілей інвестиційної діяльності, визначення її пріоритетних напрямків і форм, оптимізацію структури інвестиційних ресурсів і їхнього розподілу, вироблення інвестиційної політики з урахуванням найбільш важливих аспектів інвестиційної діяльності, підтримка взаємин із зовнішнім інвестиційним середовищем.

Актуальність розробки інвестиційної стратегії підприємства визначається низкою умов.

Найважливішою умовою є інтенсивність зміни чинників зовнішнього інвестиційного середовища. Висока динаміка основних макроекономічних показників, пов'язаних з інвестиційною активністю підприємств, темпи технологічного прогресу, коливання кон'юнктури інвестиційного ринку, мінливість державної інвестиційної політики і форм регулювання інвестиційної діяльності не дозволяють ефективно управляти інвестиціями підприємства на основі лише раніше накопиченого досвіду та традиційних методів інвестиційного менеджменту.

В цих умовах відсутність розробленої інвестиційної стратегії, адаптованої до можливих змін чинників зовнішнього інвестиційного середовища, може призвести до того, що суперечливі інвестиційні рішення окремих структурних підрозділів підприємства спричинять зниження ефективності інвестиційної діяльності в цілому.

Проведення діагностики стану підприємства є підвалинами розробки стратегію розвитку. Стратегія – це генеральний план розвитку, який, зазвичай, розробляється на 3-5 років. Стратегія описує основні мети як підприємства у цілому, і функціональних напрямів роботи і систем (виробництво, збут, маркетинг). Визначаються основні цільові кількісні і якісні показники. Стратегія дозволяє підприємству здійснювати планування трохи більше короткі періоди часу у межах єдиної концепції. Для потенційного інвестора стратегія демонструє бачення підприємством своїх довгострокових

перспектив і адекватність менеджменту підприємства умов праці підприємства (як внутрішнім, і зовнішнім) [7].

Інвесторами можуть виступати зовнішні інвестори, такі, як банківські, страхові та посередницькі організації, біржі, інвестиційні фонди і компанії, державні органи управління, а також внутрішні інвестори, тобто самі підприємства стосовно своїх підрозділів. Крім того, підприємства можуть виступати як зовнішній інвестор відносно до інших підприємств.

Дослідженням та трактуванням теоретичних положень сутності та класифікації стратегій направлених на покращення інвестиційної привабливості підприємств присвячені роботи багатьох вітчизняних і закордонних вчених. Більшість авторів, такі, як І.О. Бланк, А.А. Пересада, В.Я. Шевчук, П.С. Рогожин, В.Г. Федоренко, А.Ф. Гойко, В.М. Серов, Л.Л. Ігоніна розуміють під інвестиційною стратегією систему довгострокових цілей інвестиційної діяльності та вибір найбільш ефективних шляхів їх досягнення [20]. Але особливості їх застосування та реалізації в окремих галузях, зокрема в легкій промисловості, потребують подальшого вивчення та обґрунтування.

Інвестиційна стратегія не може бути здійснена без відповідної ресурсної бази. Тому одним із найважливіших етапів розробки стратегії є оцінка потенційних можливостей підприємства з формування необхідного обсягу інвестиційних ресурсів за допомогою всіх можливих джерел та у всіх формах для забезпечення ефективних результатів інвестиційної діяльності.

Сучасна інвестиційна активність діяльності ПрАТ «Санта Україна» формується як під впливом макроекономічних змін, так і виникнення нових потреб у споживачів, зростання все більших вимог до якісних характеристик товарів широкого вжитку, скорочення їх життєвого циклу внаслідок дії зазначених факторів.

Особливістю діяльності ПрАТ «Санта Україна» виступає:

- 1) висока місткість внутрішнього ринку – 42 млн. споживачів;

2) швидке та високоефективне повернення вкладених коштів сприяє інвестиційній привабливості: обертання коштів, не дивлячись на фактичну відсутність гуртової торгівлі, здійснюється 3–4 рази на рік;

3) асортимент продукції, що виробляється підприємствам в значній мірі знаходиться під впливом сучасних тенденцій, насамперед, змін у моді, що потребує впровадження та застосування частих якісних вдосконалень;

4) багатофакторність формування попиту на продукцію в умовах існуючої високої внутрішньої і зовнішньої конкуренції, що передбачає забезпечення підприємства галузі висококваліфікованими кадрами, які володіють сучасними інвестиційними технологіями менеджменту;

5) розробка новітніх стратегій подальшого розвитку підприємства повинна враховувати оцінку рівня наявного матеріального стану різних груп населення для його співставлення з власними можливостями як споживачів, так і виробників продукції.

Процес розробки інвестиційної стратегії є складовою частиною загальної та конкурентної стратегії розвитку підприємства. Тому цілі інвестиційної стратегії повинні бути узгоджені зі стратегічними цілями загального розвитку та інших функціональних стратегій (фінансової, операційної та іншими).

Основні стратегічні цілі розвитку ПрАТ «Санта Україна», можуть бути сформульовані наступним чином:

- створення власної збутової мережі;
- зменшення залежності від постачальників сировини і матеріалів; підвищення гнучкості виробничого устаткування на основі організації тісної взаємодії з підприємствами машинобудування;
- інтенсифікація процесів дослідження ринку та організація довготривалої співпраці з дизайнерськими фірмами;
- використання для зниження відносних витрат ефекту масштабу виробництва.

Також, важливою ціллю господарюючого суб'єкта є ефективне використання підприємством давальницьких схем поряд з плановим виробництвом для додаткового завантаження виробничих потужностей.

Для просування власної продукції ПрАТ «Санта Україна» необхідно використовувати досягнення сучасних інформаційних технологій, які широко застосовуються на західних ринках (спеціалізовані каталоги поширення товарів через поштові відділення зв'язку, інтернет-магазини, корпоративні рекламні сайти). Існує стійка тенденція, яка спонукає підприємство в тій чи іншій мірі проявляти необхідну активність. Це може бути викликано навіть об'єктивними причинами: зносом та застарілістю необоротних активів, старінням технології, недосконалими методами управління, відсутністю маркетингової культури. Агресивна діяльність конкурентів може призвести до різкого попиту на продукцію підприємства, що зменшує його шанси стабільно працювати в обраних сегментах [28].

Орієнтація ПрАТ «Санта Україна» має бути направлена на впровадження новітніх декоративно-оздоблювальних технологій, нових зразків продукції, направлених на підвищення споживчих якостей товарів, підвищення рівня моделювання та конструювання одягу. Що в свою чергу дасть можливість підприємству високими темпами та натисками витискувати конкурентів, захоплювати все більшу ринкову аудиторію, збільшуючи свою присутність на ринках і, таким чином, формулювати ринковий попит.

Інвестиційна активність підприємства повинна відповідати поточним і перспективним вимогам його економічного розвитку та найповніше використовувати його інвестиційний потенціал.

В антикризових умовах ринкового господарювання ПрАТ «Санта Україна» характеризується постійним зниженням швидкості обсягів продажів і зменшенням обсягів прибутку, масовим ринком покупців, сильним конкурентним середовищем і передбачає збільшення витрат на маркетингову діяльність підприємства. При цьому змінюються пріоритети елементів маркетингу:

знижується значення реклами товарів і зростають витрати на формування попиту шляхом залучення додаткових споживачів. З цією метою на підприємстві повинні розроблятися необхідні заходи щодо стимулювання збуту та удосконалення сервісу, підвищення якості продукції, основними з яких виступають:

- ефективне управління витратами та зниження собівартості продукції;
- застосування міжнародної сертифікації продукції та стандартизації процесів виробництва як складових управління якістю;
- удосконалення рівня організації виробництва з використанням модернізованого устаткування та новітнього програмного забезпечення;
- налагодження тісних зв'язків з бізнес-партнерами.

Пропонується виділити дві групи факторів, які обумовлюють інвестиційну активність і стратегію підприємства: інвестиційний потенціал (ключові внутрішні компетенції) і зовнішні можливості (ключові зовнішні компетенції).

Маючи необхідний набір взаємопов'язаних динамічних здібностей менеджменту підприємства, спроможного швидко адаптуватися та регулювати свою діяльність відповідно до змін на ринку, а також використовувати сучасні високі технології, інноваційні ресурси, забезпечує вирішення особливих нетипових задач, і які не можуть бути легко скопійовані конкурентами, що дозволяє підприємству бути стійким в умовах існуючої жорсткої конкуренції та займати позиції лідера на ринку.

Значною мірою на рівень формування і використання інвестиційних можливостей ПрАТ «Санта Україна» впливають як внутрішні, так і зовнішні компетенції. До них можна віднести спроможності щодо вибору ефективних форм взаємодії із постачальниками, споживачами, конкурентами, інвесторами, фінансовими інститутами, науково-дослідними організаціями, вищими навчальними закладами, що спостерігається і проявляється у встановленні стійких зв'язків із органами місцевої влади і державними галузевими органами для використання можливості щодо лобіювання власних інтересів.

Більшість дослідників переконані в тому, що найвищого інвестиційного розвитку добиваються лише ті компанії, які обрали стратегію зростання інвестиційної активності і мають можливість адекватно нарощувати свій інвестиційний потенціал..

Частіше всього компанії не спроможні реалізувати свої стратегічні плани за відсутністю фінансових ресурсів [7]. Дійсно, незадовільний фінансовий стан ПрАТ «Санта Україна» суттєво впливає на рівень інвестиційної привабливості підприємства: за останні роки підприємство є збитковим. В результаті фінансовий результат від звичайної діяльності складався як негативний. Кредиторська заборгованість у цілому на підприємстві стабільно перевищує дебіторську заборгованість, що свідчить про брак обігових коштів. В той же час необхідно зазначити, що фінансові фактори є значними, але не єдиними факторами розвитку підприємства. Успішність підприємства багато в чому залежить від професійності менеджменту, його спроможності будувати і реалізовувати тактичні і стратегічні плани. Для впровадження яких, необхідно забезпечити наявність необхідних фінансових, матеріально-технічних та трудових ресурсів.

Одним із заходів зростання виробництва національного одягу, є зменшення частки виробництва за давальницькою схемою за рахунок збільшення випуску продукції відповідної якості та асортименту для внутрішнього ринку, організацію власного планового виробництва.

Для виходу зі скрутного становища та підвищення ефективності діяльності ПрАТ «Санта Україна» повинно додатково вживати конкретних заходів, щоб набути певних конкурентних переваг. Необхідно визначити стратегічну позицію підприємства, оцінити вплив факторів внутрішнього і зовнішнього середовищ на його функціонування та розвиток, що надасть можливість визначити ключові фактори успіху підприємства.

Тому наступним важливим кроком є вивчення внутрішнього середовища. Аналіз внутрішнього середовища є найважливішим для

інвесторів, особливо у випадку придбання підприємства. Він проводиться у розрізі таких блоків, як продукція, виробничий апарат, система управління.

Ще одним важливим кроком є вивчення зовнішнього середовища. Аналіз зовнішнього середовища — це безперервний процес спостереження, вивчення та контролю за діями зовнішніх щодо підприємства чинників для того, щоб своєчасно та вичерпно визначити можливості і загрози для підприємства, тобто позитивну та негативну дію зовнішніх чинників (політичних, економічних, науково-технічних, соціальних, міжнародних тощо).

Дослідження дозволило сформулювати основні детермінанти позитивного і негативного впливу факторів на діяльність ПрАТ «Санта Україна» (рис. 3.2; 3.3).

Таким чином, основною характеристикою інвестиційної стратегії підприємства є гнучкість, що передбачає її корегування залежно від впливу чинників зовнішнього та внутрішнього середовища [7; 8]. До факторів зовнішнього середовища Н.Н. Ушакова, В.Д. Маркова, С.А. Кузнецова та І.О. Бланк відносять ті, що безпосередньо або опосередковано впливають на інвестиційну діяльність підприємства, а саме: економічні, політичні, правові, соціальні, технологічні та міжнародні. А до внутрішніх чинників, на думку В.М. Гриньової [5, с.30], доцільно віднести: фінансовий стан підприємства, технічний рівень виробництва, наявність незавершеного виробництва й невстановленого устаткування, наявність власних коштів, економічну доцільність та ефективність намічених до реалізації інвестиційних проектів.

Зіставлення наведених факторів негативного і позитивного впливу дає змогу виявити перспективи розвитку ПрАТ «Санта Україна» з формуванням основних конкурентних переваг підприємств — виробників одягу.

Виявлення і усвідомлення факторів негативного впливу на діяльність підприємства уможливорює розроблення стратегічних напрямів подолання слабких сторін виробників та запобігання впливу загроз, за рахунок максимально ефективного використання переваг та можливостей підприємства. Ключовими

факторами успіху підприємства, що характеризує сектор пошиття одягу, виступає якість швейної продукції та собівартість виробництва.

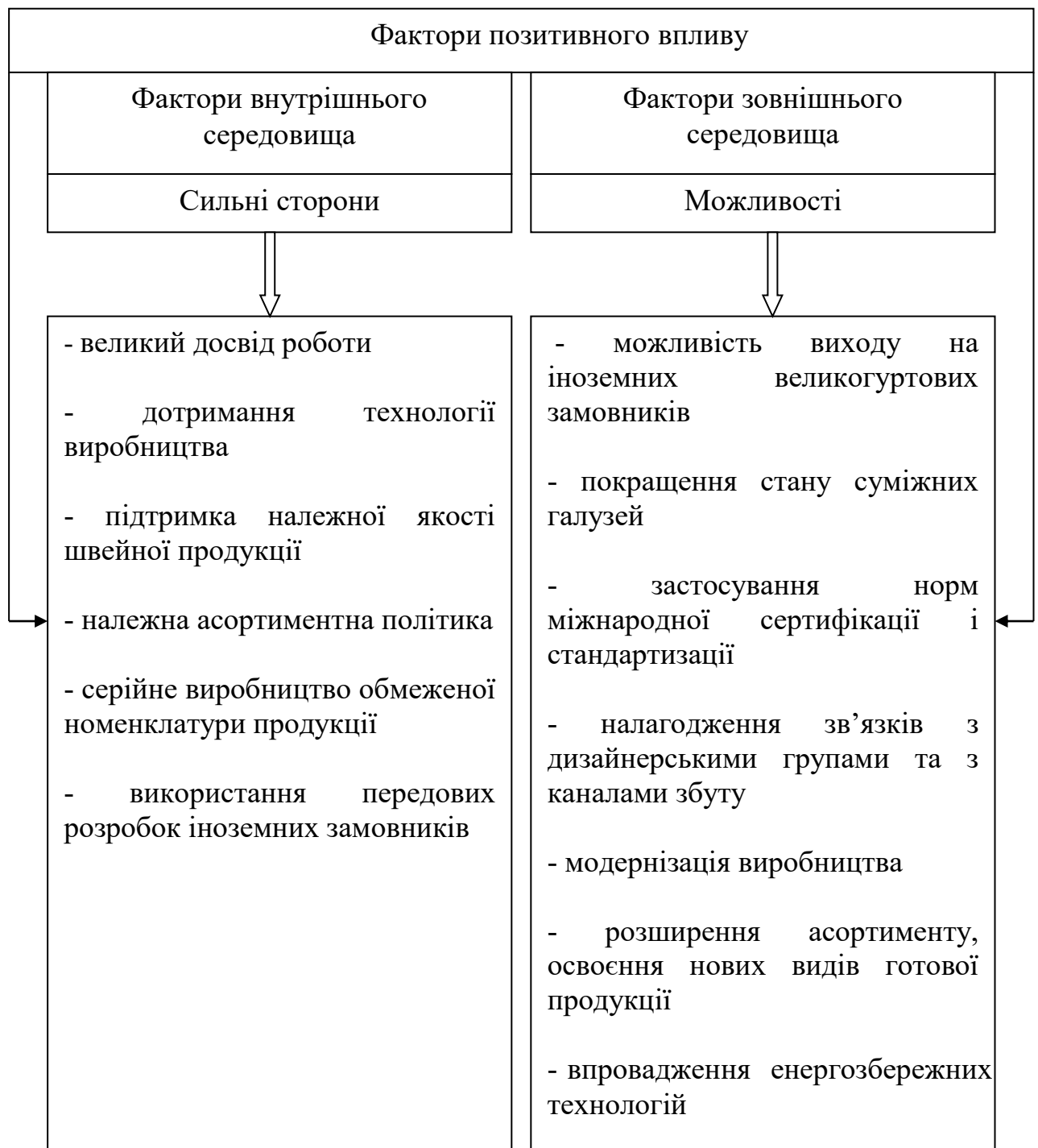


Рис 3.2. Основні детермінанти позитивного впливу факторів на діяльність
ПрАТ «Санта Україна»



Рис. 3.3. Основні фактори негативного впливу на діяльність

ПрАТ «Санта Україна»

За для ефективнішого розвитку швейної промисловості доцільним постає застосування таких заходів:

- забезпечення стабільності господарського, податкового та митного законодавства, що сприятиме залученню інвестицій;
- здійснення жорсткішого контролю під час ввезення швейних виробів для запобігання контрабанді;
- впровадження технічних бар'єрів на шляху ввезення «секонд-хенду», зокрема санітарно гігієнічних висновків;
- спрямування діяльності підприємств на підвищення якості продукції та розширення асортименту відповідно до вимог ринку;
- зменшення частки виробництва за давальницькою схемою за рахунок випуску продукції відповідної якості на внутрішній ринок;
- сприяння сертифікації підприємств швейної промисловості за міжнародними стандартами.

Враховуючи вищезазначене, можна зробити наступні висновки: ефективна стратегія підприємства направлена на покращення інвестиційної привабливості, повинна відповідати інтересам споживачів, враховувати зміни як зовнішнього, так і внутрішнього конкурентного середовища.

Для вирішення цих проблем передусім потрібне їх державне розв'язання. Концепцією «Загальнодержавної цільової програми розвитку промисловості України на період до 2017 р. вирішальним чинником розвитку та підвищення конкурентоспроможності промислових підприємств», визначено структурно-інноваційне вдосконалення виробництва та реалізацію енергозбережної моделі розвитку .

Визначення інвестиційних можливостей ПрАТ «Санта Україна», а також його зовнішніх компетенцій, дає змогу обрати сучасний тип відповідної стратегії розвитку підприємства; обґрунтувати способи залучення нововведень, співпраці з іншими організаціями, науково-дослідними підприємствами; сконструювати

необхідні економічні механізми та організаційні форми управління в процесі її впровадження.

Здійснення зазначених стратегічно важливих завдань надасть можливість підприємству успішно діяти за умов жорсткої конкуренції сьогодення.

3.3 Впровадження бренд-менеджменту в управлінську діяльність як основоположного заходу підвищення інвестиційної привабливості підприємства

Сучасні тенденції загальноекономічної стабілізації, насичення вітчизняних ринків товарами, посилення конкуренції, перспективи розвитку підприємств у системі господарських зв'язків, вихід українських економічних суб'єктів на світові ринки зумовлюють необхідність використання елементів бренд-менеджменту в стратегічному розвитку підприємств.

Інновації у сфері виробництва сприяють появі нових товарів, які можна диференціювати за допомогою використання бренда та ефективної системи бренд-менеджменту.

Процес впровадження бренд-менеджменту в управлінську діяльність на підприємствах швейної підгалузі з урахуванням того, що в сучасному конкурентному середовищі триває боротьба брендів, а не товарів, за їхнє місце у свідомості споживачів, відбувається доволі повільно.

Підприємства насамперед зосереджені на вирішенні проблем стратегічного розвитку, пов'язаних з ефективним використанням матеріальних активів, а формування потенціалу стратегічного розвитку за рахунок бренда як нематеріального активу підприємства залишається поза їхньою увагою.

Швейна підгалузь, продукція якої спрямована на якісне задоволення індивідуальних потреб споживачів, є суттєвим та необхідним сегментом виробничого комплексу України, виступає одним з показників добробуту населення країни та забезпечує значні надходження до бюджету.

Економічний статус швейної підгалузі безпосередньо впливає на загальний рівень національної економіки та сприяє зайняттю гідного місця країни в світовому господарстві. Для стратегічного розвитку підприємства в умовах конкурентного середовища необхідне формування організаційно-економічного механізму на базі систематичного вивчення ринку, та дослідження потреб споживачів. Це потребує впровадження бренд-менеджменту в стратегічну діяльність підприємства адаптованого до проблем розвитку економіки України, його трансформації на ринкових засадах та формування стратегічних поглядів щодо покращення діяльності в підприємницькому середовищі.

З огляду на вище окреслені аспекти, у дипломній роботі розглянуто бренд як сукупність характеристик товару (його атрибутів, уявлень і знань споживачів про товар), елементів торгової марки (логотип, назва та звуковий ряд) і товарного знака (юридичний захист).

Так, на рис. 3.4 зображено взаємозв'язок системоутворюючих елементів бренду які являються його основою.

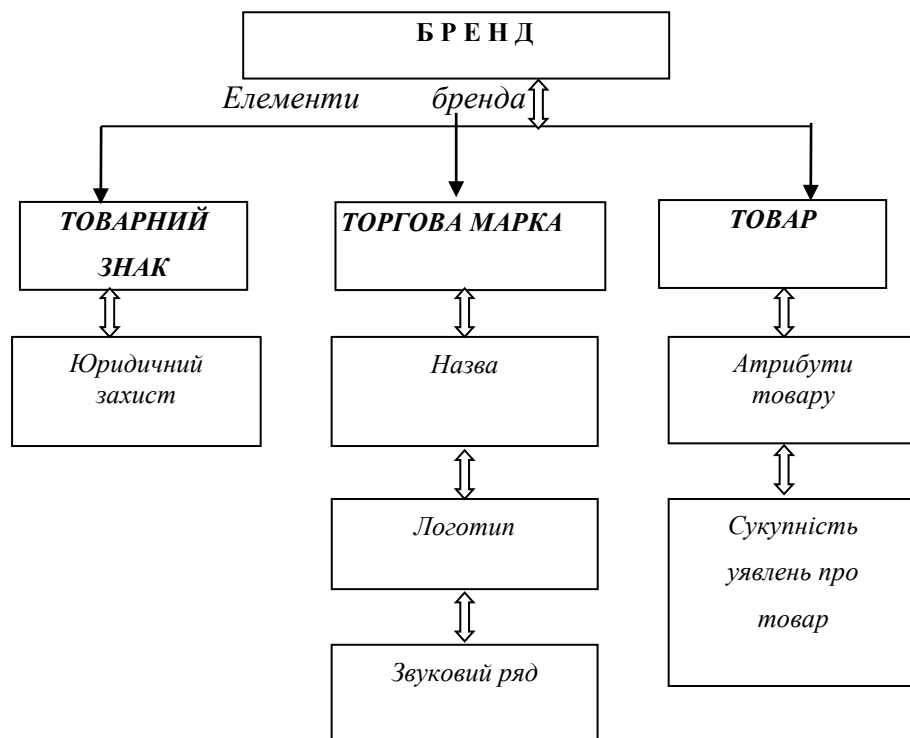


Рис. 3.4 Взаємозв'язок основних елементів бренду ПрАт «Санта Україна»

Досліджено, що передумови змін призначення бренда на ринку пов'язані з циклами економічного розвитку, процесами, що відбуваються в економіці, зокрема глобалізацією бізнесу, розширенням меж ринків діяльності, інтенсивністю конкуренції, розвитком науково-технічного прогресу.

Відповідно до змісту бренда представлено його призначення в стратегічному розвитку ПрАТ «Санта Україна»: формування механізму взаємодії підприємства зі споживачами; організація довготривалих конкурентних переваг (диференціація товарів, послуг, захист товарів/послуг від атак конкурентів, укріплення позиції щодо товарів-субститутів); забезпечення прихильності споживачів, завдяки чому протягом певного періоду підприємство отримує прибуток та посилюється до нього довіра партнерів, що полегшує його доступ до фінансових, інформаційних, людських та інших ресурсів; створення адаптивності підприємства в умовах перманентних зовнішніх змін завдяки прихильності споживачів до бренда; підвищення іміджу підприємства; визначено фактором збільшення вартості матеріальних активів; забезпечення довготривалого життєвого циклу підприємства.

Враховуючи доцільність охорони бренда на ринку рекомендується охорона товарних знаків на рівні підприємства, що передбачає вжиття наступних заходів: реєстрація патентів та інших об'єктів інтелектуальної власності; контроль виробничих потужностей через роздрібну мережу; контроль цінової стратегії; встановлення контакту зі співробітниками та споживачами; створення асоціацій з іншими суб'єктами господарювання, які виготовляють аналогічну продукцію (див. рис. 3.5).

За результатами 2015 року виробничі потужності підприємства були завантажені біля 70% переробкою давальницької сировини, що визначає залежність підприємства від цього виду діяльності.

Разом з цим, нерівномірність надходження давальницької сировини на переробку та відсутність певного плану діяльності у цьому напрямку зумовлює нерівномірність завантаження підприємства загалом упродовж року.

Аналіз фінансово-економічного стану підприємства швейної підгалузі засвідчив його балансування на межі кризи з втратою важливих зовнішніх і внутрішніх ринкових позицій; незбалансованість руху фінансових потоків; слабкі конкурентні позиції. Разом з цим спостерігається тенденція до збільшення рентабельності виробництва продукції на внутрішній ринок.

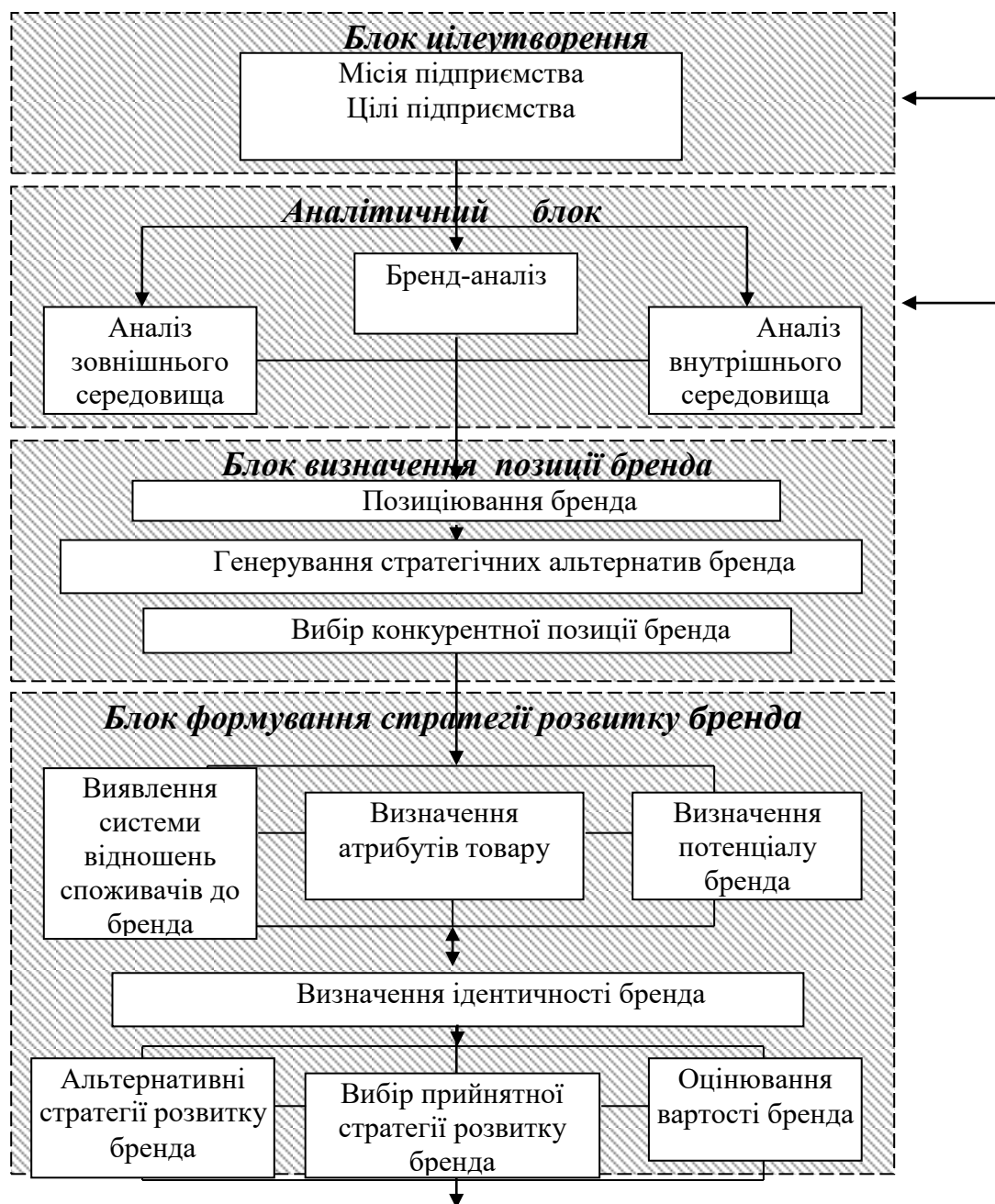


Рис. 3.5. Механізм впровадження бренд-менеджменту у господарську діяльність ПрАТ «Санта Україна»

Однак складність виходу на український ринок для швейних підприємств визначається високим ступенем конкуренції на внутрішньому ринку, зумовленої наявністю значної кількості підприємств-виробників, а також імпортерів продукції цієї підгалузі, та низьким рівнем платоспроможного попиту на якісні швейні вироби.

Дослідження практики використання елементів бренд-менеджменту, яке проводилось аналітиками протягом 2007-2016рр. підтверджує, що на процес становлення бренд-менеджменту на вітчизняних підприємствах швейної галузі впливають особливості розвитку маркетингу [24].

Досліджено, що підприємства володіють зареєстрованими торговими марками, які підтверджуються свідоцтвами про реєстрацію. Виконання функцій торгових марок властиве здебільшого для приватних малих і середніх підприємств швейної підгалузі (див. табл. 3.3) [12].

Таблиця 3.3

Використання функцій торгової марки підприємствами швейної підгалузі, %

Функції торгової марки	Колективні		Приватні	
	малі	великі та середні	малі	великі та середні
1. Інформативна	10,3	21,3	32,5	35,9
2. Престижності	9,7	15,6	42,4	32,3
3. Економічна	9,4	12,3	42,2	36,1
4. Бар'єрна	-	6,0	52,6	41,4

Як свідчать результати оцінювання ступеня розвитку бренд-менеджменту у швейній підгалузі України, його становлення відбувається переважно на малих та середніх підприємствах приватної форми власності, які працюють винятково за давальницькою сировиною [22].

Науковцями було дослідженл ступінь розвитку бренд-менеджменту та визначено підприємства-лідери швейної підгалузі: ВАТ «Трембіта» (м. Чернівці), ПрАТ «Санта-Україна» (м. Первомайськ), ВАТ «Парада» (м. Ужгород), ВАТ «Маяк» (м. Львів), ВАТ «Селена» (м. Запоріжжя), ЗАТ «Каштан» (м. Київ), ВАТ «ТИСМЕНИЦЯ» (м. Тисмениця), стратегія яких полягає у концентрації зусиль на розробці стилю та маркетингу [28].

Відзначено підприємства, які використовують окремі елементи бренд-менеджменту: АТЗТ «Вікторія» м. Вознесенськ, ЗАТ «ВОРСКЛА» (м. Полтава), ВАТ «Еlegant» (м. Мелітополь), ВАТ «Мрія» (м. Дніпропетровськ), ПП «ЯРОСЛАВНА» (м. Вінниця), для них характерним є несистемне використання деяких елементів бренд-менеджменту залежно від зміни ринкової ситуації, визнання необхідності розвитку бренда в майбутньому, прагнення до стратегічного розвитку і маркетингової орієнтації, врахування можливостей зовнішнього середовища, превалювання демократичного стилю управління.

Основною метою формування стратегії розвитку бренда є досягнення прибутковості та зростання рівня конкурентних переваг, тому стратегію розвитку бренда доцільно формувати крізь призму основних стадій, які реалізуються поетапно за наступною послідовністю:

перший етап – визначення ставлення споживачів до бренда, що дає змогу встановити тип споживача, на який орієнтується бренд; критерії вибору, які властиві визначеному типу споживача; мотиви, якими керуються споживачі при придбанні бренда; інформацію про погляди споживачів на конкуруючі бренди.

Другий етап – передбачає визначення індивідуальних особливостей продукції, насамперед її неповторності та унікальності, на рівні споживчих переваг.

Третій – визначення потенціалу бренда з метою побудови його активу.

Четвертий – це визначення ідентичності бренда, що дає змогу встановити напрямок його розвитку.

П'ятий етап – вибір прийнятної бренд-стратегії, яку пропонуємо здійснювати за трьома критеріями відповідності: ринковому середовищу; ресурсам підприємства; споживчій аудиторії.

Для ефективного здійснення процесу бренд-менеджменту у дипломній роботі представлено підходи щодо організації та впровадження бренд-менеджменту в управлінську діяльність ПрАТ «Санта Україна», в основу яких покладено ступінь розвитку бренда, специфіки та готовності підприємства до використання бренд-менеджменту, а саме:

- створення тимчасових груп (до складу якої б входили спеціаліст відділу маркетингу, спеціаліст з перспективного розвитку та майбутній спеціаліст з бренд-менеджменту (бренд-менеджер);

- локальний підхід (передбачає діяльність бренд-менеджера у складі маркетингового підрозділу; основна його діяльність спрямована на аналіз зовнішнього середовища, обслуговування бренда серед споживачів і координацію внутрішньої політики бренд-менеджменту підприємства);

- системний (передбачає діяльність бренд-менеджера на рівні вищого керівництва підприємства; діяльність спрямована на координування внутрішньої технологічної політики розвитку підприємства і зовнішніх параметрів у ставленні споживача до продукції і бренда підприємства).

Процес трансформації структурного компонента системи управління підприємства для забезпечення процесу бренд-менеджменту здійснюється за такими етапами:

- початковий (полягає в розширенні функціональних обов'язків спеціалістів маркетингового відділу);

- становлення бренд-менеджменту (введення до штату посади спеціаліста з бренд-менеджменту);

- завершення становлення бренд-менеджменту, посилення його координаційної ролі в розробці та досягненні стратегічного розвитку підприємства.

Рекомендований розподіл функцій бренд-менеджменту між відповідними посадами на підприємстві відображено у схемі цього процесу (див. рис. 3.6).

Операції	Виконавці				
	Бренд-менеджер	Відділ маркетингу	Відділ стратегічного управління	Фінансовий відділ	Технологічний відділ
Місія та цілі підприємства	п ↑	п ↑	р ↓	п ↑	п ↑
Встановлення цілей бренду	р ↓	-----	п ↑		
Аналітичний блок бренд-менеджменту	р ↓	п ↑	п ↑	-----	п ↑
Позиціонування /Репозиціонування бренду	р ↓	п ↑	п ↑		
Вибір конкурентної стратегії бренду	р ↓	п ↑			
Маркетингові заходи по просуванню на ринок бренду	п ↑	р ↓			
Бюджет маркетингових заходів		р ↓	-----	п ↑	
Оцінка ефективності використання бренду	р ↓	р ↓	п ↑	р ↓	

р – підготовка документації; *п* – погодження.

Рис. 3.6 Процес реалізації бренд-менеджменту на ПрАТ «Санта Україна»

Марочний капітал (вартість бренду) є важливим економічним результатом у галузі бренд-менеджменту. Особливістю сучасного оцінювання вартості бренду є її ринковий характер, що передбачає облік впливу таких ринкових факторів: часу, ризику, конкуренції, ринкової кон'юнктури, зовнішнього середовища.

Розрахунок ефективності використання бренд-менеджменту, дозволив визначити вартість бренду «Санта Україна» у порівнянні з іншими брендами країни та визначити їх прибутковість та рівень рентабельності (див. табл. 3.4).

Таблиця 3.4

Розрахунок ефективності використання бренд-менеджменту
швейних підприємств України

Бренд	Вартість бренда, тис. грн	Прибутковість бренда, коеф.	Рентабельність бренда, %
«Санта Україна»	386,2	0,68	1,7
«Крем текс»	399,4	0,58	1,6
«ІНТЕРСЕРВІС»	264,6	0,38	0,7
«ДНІСТРЯНКА»	224,8	0,44	0,72
«УТОГ Івано-Франківське навчально-виробниче підприємство»	205,4	0,47	0,74

Отже, ми маємо змогу переконатися, що ПрАТ «Санта Україна» продовжує займати лідируючі позиції на сучасному ринку швейної промисловості України.

Таким чином, впровадження бренд-менеджменту в стратегічному розвитку підприємства дозволить не лише зміцнити конкурентні позиції на внутрішньому ринку та забезпечити довготривалі конкурентні переваги, але й досягти підвищення іміджу підприємства, збільшити прибутковість та вартість матеріальних активів підприємства.

Висновки до третього розділу

Проведений у третьому розділі дослідження аналіз шляхів підвищення інвестиційної привабливості ПрАТ «Санта Україна» в контексті стратегічного розвитку сучасності продемонстрував наступне.

Інвестиційна потужність характеризує доцільність щодо інвестування в підприємство в термінах здійснення інвестиційної діяльності з максимальним ефектом за мінімальних витрат, або іншими словами – виступає як сукупність характеристик, які дозволяють потенційному інвестору оцінити ступінь привабливості конкретного об'єкта інвестицій для вкладання наявних коштів у порівнянні з іншими і виступає зовнішнім інтегральним параметром інвестиційного потенціалу, що визначається зовнішніми зацікавленими особами.

Орієнтація ПрАТ «Санта Україна» має бути направлена на впровадження новітніх декоративно-оздоблювальних технологій, нових зразків продукції, направлених на підвищення споживчих якостей товарів, підвищення рівня моделювання та конструювання одягу. Що в свою чергу дасть можливість підприємству високими темпами та натисками витискувати конкурентів, захоплювати все більшу ринкову аудиторію, збільшуючи свою присутність на ринках і, таким чином, формулювати ринковий попит. Інвестиційна активність підприємства повинна відповідати поточним і перспективним вимогам його економічного розвитку та найповніше використовувати його інвестиційний потенціал. Як свідчать результати оцінювання ступеня розвитку бренд-менеджменту у швейній підгалузі України, його становлення відбувається переважно на малих та середніх підприємствах приватної форми власності, які працюють винятково за давальницькою сировиною. Отже, на основі проведеного аналізу, ми маємо змогу переконатися, що ПрАТ «Санта Україна» продовжує займати лідируючі позиції на сучасному ринку швейної промисловості України.

Таким чином, впровадження бренд-менеджменту в стратегічному розвитку підприємства дозволить не лише зміцнити конкурентні позиції на внутрішньому

ринку та забезпечити довготривалі конкурентні переваги, але й досягти підвищення іміджу підприємства, збільшити прибутковість та вартість матеріальних активів підприємства.

РОЗДІЛ 4

ОХОРОНА ПРАЦІ НА ПРАТ «САНТА УКРАЇНА»

4.1. Загальні вимоги безпеки до технологічного обладнання та процесів виробництва на підприємстві

На ПрАТ “Санта Україна” функціонує відділ охорони праці. Відділ охорони праці є самостійним структурним підрозділом і підпорядкований безпосередньо керівнику чи головному інженеру. Відділ несе відповідальність за підготовку організації роботи на підприємстві по створенню здорових і безпечних умов праці працюючих, попередженню нещасних випадків на виробництві і професійних захворювань.

Аналізуючи роботу ПрАТ «Санта Україна» можна зробити висновок, що правління товариства займається створенням безпечних умов праці, розробляє заходи та засоби, спрямовані на збереження здоров'я та працездатність працівників в процесі роботи. Оскільки якими б вагомими не були трудові здобутки вони не можуть компенсувати працівникам втраченого здоров'я.

Будівлі та споруди підприємства відповідають вимогам чинних будівельних та санітарних норм ДНАОП 0.03-3.01-71, а також правилам пожежної безпеки по захисту від прямих попадань блискавки та вторинних її прояв і відповідно до вимог РД 34.21.122-87.

Працівники підприємства працюють на універсальних швейних машинах. Швачка-мотористка при роботі на швейній машини дотримується вимог нормативно-правових актів з охорони праці: вивчає і вдосконалює методи безпечної роботи; виконує тільки доручену роботу; при отриманні травми на підприємстві негайно звернутися в медпункт і розповісти майстру або начальнику про нещасний випадок; оказати необхідну допомогу потерпілому.

Приступаючи до роботи працівник повинен: переконатися в справності машини, її пускових пристроїв, справності пускової педалі і передоохороних

пристроїв; перевірити надійність кріплення з'ємних частин машини; заправку верхньої та нижньої нитей, заміну голки виконувати тільки при виключеному електродвигуну; в разі травмування пускати машину треба легким натиском на педаль; інструменти зберігати в спеціальному місті; при будь-якій несправності вимкнути машину і розповісти майстру; утримувати в чистоті робоче місце і не загромождувати проходи.

В цехах ПрАТ «Санта Україна» деякі технологічні процеси пов'язані з шумом. Джерелами шуму в цехах є електричні швейні машини. Рівень шуму на робочих місцях контролюється не менше одного разу на місяць.

Шум шкідливо впливає на весь організм людини і в першу чергу на центральну нервову та серцево-судинну системи. Шум в процесі роботи на швейній машині знижує його увагу, прискорює втому, затримує швидкість психічних реакцій.

Машини, відповідно до плану періодичного ремонту, оглядаються з метою своєчасного виявлення та усунення всіх дефектів, які можуть визивати підвищення шуму.

Проведені дослідження показали, що в деяких швейних цехах підприємства, шум перевищує гранично припустимі значення на 5-10 дБ, а місцева вібрація не перевищує припустимих значень.

Основні шкідливі та небезпечні виробничі фактори, які діють на швачку: голка; ниткопритягувач; ніж (на станках з одночасним обрізанням країв тканини); маховик; ремінні передачі; електродвигун; недостатня освітленість робочої зони; захаращеність робочої зони.

Щоб уникнути впливу цих виробничих факторів працівники швейного цеху підприємства повинні:

- перевірити надійність кріплення заземлюючого дроту до машини, електродвигуна, пускового пристрою, відсутність обірваних та оголених дротів;
- перевірити наявність запобіжної лапки, огороження приводу;

- впевнитись в справності машини шляхом її включення на холостому ході, справність ніжної пускової педалі;
- перевірити надійність кріплення знімних частин машини;
- щоб уникнути отримання травм, включення машини в роботу слід проводити плавним натиском на пускову педаль;
- щоб уникнути отримання удару ниткопритягувачем, не слід нахиляти голову низько до машини;
- не гальмувати рукою махове колесо;
- не торкатися руками частин машини та голки, які рухаються, не відчиняти та не знімати огороження та запобіжні пристрої на працюючій машині;
- чищення та змащення машини проводити тільки при виключеному електродвигуні;
- при залишенні робочого місця, навіть на короткий час, машину слід вимкнути.

4.2. Методи аналізу виробничого травматизму і профзахворюваності на підприємстві

"Травматизм" - значні, тяжкі травми, так і дрібні пошкодження, мікротравми. Останні численні і мають вагу не стільки самі по собі, скільки як джерело інфекційних ускладнень, що призводять до тимчасової втрати працездатності. Травматизм ділять на виробничий та невиробничий. На частку першого припадає близько 20 %, тобто кількісно різко переважає невиробничий травматизм. Виробничий травматизм у свою чергу ділиться на промисловий та сільськогосподарський. До промислового травматизму належать травми не тільки на заводах, фабриках, у майстернях, але й у працівників транспорту, будівлях тощо.

Невиробничий травматизм включає такі види: транспортний (залізничний, автодорожний, авіаційний), вуличний, побутовий, спортивний та дитячий. Останній травматизм виділений в окрему групу лише з біологічних міркувань, а саме внаслідок неадекватного сприйняття дітьми загрозливих чинників навколишнього середовища через незрілість їх центральної нервової системи, а також відсутність життєвого досвіду та підвищену допитливість і рухливість. Причини невиробничого травматизму у дітей і дорослих однакові.

Однією з найважливіших умов боротьби з виробничим травматизмом є систематичний аналіз причин його виникнення, які діляться на технічні і організаційні. Технічні причини в більшості випадків виявляються як результат конструктивних недоліків устаткування, недостатності освітлення, несправності захисних засобів, захисних пристроїв та інше.

До організаційних причин відносяться недотримання правил техніки безпеки через невідповідність працівників, низька трудова і виробнича дисципліна, неправильна організація роботи, відсутність належного контролю за виробничим процесом.

Результати аналізу травматизму залежать значною мірою від достовірності і ретельності оформлення актів про нещасні випадки на виробництві. Дуже уважно слід заповнювати пункти акту, в якому чітко і ясно сформулювати технічну (відсутність запобіжних пристроїв, несправність устаткування) або організаційну (ненавчена постраждалого, неправильний прийом роботи) причину нещасного випадку.

На підставі актів адміністрація організації складає звіт про постраждалих при нещасних випадках, пов'язаних з виробництвом. У цей звіт включають тільки ті нещасні випадки, які викликали втрату працездатності тривалістю понад три робочі дні (зокрема випадки із смертельним результатом і при перекладі на іншу роботу з основної професії по висновку лікуючого лікаря).

Аналіз причин нещасних випадків на виробництві проводять з метою вироблення заходів щодо їх усунення і попередження. Для цього використовуються монографічний, топографічний і статистичний методи.

Загальний показник частоти травматизму в 2011 році:

$$П_ч = \frac{A}{O} \times 1000; \quad (4.1)$$

де А – кількість випадків травматизму за певний період;

Т - середня кількість працюючих за рік, осіб.

$$П_ч = \frac{3}{815} \times 1000 = 3,68$$

Показник тяжкості травматизму розраховується за формулою:

$$П_{mm} = \frac{D}{A}; \quad (4.2)$$

де D – кількість днів непрацездатності.

$$П_{mm} = \frac{185}{3} = 61,6$$

Показник непрацездатності розраховується за формулою:

$$П_{nm} = \frac{\ddot{A}}{\ddot{O}} \times 1000; \quad (4.3)$$

$$П_{nm} = \frac{185}{815} \times 1000 = 226,9;$$

Показник частоти випадків захворювань розраховується за формулою:

$$П_{чз} = \frac{C}{O} \times 1000; \quad (4.4)$$

де З – кількість випадків захворювань за звітний період;

$$П_{чз} = \frac{32}{815} \times 1000 = 39,2.$$

На основі всебічного аналізу умов праці адміністрація і служба охорони праці підприємств проводять: інструктаж і навчання працівників по техніці безпеки; оперативний контроль за справністю устаткування, забезпеченням працівників індивідуальними захисними засобами і спецзахистом; контроль за виконанням трудового законодавства, інструкцій і положень по техніці безпеки; проведення днів охорони праці і суспільних оглядів по техніці безпеки на підприємствах і будівництвах; виконання угоди з профспілковою організацією по охороні праці.

До ефективних заходів відносяться кваліфіковане проведення ввідного, на робочому місці, періодичного (повторний), позапланового і поточного інструктажів працівників по техніці безпеки. Ввідний інструктаж повинні проходити працівники, що вперше поступили на підприємство, і що вчаться, направлені для виробничої практики. Ввідний інструктаж знайомить з правилами по техніці безпеки, внутрішнього розпорядку підприємства, основними причинами нещасних випадків і порядком надання першої медичної допомоги при нещасному випадку. Інструктаж на робочому місці (первинний) повинні пройти працівники, що знов поступили на підприємство або переведені на інше місце роботи, і що вчаться, проходять виробничу практику. Цей інструктаж знайомить з правилами техніки безпеки безпосередньо на робочому місці, а також з індивідуальними захисними засобами. Періодичний (повторний) інструктаж на підприємстві проводиться з метою перевірки знань і умінь працівників використовуючи навики, одержані ними при ввідному інструктажі і на робочому місці. Незалежно від кваліфікації і від стажу роботи цей вид інструктажу повинен бути проведений працівникам торгівлі і громадського харчування (не рідше за одне разу в шість місяців), працівникам виробничих підприємств (не рідше за один раз на три місяця). Позаплановий інструктаж проводиться на робочому місці при заміні устаткування, зміні технологічного процесу або після нещасних випадків через недостатність попереднього інструктажу. Поточний інструктаж проводиться після виявлення порушень правил і інструкцій по техніці безпеки або

при виконанні робіт по наряду - допуску. Інструктаж на робочих місцях у виробничих підприємствах проводять майстри ділянок; на підприємствах громадського харчування в цехах - завідувачі виробництвом; у торговому залі, складських і підсобних приміщеннях - завідувачі підприємством; у магазинах - завідувачі відділом. На кожному підприємстві повинна бути книга для запису інструктажу з техніки безпеки.

Спеціальні курси з техніки безпеки організовується для осіб, які за умов роботи наражаються на підвищену небезпеку (машиністи, електромонтери і ін.). Знання слухачів курсів перевіряє комісія і записує в протокол, на основі якого, особам, що склали іспити видають посвідчення. Переатестація проводиться у встановлені для кожної спеціальності терміни. Для попередження нещасних випадків і професійних захворювань на підприємстві облаштували кабінет і куточки по техніці безпеки, де розміщуються плакати, схеми, інструктивні матеріали по техніці безпеки, індивідуальні засоби захисту, прилади для вимірювання шуму, світла, вібрації і так далі. Систематичне проведення лекцій, бесід, інструктажів з використанням наочних приладів, кінофільмів і телепередач, є дієвим способом пропаганди техніки безпеки на виробництві.

На основі аналізу причин нещасних випадків і захворювань на виробництві адміністрація підприємства і профспілковий комітет складають план заходів щодо охорони праці. Він включається в розділ "Охорона праці" колективного договору або в угоду по охороні праці, яке додається до колективного договору. Після схвалення проекту колективного договору на загальних зборах працівників підприємства адміністрація укладає договір з профспілковим комітетом. Адміністрація підприємства і профком регулярно звітують перед колективом робітників і службовців про виконання зобов'язань за колективним договором.

Адміністрація підприємства систематично вивчає обставини нещасних випадків, аналізує причини травматизму та вживає заходи щодо їх попередження. При аналізі виявляють першопричини нещасних випадків, їх частоту та важкість травм, встановлюють потенційну небезпеку обладнання та окремих робіт, ступінь

впливу різних факторів виробничого середовища на виникнення травм. Поглиблений аналіз травматизму здійснюється головним чином на підставі матеріалів статистичної звітності та актів розслідування нещасних випадків. Безпосередню роботу з аналізу виконує інженер з охорони праці під керівництвом головного інженера.

Розслідування та облік нещасних випадків, профзахворювань і аварій на виробництві організовує роботодавець відповідно до положення про порядок розслідування та ведення обліку нещасних випадків, профзахворювань та аварій на виробництві, затвердженого постановою Кабінету міністрів України від 21 серпня 2001 року №1094.

4.3. Витрати на заходи щодо покращення умов праці і виробничої санітарії

За останні п'ять попередніх років на ПрАТ «Санта Україна» не було нещасних випадків, пов'язаних з виробництвом, зі смертельним наслідком. Але травматизм на підприємстві все ж є.

На виконання комплексних заходів з охорони праці на 2017 рік передбачалось витратити 20000 грн.

Фактично витрачено тільки 17929 грн. Дослідження свідчать, що основні витрати на підприємстві припадають не на створення безпечної техніки, запобігання виробничому травматизму і захворюваності, не на нормалізацію умов праці, а на пільги та компенсації, пов'язані з небезпечними і шкідливими умовами праці.

Співвідношення між витратами на поліпшення умов праці і охорони праці до видатків на доплати, пенсії, пільгові відпустки становить 1:10.

Вихідні дані, які необхідні для розрахунку коефіцієнта рівня охорони праці на ПрАТ «Санта Україна», представлені у таблиці 4.1.

Таблиця 4.1

Вихідні дані для розрахунку коефіцієнта рівня охорони праці на підприємстві

Показники	2017 рік
Кількість працюючих, що дотримуються правил охорони праці	815
Загальна кількість працюючих	810
Кількість обладнання, що відповідає вимогам техніки безпеки і санітарним вимогам	265
Загальна кількість обладнання	271
Кількість фактично виконаних запланованих робіт з охорони праці	34
Загальна кількість запланованих робіт за певний відрізок часу	35

Поточна оцінка стану охорони праці на підприємстві може бути визначена узагальненим коефіцієнтом рівня охорони праці, який розраховується за формулою:

$$K_{СП}^I = (K_D + K_B + K_{ВПР}) / 3 \leq 1, \quad (4.5)$$

де K_D – коефіцієнт рівня дотримання правил охорони праці;

K_B – коефіцієнт технічної безпеки обладнання;

$K_{ВПР}$ – коефіцієнт виконання планових робіт з охорони праці.

Коефіцієнт рівня дотримання правил охорони праці розраховується:

$$K_D = C_D / C, \quad (4.6)$$

де C_D – кількість працюючих, що дотримуються правил охорони праці;

C – загальна кількість працюючих.

При підрахунку K_D кількість працюючих, що дотримуються правил охорони праці встановлюється на основі обстеження кожного робочого місця, а також аналізу записів в журналі триступеневого контролю охорони праці.

$$K_{D2017} = 810 / 815 = 0,993$$

Коефіцієнт технічної безпеки обладнання розраховується так:

$$K_B = K_{BB} / K, \quad (4.7)$$

де K_{BB} – кількість обладнання, що відповідає вимогам техніки безпеки і санітарним вимогам;

K – загальна кількість обладнання.

При обчисленні K_B встановлюється перелік основних вимог безпеки до виробничого обладнання, що подані в державних та галузевих стандартах.

$$K_{B2017} = 265 / 271 = 0,98$$

Коефіцієнт виконання планових робіт з охорони праці обчислюється за формулою:

$$K_{ВПР} = T_{сер} / T, \quad (4.8)$$

де $T_{сер}$ – кількість фактично виконаних запланованих робіт з охорони праці;

T – загальна кількість запланованих робіт за певний відрізок часу.

При розрахунку $K_{ВПР}$ кількість запланованих заходів визначається за оперативним планом, в який входять поточні заходи, передбачені адміністрацією підприємства; роботи, передбачені угодою по охороні праці; акти розслідування нещасних випадків (Форма Н-1) та смертельних випадків.

$$K_{ВПР2017} = 34 / 35 = 0,971$$

Узагальнений коефіцієнт рівня охорони праці на підприємстві складає:

$$K_{СП}^I_{2017} = (0,993 + 0,98 + 0,971) / 3 = 0,98$$

Розрахувавши відповідні показники та узагальнений показник рівня охорони праці на ПрАТ «Санта Україна», ми бачимо, що $K_{СП}^I$ складає 0,98, і відповідає нормативам.

Основні витрати, на поліпшення умов та охорони праці на підприємстві ПрАТ «Санта Україна»: відшкодування потерпілим внаслідок травм і професійних захворювань; пільги та компенсації за працю у важких і шкідливих умовах; витрати на профілактику травматизму, професійних захворювань; штрафи та інші.

Служба охорони праці кожний рік подає інформацію на виконання комплексних заходів по досягненню встановлених нормативів безпеки, гігієни праці, підвищенню існуючого рівня охорони праці, та кількості коштів, що планувалось витратити, і кількості витрачених коштів.

Головним фактором у регулюванні діяльності підприємств, організацій, установ з питань забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя є санітарні норми і правила, які визначають критерії безпеки або нешкідливості факторів навколишнього середовища і вимоги щодо забезпечення оптимальних чи допустимих умов життєдіяльності людини.

Керівництво підприємства робить все можливе щоб створити безпечні та здорові умови праці.

Працівники допускаються до роботи тільки після попереднього медичного огляду відповідно до вимог ДНАОП0.03-4.02-94, в подальшому вони повинні проходити періодичний медичний огляд.

Велику роль у профілактиці професійних захворювань відіграють попередні та періодичні медичні огляди. За результатами цих обстежень роботодавцям видаються конкретні пропозиції, приписи, спрямовані на поліпшення умов праці.

Суттєвий вплив на стан організму працівника ПрАТ „Санта Україна”, його працездатність здійснює мікроклімат, який визначається дією на організм людини температури, вологості, рухомості повітря і теплового випромінювання.

Системи опалення і вентиляції забезпечують зниження вмісту в повітрі виробничих приміщень пилу, отрутних пар до концентрацій, що не перевищують гранично припустимих величин. Для боротьби з надлишковим теплом, а також з отрутними парами і газами, улаштовується загальнообмінна механічна вентиляція. Аналізи повітря на зміст пилу і шкідливих газоподібних речовин проводяться регулярно в терміни, погоджені з органами санітарного нагляду.

На підприємстві працюють електричні швейні машини. При монтажі, експлуатації і ремонті машин повинні виконуватися «Правила устрою електроустановок». На кожну електричну машину на підприємстві є: паспорт обладнання; затверджене проектно завдання; інструкції по обслуговуванню і ремонту обладнання; посадові інструкції розроблені на основі вказаних правил; схеми заземлення; протоколи іспитів електроустаткувань, електромереж і заземлень. При експлуатації електроустаткувань повинні застосовуватися попереджувальні плакати: для попереджування про небезпеку наближення до токоведучих частин; для нагадування про необхідні заходи з техніки безпеки; для визначення місця підготовки до роботи.

Відповідно до Закону України "Про забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення" забезпечення санітарного благополуччя досягається такими основними заходами:

- 1) гігієнічною регламентацією та державною реєстрацією небезпечних факторів навколишнього та виробничого середовища;
- 2) державною санітарно-гігієнічною експертизою проектів, технологічних регламентів, інвестиційних програм та діючих об'єктів і обумовлених ними небезпечних факторів на відповідність вимогам санітарних норм;
- 3) включенням вимог безпеки для здоров'я та життя в державні стандарти

та іншу нормативно-технічну документацію;

4) ліцензуванням видів діяльності, пов'язаних з потенційною небезпекою для здоров'я людей;

5) пред'явленням гігієнічно обгрунтованих вимог до проектування, будівництва, розробки, виготовлення та використання нових засобів виробництва та технологій; до житлових та виробничих приміщень, територій, діючих засобів виробництва та технологій;

6) обов'язковими медичними оглядами певних категорій населення.

Санітарно-побутове приміщення на ПрАТ «Санта Україна» розташовано в прибудові поблизу цеха. Підприємство виділяє певні кошти на засоби гігієни (мило, рушники та інші м'які засоби). Також виділяються кошти на медико-санітарні засоби, що показано в табл.4.2. Всього витрати на засоби санітарії склали 2391 грн., з яких на медико-санітарні засоби 1400 грн.

Таблиця 4.2

Витрати на засоби гігієни ПрАТ «Санта-Україна»

№ п/п	Найменування	Кількість	Вартість за одиницю, грн.	Загальна вартість, грн.
1	Засоби гігієни:			
	- мило	80	2,20	176
	- інші м'які засоби			180
2	Медико-санітарні засоби			1400
3	Спеціальний одяг			3400
4	Госпінвентар			
	- віники	20	10	200
	- відра	25	16	214
	- інші			120
5	Всього			5690

Природне освітлення виробничих приміщень здійснюється через вікна в причілках (бічне), через верхні світлові прорізи, ліхтарі (верхнє) чи обома способами одночасно (комбіноване). Верхнє і комбіноване забезпечують більш рівномірне освітлення приміщення.

Штучне освітлення призначене для освітлення робочих поверхонь у темний час доби при недостатності природного. Створюється воно штучними джерелами світла (лампами накаливання чи газорозрядними).

Освітлення робочої зони здійснюють люмінесцентні лампи, тому що спектр їхнього світла близький до природного денного світла. Світильники розміщуються уздовж робочих місць, щоб усунути можливість появи яскравих відблисків.

Джерела штучного освітлення біля робочих місць в цехах дають рівномірне, розсіяне без мерехтіння світло.

Не дозволяється користуватися одним тільки місцевим освітленням – воно повинно бути в комбінації з загальним освітленням.

Світильники місцевого освітлення улаштовані так, щоб працюючий міг за бажанням змінювати направленість світлового потоку.

Основні проходи цехів обладнані аварійним висвітленням, що забезпечує освітленість у проходах не менш 0,3 лк. Світильники місцевого і загального освітлення розташовані на висоті підвісу не менш 2,5м. У переносних світильниках передбачені заходи для обмеження засліпленості. Лампа постачена захисним ковпаком чи козирком.

Очищення світильників загального висвітлення в приміщеннях робиться не рідше трьох разів на місяць, а в побутових і підсобних – не рідше двох разів на місяць. Очищення світильників місцевого освітлення робиться щодня, разом з прибиранням робочого місця.

За 2012 рік витрати за електроенергію на ПрАТ „Санта Україна” показані в табл.4.3:

Витрати на електроенергію на підприємстві ПрАТ «СантаУкраїна»

Назва приміщення	Сума, грн
Цех розкрою	126000
Цехи пошиву	252000
Склади	61030,8
Адміністративна споруда	116400
Всього	555430,8

Витрати на лампи різних потужностей, розетки, світильники склали: 160000 грн. Крім того проводиться організація та виконання ремонтних, монтажних, налагоджувальних робіт і випробувань.

4.4. Протипожежний захист

Пожежна безпека підприємства – це стан промислового об’єкта, за якого, з певною ймовірністю, виключається можливість виникнення пожежі, а у разі її виникнення зменшується вплив на людей небезпечних факторів та забезпечується захист матеріальних цінностей.

Небезпечними факторами на підприємстві, які можуть спричинити пожежу є:

- горючі рідини можуть утворювати горючі суміші з повітрям у разі порушення герметичності апаратів, порушення правил експлуатації та ремонту обладнання;
- попадання металевих предметів в технологічне обладнання;
- падіння інструменту на металеву поверхню або бетонну підлогу;
- відкрите полум’я технологічного обладнання, місце спалювання відходів, сірники і не погашені цигарки;

- теплове проявлення електричного струму, іскри або дуги короткого замикання;

- розряди статичної і атмосферної електрики;

- недбале обертання з рослинними маслами, промасленими ганчірками.

Для виявлення пожежі, повідомлення про місце її виникнення і виклик пожежного підрозділу використовують на підприємстві автоматичні пожежні сигналізації, охоронно-пожежні сигналізації і пожежний зв'язок. Пожежний зв'язок поділяється на зв'язок повідомлення пожежі, диспетчерський, управління гасінням пожежі і зв'язок на пожежі керування пожежним підрозділом.

На підприємстві розробляється комплекс заходів щодо забезпечення пожежної безпеки на основі досягнення науки і техніки і позитивного досвіду.

Здійснюється постійний контроль за додержанням нормативних актів, що діють у межах підприємства. Забезпечують додержання протипожежних вимог. Організують навчання працівників правилами пожежної безпеки, здійснюються експертизи стану пожежної безпеки обладнання.

На території підприємства є протипожежний водопровід з установленими на ньому пожежними гідрантами та закриті водойми (резервуари), обладнані спеціальними під'їздами для пожежних машин і мотопомп, а також світловими та флуоресцентними покажчиками місць розташування пожежних гідрантів і водоймищ.

Місце на території підприємства для складу легкозаймистих і горючих рідин вибирається оддалік інших приміщень і споруд за узгодженням з органами пожежного нагляду.

Витрачений під час гасіння пожежі протипожежний запас води з резервуарів має бути відновлений у найкоротший термін, але не більше за той, що зазначений у СНиП 2.04.02-84.

Підприємство забезпечене в необхідній кількості первинними засобами пожежегасіння відповідно до вимог Закону України «Про пожежну безпеку» [3].

На території підприємства розташовані склади хлорного вапна та рідкого хлору. Склади споруджені з вогнестійкого нетеплопровідного матеріалу і мають два виходи, що відкриваються назовні.

Підприємство має зовнішнє і внутрішнє протипожежне водопостачання. Необхідний тиск води створюється стаціонарними пожежними помпами, котрі забезпечують подавання компактних струменів на висоту не менше 10 м або рухомими пожежними помпами і мотопомпами, що забирають воду з гідрантів. Внутрішній протипожежний водогін обладнується пожежними кранами, які встановлюються на висоті 1,35 м від підлоги всередині приміщень біля виходів.

Для гасіння пожеж всередині будівель, крім пожежних кранів встановлюються автоматично діючі спринклерні або дренчерні установки.

На кожному поверсі виробничих, адміністративних, складських і допоміжних будівель вивішені на видних місцях плани евакуації людей і матеріальних цінностей у разі виникнення пожежі. Біля входу в приміщення лабораторії, відділу, цеху, ділянки, складу і т.д. напис з вказівкою категорії приміщення по вибухонебезпечності і зони класів.

Над дверима евакуаційних виходів встановлені світлові покажчики "вихід" білого кольору на зеленому полі.

Висновки до четвертого розділу

У четвертому розділі дослідження було здійснено дослідження основоположних питань та окреслено загальні вимоги до охорони праці ПрАТ «Санта Україна».

Законодавча база охорони праці України налічує ряд законів, основними з яких є Закон України «Про охорону праці» та Кодекс законів про працю (КЗпП). До законодавчої бази також належать Закони України: "Про загальнообов'язкове державне соціальне страхування від нещасного випадку на виробництві та

професійного захворювання, які спричинили втрату працездатності", "Про охорону здоров'я", "Про пожежну безпеку", "Про забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення", "Про використання ядерної енергії і радіаційну безпеку", "Про дорожній рух", "Про загальнообов'язкове соціальне страхування у зв'язку з тимчасовою втратою працездатності та витратами, зумовленими народженням та похованням", їх доповнюють державні міжгалузеві й галузеві нормативні акти - це стандарти, інструкції, правила, норми, положення, статuti та інші документи, яким надано чинність правових норм, обов'язкових для виконання усіма установами і працівниками України.

Розслідування та облік нещасних випадків, профзахворювань і аварій на виробництві організовує роботодавець відповідно до положення про порядок розслідування та ведення обліку нещасних випадків, профзахворювань та аварій на виробництві, затвердженого постановою Кабінету міністрів України від 21 серпня 2001 року №1094.

Головним фактором у регулюванні діяльності підприємств, організацій, установ з питань забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя є санітарні норми і правила, які визначають критерії безпеки або нешкідливості факторів навколишнього середовища і вимоги щодо забезпечення оптимальних чи допустимих умов життєдіяльності людини.

Керівництво підприємства робить все можливе щоб створити безпечні та здорові умови праці.

Працівники допускаються до роботи тільки після попереднього медичного огляду відповідно до вимог ДНАОП0.03-4.02-94, в подальшому вони повинні проходити періодичний медичний огляд.

Основними чинниками пожеж на виробництві є: порушення технологічного режиму роботи обладнання; несправність електроустаткування; погана підготовка обладнання до ремонту; самозаймання деяких матеріалів і речовин тощо. Пожежна безпека підприємства – це стан промислового об'єкта, за якого, з певною ймовірністю, виключається можливість виникнення пожежі, а у разі її

виникнення зменшується вплив на людей небезпечних факторів та забезпечується захист матеріальних цінностей. На основі всебічного аналізу умов праці адміністрація і служба охорони праці підприємств проводять: інструктаж і навчання працівників по техніці безпеки; оперативний контроль за справністю устаткування, забезпечення працівників індивідуальними захисними засобами і спецзахистом; контроль за виконанням трудового законодавства, інструкцій і положень по техніці безпеки; проведення днів охорони праці і суспільних оглядів по техніці безпеки на підприємствах і будівництвах; виконання угоди з профспілковою організацією по охороні праці.

ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі здійснено теоретичне узагальнення та запропоновано нове вирішення наукового завдання, що полягає в обґрунтуванні теоретико-методичних положень та розробці практичного інструментарію оцінки інвестиційного потенціалу підприємства легкої промисловості.

1. У результаті дослідження еволюції теорії інвестиційного потенціалу виявлено наявність різних позицій до трактування його сутності та складових. Урахування цих підходів і галузевих особливостей дозволило сформулювати визначення інвестиційного потенціалу підприємства як комплексної системи, що складається з окремих взаємопов'язаних підсистем: інвестиційно-фінансової, управлінської та результуючої, спрямованих на забезпечення цілей простого та/або розширеного відтворення відповідно загальній стратегії розвитку підприємства.

2. Дослідження трансформації підходів до оцінки потенціалу підприємства дало можливість виділити основних її користувачів та обґрунтувати концептуальну модель оцінки інвестиційного потенціалу підприємства на основі виділення двох блоків оцінки, а саме внутрішнього (інвестиційної потужності) та зовнішнього (інвестиційної привабливості) потенціалів, в межах кожного з яких обґрунтовано мету, принципи, методи, критерії, показники та визначено необхідне інформаційне забезпечення процесу оцінки. Застосування цієї моделі дозволяє забезпечити комплексну об'єктивну оцінку наявності та ефективності використання інвестиційного потенціалу відповідно загальній стратегії розвитку промислового підприємства.

3. За допомогою компаративного аналізу систематизовано існуючі методи оцінки інвестиційного потенціалу підприємства за такими групами: кількісні, якісні, змішані. На основі порівняння їх переваг і недоліків виокремлено методи, які доцільно використовувати під час оцінювання інвестиційного потенціалу підприємств та методи, які можуть бути умовно використані під час оцінювання

(повинні бути доповнені показниками, що враховують галузеву специфіку).

4. Проведене дослідження обумовило необхідність розширення спектру чинників впливу на формування та розвиток інвестиційного потенціалу підприємств. З метою забезпечення адекватності процедури оцінки систематизовано чинники формування інвестиційного потенціалу ПрАТ «Санта Україна» та доповнено їх класифікацію такими ознаками: «за галузевим впливом» (загальні та галузеві чинники) та «за впливом на складові потенціалу» (чинники, що впливають на інвестиційно-фінансову підсистему; на результуючу підсистему; на управлінську підсистему).

5. Оцінку сприятливості зовнішнього середовища формуванню інвестиційного потенціалу підприємства запропоновано проводити на основі науково-методичного підходу, який ґрунтується на розрахунку основних показників зовнішнього середовища розвитку інвестиційно-фінансової та результуючої складових інвестиційного потенціалу підприємства. На основі запропонованого підходу здійснено оцінку сприятливості зовнішнього середовища розвитку інвестиційного потенціалу підприємств роздрібної торгівлі за 2016 – 2017 рр. та визначено, що у 2016 р. спостерігалася найкраща ситуація, яка сприяла розвитку інвестиційного потенціалу, як за рахунок інвестиційно-фінансової підсистеми, так і за рахунок можливостей, які формуються зміною реальних доходів населення, ВВП, обсягу виданих кредитів суб'єктам господарювання.

6. Шляхом застосування виділеної з урахуванням вимог збалансованої системи показників та галузевої специфіки сукупності показників оцінки зовнішньої складової інвестиційного потенціалу підприємства за напрямками: ліквідність, фінансова стійкість; рентабельність, ділова активність, визначено особливості стану та розвитку інвестиційного потенціалу ПрАТ «Санта Україна». Встановлено суттєве зниження показників оборотності, зростання рівня фінансового ризику та досить низький рівень прибутковості, що негативно характеризує можливості підприємства, щодо підвищення інвестиційної

привабливості.

7. Аналітичні дані свідчать про зниження темпів приросту обсягів реалізації продукції за досліджений період, тому підприємству варто впроваджувати більш нові, сучасні види одягу, орієнтуватися на вподобання, смаки споживачів, брендові модні тенденції. Адже, для надання високоякісних і конкурентоспроможних послуг не досить реалізовувати новітні види одягу, необхідно розширювати збутову мережу, підсилювати рекламну та маркетингову діяльність, засновувати філіали у регіонах.

8. На основі проведеного дослідження, було рекомендовано основні стратегічні напрямки розвитку ПрАТ «Санта Україна», зокрема: зменшення залежності від постачальників сировини і матеріалів; підвищення гнучкості виробничого устаткування на основі організації тісної взаємодії з підприємствами промисловості; інтенсифікація процесів дослідження ринку та організація довготривалої співпраці з дизайнерськими фірмами; організація ефективної виробничої діяльності, забезпечення високого рівня конкурентоспроможності; мотивація персоналу; здійснення ефективної маркетингової діяльності; спрямування діяльності підприємства на підвищення якості продукції та розширення асортименту відповідно до вимог ринку; застосування норм міжнародної сертифікації і стандартизації.

9. Оцінка інвестиційної привабливості досліджуваного підприємства дозволила визначити основні напрямки його подальшого розвитку, що сприятиме поглибленню процесів структурної адаптації промисловості з обов'язковим дотриманням принципів стійкого розвитку. Це створить умови для збільшення частки інноваційних перспективних технологій і продукції на вітчизняному та міжнародних ринках, що, в цілому, позитивно впливатиме на вирішення соціально-економічних проблем та позитивно позначиться на покращенні інвестиційних процесів в структурних зрушеннях економіки.

10. У кваліфікаційній роботі було здійснено дослідження основоположних питань та окреслено загальні вимоги до охорони праці ПрАТ «Санта Україна».

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України «Про інвестиційну діяльність» // Відомості Верховної Ради України. — 1991. — № 47. — С. 1351—1369.
2. Закон України «Про охорону праці» // Відомості Верховної Ради України. — 1992, N 49, ст.668.
3. Закон України «Про пожежну безпеку» // Відомості Верховної Ради України. — 2013, N 34-35, ст.458.
4. Методика проведення поглибленого аналізу фінансово-господарського стану підприємств та організацій : [затверджена Наказом Агентства з питань запобігання банкрутства підприємств та організацій від 27 червня 1997 р. № 81, зареєстрована в Міністерстві юстиції України 5 серпня 1997 року за № 288/2092].
5. Баб'як М. Н. Економічна теорія / М. Н. Баб'як, Л. А. Пешенкова, А. В. Рибчук. — К. : Центр навчальної літератури, 2009. — С. 82 – 91.
6. Бойчик І.М. Економіка підприємства. Навч. пос.—Київ: Атіка, 2002.— 480 с.
7. Гордійчук А.С. Економіка підприємства: Навч. Посібник / А.С. Гордійчук, О. А. Стахів. - Рівне: РДТУ, 2010. - 247 с.
8. Долан Э.Дж., Линей Д. Рынок: макроэкономическая модель. — СПб., 2012. —369 с.
9. Економіка підприємства : Підручник / За заг. ред. С.Ф.Покропивного. — К.: КНЕУ, 2009. — 528 с.
10. Економіка підприємства: Підручник / За заг. ред. д. е. н., проф. Л.Г. Мельника. - Суми: Університетська книга, 2011. - 648с.
11. Інвестиційний менеджмент : підручник / [В. М.Гриньова, В. О. Коюда, Т. І. Лепейко та ін.]. — Х. : Інжек, 2011. — 544 с.
12. Інвестування : навч. посіб. / В.М. Гриньова, В.О. Коюда, Т.І. Лепейко, О.П. Коюда ; під заг. ред. В. М. Гриньової. — Х. : Інжек, 2009. — 320 с.
13. Кейнс Дж.М. Общая теория занятости, процента и денег // Антология экономической классики. — М., 1993.— 362 с.

14. Ковалев В.В. Методы оценки инвестиционных проектов. — М.: Финансы и статистика, 2010. — 144 с.
15. Липсиц И.В., Коссов В.В. Инвестиционный проект: методы подготовки и анализа. — М.: БЕК, 2011. — 365 с.
16. Майорова, Т. В. Інвестиційна діяльність : навчальний посібник / Т. В. Майорова. - К. : ЦУЛ, 2010. - 376 с. - ISBN 966-8253-19-1.
17. Макконелл К.В., Брю С.Л. Экономикс. — М., 1992. - 1115с.
18. Пересада, А. А. Інвестиційний аналіз: навчально-методичний посібник для самост. вивч.дисц. / А. А. Пересада, С. В. Онікієнко, Ю. М. Коваленко ; Мін-во освіти і науки України, КНЕУ. - К. : КНЕУ, 2003. - 134 с. - ISBN 966-57-433-X.
19. Политическая экономия: Словарь / Под. ред. О.М. Ожерельева и др. — М.: Политиздат, 2010. — 467 с.
20. Примак Т.О. Економіка підприємства: Навч. посіб. - К.: Вікар, 2001. - 178 с.
21. Сазонець І. Л. Інвестування. Підручник. — К.: Центр учбової літератури, 2011. — 312 с
22. Федоренко В.Г. Інвестиційний менеджмент: Навч. посіб. — К.: МАУП, 2011.— 191с.
23. Финансово-экономический словарь / Под ред. М.Г. Назарова. — М.: Финстатинформ, 2009. — 224 с.
24. Экономическая энциклопедия. Политическая экономия / Гл. ред. А.М. Румянцев. — М., 2010. — 745 с.
25. Балабанова Л. В. Управління реалізацією стратегій підприємства: маркетинговий підхід : монографія / Л. В. Балабанова, І. С. Фоломкіна. — Донецьк : ДонНУЕТ, 2009. — 402 с.
26. Білорус Т. В. Стратегічне управління кадровим потенціалом підприємства : монографія / Т. В. Білорус. — Ірпінь : НАДПСУ, 2007. — 174 с.
27. Боярко І. М. Оцінка інвестиційної привабливості суб'єктів господарювання / І. М. Боярко // Актуальні проблеми економіки. — 2008. — № 7. —

С. 90–99.

28. Виноградова О. В. Оцінка ефективності інвестування в малий бізнес / О. В. Виноградова, І. М. Фабрая // Актуальні проблеми міжнародних відносин. – К., 2005. – Вип. 47. – С. 129–142.

29. Внутрішня торгівля в Україні: економічні умови ефективного розвитку : монографія / [А. А. Мазаракі, І. О. Бланк, Л. О. Лігоненко та ін.] ; за ред. А. А. Мазаракі. – К. : КНТЕУ, 2006. – 195 с.

30. Галушак В. Л. Фактори зростання інвестиційних можливостей регіонів / В. Л. Галушак // Економічні науки. Сер. Облік і фінанси : зб. наук. праць. – Луцьк : ЛДТУ, 2007. – Вип. 4 (16). – Ч. 1. – С. 56–65.

31. Гречина І. В. Оцінка інвестиційної привабливості торговельних підприємств : монографія / І. В. Гречина, П. М. Сухарев. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2010. – 417 с.

32. Гришко В. А. Місце та роль інвестиційно-інноваційного складника в загальному економічному потенціалі підприємства / В. А. Гришко // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – Вип. 20.6. – С. 185–191.

33. Гурова В. О. Проблеми менеджменту інвестиційної діяльності в Україні / В. О. Гурова, Р. С. Валітов // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. – 2010. – Вип. IV (40). – С. 101–108.

34. Ємельянов О.Ю. Інформаційне забезпечення аналізу інвестиційного потенціалу галузей економіки / О. Ю. Ємельянов, І. З. Крет, О. М. Сегедій // Вісник НУ “Львівська політехніка”. Сер. Проблеми економіки та управління. – 2003. – № 484. – С. 66–72.

35. Організація і управління інвестиційною діяльністю підприємств харчової промисловості : монографія / Ю. І. Плєтєнь, М-во освіти і науки, молоді та спорту України, Донецьк. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М.Туган-Барановського, каф. економіки п-ва; – Донецьк : [ДонНУЕТ], 2011. – 177 с.

ДОДАТКИ