

Міністерство освіти і науки України
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет – Експертизи, біотехнології, харчової інженерії, підприємництва та торгівлі

Кафедра – Торговельного підприємництва, товарознавства та управління бізнесом

Ступінь вищої освіти – другий (магістр)

Спеціальність – 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

Освітня програма – «Підприємництво і торгівля, товарознавство та експертиза в митній справі»



КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему: «Оцінка інвестиційної привабливості проєкту виробництва олійно-жирової продукції з різних сортів вишні»

КРМ.ТПТтаУБ 1.602-03.2.4

Здобувачка _____ Куркан Ольга Сергіївна
Підпис

Керівник: _____ к.е.н., доцент Шалений В.А.
Підпис

Кваліфікаційна робота допускається до захисту

Рішення кафедри від 12 грудня 2023 р., протокол № 7

Завідувач кафедри

_____ ТПТтаУБ _____ Наталія БАСЮРКІНА
Підпис

**ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ПРИКЛАДНОЇ ЕКОНОМІКИ
І МЕНЕДЖМЕНТУ ім. Г.Е. Вейнштейна**

Факультет – Експертизи, біотехнології, харчової інженерії,
підприємництва та торгівлі

Кафедра – Торговельного підприємництва, товарознавства та
управління бізнесом

Ступінь вищої освіти – другий (магістр)

Спеціальність – 076 «Підприємництво та торгівля»

Освітня програма – «Підприємництво і торгівля, товарознавство
та експертиза в митній справі»

ЗАТВЕРДЖУЮ:

Завідувач кафедри
торговельного підприємництва,
товарознавства та управління бізнесом
д.е.н., проф. Басюркіна Н.Й.

(підпис)

“ ____ ” _____ 2023 р

ЗАВДАННЯ

на кваліфікаційну магістерську роботу

Здобувачки Куркан Ольги Сергіївни

1. Тема роботи: «Оцінка інвестиційної привабливості проєкту виробництва олійно-жирової продукції з різних сортів вишні», затверджена наказом по академії від 19.10.2023 р № 602-03.
2. Термін здачі студентом закінченої роботи 7.12.2023 р.
3. Вихідні дані до роботи: наукові видання зарубіжних та українських авторів, методичні вказівки кафедри управління бізнесом ОНТУ, прогнози та експертні оцінки, опубліковані в ЗМІ, аналітичні дослідження ринку послуг харчування, форми річної звітності підприємства, електронні ресурси у всесвітній мережі Internet, методичні, графічні та прикладні матеріали розробленої технології виробництва олії з різних сортів вишні
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, котрі необхідно розробити): Анотація , Зміст , Вступ. Розділ 1 Теоретичні та методичні засади оцінки інвестиційної привабливості інноваційних проєктів. Розділ 2 Іноваційна діяльність підприємств : теоретичні та практичні аспекти. Розділ 3 Тенденції розвитку підприємств кондитерської галузі в Україні в аспекті підвищення їх інвестиційної привабливості за рахунок впровадження їх інноваційних проєктів. Розділ 4 Оцінка інвестиційної привабливості інноваційного проєкту виробництва олійно-жирової продукції з різних сортів вишні. Розділ 5 Охорона праці. Список літератури. Додатки
5. Перелік графічного матеріалу:

Рис.1 Діаграма Ганта Рис.2 Точка безбитковості проєкту Таблиця 1 «Розрахунок обсягу виробленої продукції» Таблиця 2 «Розрахунок повної собівартості» Таблиця 3 « Розподіл витрат підприємства» Таблиця 4 «Показники ефективності інвестиційного проєкту при різних структурах капіталу» Таблиця 5 «Основні техніко-економічні та фінансові показники проєкту»

6. Дата видачі завдання 15.08.2023 р.

Керівник: _____ к.е.н., доцент Шалений В.А.
Підпис

Завдання прийняла до виконання _____ Куркан Ольга Сергіївна
Підпис

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ п/п	Назва етапів кваліфікаційної магістерської роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1.	Обробка зібраних даних виробничо господарської практики	01.09.2023-15.09.2023	Виконано
2.	РОЗДІЛ1.Теоретико-методичні засади обґрунтування інвестиційної привабливості проєкту	16.09.2023-20.09.2023	Виконано
3.	РОЗДІЛ2. Інвестиційна діяльність підприємств	21.09.2023-29.09.2023	Виконано
4.	РОЗДІЛ3.Тенденції розвитку підприємств олійно-жирової промисловості	30.09.2023-5.10.2023	Виконано
5.	РОЗДІЛ4.Оцінка інвестиційної привабливості проєкту	6.10.2023-12.10.2023	Виконано
6.	Розробка інших складових кваліфікаційної роботи	13.10.2023-31.10.2023	Виконано
7.	Розгляд науковим керівником дипломної роботи та підготовка до малого захисту	2.11.2023-7.11.2023	Виконано
8.	Малий захист та доробка роботи по результатах малого захисту	23.11.2023-23.11.2023	Виконано
9.	Подання роботи завідувачу кафедри для отримання дозволу на захист	28.11.2023-30.11.2023	Виконано
10.	Отримання зовнішньої рецензії	10.12.2023	Виконано

Керівник _____ к.е.н., доцент Шалений В.А .
Підпис

Здобувач-дипломник _____ Куркан О.С.
Підпис

Несу відповідальність за ідентичність електронного та друкованого варіантів кваліфікаційної роботи, даю згоду на обробку персональних даних та не заперечую проти розміщення кваліфікаційної роботи на офіційних web-ресурсах ОНТУ. Підтверджую, що в кваліфікаційній роботі відсутні порушення норм академічної доброчесності.

Здобувач-дипломник _____ Куркан О.С.

АНОТАЦІЯ

Кваліфікаційна робота магістра містить 133 сторінки, 41 таблицю, список літератури з 20 найменувань, 8 додатків.

Метою виконання роботи є оцінка інвестиційної привабливості інноваційного проєкту виробництва олійно-жирової продукції з різних сортів вишні.

Об'єктом аналізу, узагальнень і дослідження є економічні відносини між суб'єктами олійно-жирової промисловості України.

Завданням роботи передбачено економічне обґрунтування інвестиційно-інноваційного проєкту виробництва олійно-жирової продукції з різних сортів вишні, визначення теоретичних і методичних основ обґрунтування інвестиційної привабливості інноваційного проєкту, оцінка стану та перспектив розвитку підприємств олійно-жирової промисловості .

За результатами роботи сформульовано висновки щодо ефективності впровадження інноваційного проєкту виробництва олійно-жирової продукції з різних сортів вишні.

Одержані результати можуть бути використанні на підприємствах олійно-жирової галузі як заходи зі стабілізації фінансового стану, підвищення конкурентоспроможності, розширення ринкової "ніші" та зміцнення їх іміджу.

Рік виконання роботи – 2023.

Рік захисту роботи – 2023.

THE SUMMARY

This thesis contains 133 pages, 41 tables, the list of references of 20 titles, 7 applications.

The purpose of work is to assessment of the investment attractiveness of the innovative project for the production of oil and fat products from different varieties of cherries.

As an **object of analysis, generalizations and research activity** there are economic relations between subjects of the oil and fat industry of Ukraine.

The task of work economic substantiation of the investment and innovation project for the production of oil and fat products from different varieties of cherries, determination of the theoretical and methodical bases of substantiating the investment attractiveness of the innovation project, assessment of the state and prospects for the development of enterprises of the oil and fat industry.

On results work the set forth conclusions regarding the effectiveness of the implementation of an innovative project for the production of oil and fat products from different varieties of cherries.

The got results can be used at enterprises of the oil and fat industry as measures to stabilize the financial situation, increase competitiveness, expand the market "niche" and strengthen their image.

Year of implementation of work – 2023.

Year of presentation of work – 2023.

ЗМІСТ

ВСТУП	8
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ОБГРУНТУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПРОЄКТІВ	10
1.1. Інвестиційні проєкти: сутність та класифікація	10
1.2. Привабливість інвестиційного проєкту: сутність та характеристики	15
1.3. Методичні підходи до оцінки привабливості інвестиційних проєктів	22
Висновки до розділу 1	36
РОЗДІЛ 2. ІНОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ: ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ	38
2.1. Поняття «інновація» та «інноваційний проєкт»	38
2.2. Класифікація інновацій	41
2.3. Інноваційний проєкт, як складна форма організації інноваційної діяльності та управління інноваціями	47
Висновки до розділу 2	54
РОЗДІЛ 3. ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ОЛІЙНО-ЖИРОВОЇ ПРОДУКЦІЇ НА ПІВДНІ УКРАЇНИ В АСПЕКТІ ПІДВИЩЕННЯ ЇХ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ЗА РАХУНОК ВПРОВАДЖЕННЯ ЇХ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЄКТІВ	56
3.1. Маркетингові дослідження ринку олійно-жирової продукції на півдні України	56
3.2. Сучасні тенденції розвитку підприємств олійно-жирової галузі	72
3.3. Маркетингове обґрунтування доцільності інноваційного проєкту	75
Висновки до розділу 3	80
РОЗДІЛ 4. ОЦІНКА ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПРОЄКТУ ВИРОБНИЦТВА ОЛІЙНО-ЖИРОВОЇ ПРОДУКЦІЇ З РІЗНИХ СОРТІВ ВИШНІ	82
4.1. Розрахунок інвестиційних витрат	82
4.2. Розрахунок виробничої програми	84

4.3 Оцінка економічної ефективності та інвестиційної привабливості проекту	112
РОЗДІЛ 5.ОХОРОНА ПРАЦІ	117
ВИСНОВКИ	123
ДОДАТКИ	125

ВСТУП

В умовах суттєвого загострення боротьби за ринки збуту, обмеженості доступу до фінансових ресурсів, найбільші шанси на мінімізацію втрат та швидке відновлення економічних показників матимуть насамперед ті підприємства, які змогли зосереджуватися на постійному вдосконаленні виробничих процесів, створенні інноваційної продукції, оптимізації систем виробництва та управління. Однак на практиці дуже часто виникає ситуація здійснення інвестиційної діяльності підприємствами, напрям якої не є інноваційним, що згодом призводить до деформації структури національної економіки, гальмує та консервує її, оскільки розвиток жодної системи не може відбуватися на основі застарілого технологічного устрою. Без інноваційного напрямку інвестицій не може відбутися становлення якісно-кількісного економічного зростання, як в країні, так і на підприємствах. Все це визиває нагальну необхідність дослідження всіх аспектів формування інноваційно-інвестиційної діяльності підприємства як основної ланки економіки країни.

Мета дослідження - оцінка інвестиційної привабливості інноваційного проєкту впровадження технології виробництва галет на основі плівчастих сортів пшениці.

Відповідно до мети в роботі вирішуються такі завдання:

- досліджено теоретичні та методичні засади оцінки інвестиційної привабливості підприємств та інноваційних проєктів;
- розглянуто сутність, характеристики інвестиційної та інноваційної діяльності підприємств;
- досліджено сучасні тенденції підприємств олійно-жирової галузі України в аспекті підвищення їх інвестиційної привабливості за рахунок впровадження їх інноваційних проєктів;

- обґрунтовано доцільність виробництва олійно-жирової продукції з різних сортів вишні;
- розроблено методичний підхід до оцінки інвестиційної привабливості підприємств олійно-жирової промисловості;
- здійснено оцінку інвестиційної привабливості інноваційного проєкту, що пропонується.

Об'єктом дослідження є процеси виробничо-господарської діяльності підприємств олійно-жирової галузі в аспекті визначення їх інвестиційної привабливості та доцільності реалізації інноваційних проєктів.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методичних та практичних аспектів інвестиційно-інноваційної діяльності підприємств.

Методи дослідження. Теоретичною основою дослідження є фундаментальні положення сучасної економічної науки, основні положення теорії логістики, законодавчі та нормативно-правові акти Верховної Ради України, Кабінету Міністрів України. При написанні даної роботи застосовувалися такі методи: порівняння – для зіставлення фактичних даних за окремі періоди і роки; графічний – для наочного відображення показників обсягу ринку підприємств галузі. Інформаційну базу дослідження склали статистичні матеріали та інші наукові публікації вітчизняних і зарубіжних учених та практиків з проблем інвестиційно-інноваційної діяльності, а також дані системи фінансової та статистичної звітності ряду підприємств, результати опитувань економічних суб'єктів, електронні бази даних і знань.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ОБГРУНТУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПРОЄКТІВ

1.1. Інвестиційні проєкти: сутність та класифікація

Відповідно до Закону "Про інвестиційну діяльність " Закон від 18.09.1991 № 1560-ХІІ «Інвестиційний проєкт - це обґрунтування економічної доцільності, обсягу і термінів здійснення капітальних вкладень, у тому числі необхідна проєктно-кошторисна документація, розроблена відповідно до законодавства України і затвердженими в установленому порядку стандартів (нормами і правилами), а також опис практичних дій по здійсненню інвестицій (бізнес-план)» .

Дане визначення ускладнює використання важливих термінів і характеристик інвестиційного проєкту. Дійсно, як випливає з наведеного тексту Закону, інвестиційний проєкт - це, насамперед, комплексний план заходів, спрямованих на створення нового або модернізацію діючого виробництва товарів (робіт, послуг) з метою отримання економічної вигоди. Виходячи з цього, складно, наприклад, ввести такі основоположні поняття як "ефективність інвестиційного проєкту", "грошові потоки ІІІ", "окупність ІІІ" і т.п.

У зв'язку з цим в "Методичних рекомендаціях" від 13.11.2012 № 1279 окремо вводяться два поняття - "проєкт" і "інвестиційний проєкт".

Термін "проєкт" розуміється у двох значеннях :

Як комплект документів, що містять формулювання мети майбутньої діяльності та визначення комплексу дій, спрямованих на досягнення поставленої мети;

- Як сам комплекс дій (робіт, послуг, придбань, управлінських операцій і рішень), спрямованих на досягнення сформульованої мети.

В інвестиційній теорії і практиці термін "проєкт" зазвичай застосовується в другому сенсі.

Інвестиційний проєкт (ІП) в "Методичних рекомендаціях " визначається так само, як і в Законі "Про інвестиційну діяльність".

Згідно "Методичних рекомендацій " в основі будь-якого інвестиційного проєкту завжди знаходиться якийсь проєкт як комплекс робіт, послуг, спрямованих на досягнення інвестиційних цілей, а інвестиційний проєкт дає опис даного проєкту з точки зору економічної доцільності його реалізації. Отже, інвестиційний проєкт завжди породжується деяким проєктом (в сенсі другого визначення), обґрунтування доцільності та характеристики якого він містить. У зв'язку з цим йод тими чи іншими властивостями, характеристиками, параметрами ІП (тривалість, реалізація, грошові потоки і т.п.) розуміються відповідні властивості, характеристики, параметри породжує його проєкту. Іншими словами, при оцінці прийнятності ІП будівництва та експлуатації, наприклад, бензоколонки, слід вважати, що є комплекс робіт (проєкт) по зведенню бензоколонки, опис якого закріплено в інвестиційному проєкті. Тоді під "ефективністю інвестиційного проєкту" бензоколонки розуміється ефективність проєкту як комплексу робіт.

Класифікація інвестиційних проєктів

Найважливішим критерієм класифікації є ступінь взаємного впливу інвестиційних проєктів один на одного, під яким розуміється взаємозв'язок рішень і результатів але одному проєкту від рішень, прийнятих по іншому проєкту: вважається, що проєкт А впливає на проєкт В, якщо для прийняття рішень по проєкту А необхідно враховувати рішення по проєкту В (і навпаки - якщо для прийняття рішень по проєкту В треба враховувати рішення по проєкту А).

За взаємному впливу один на одного інвестиційні проєкти можна розділити на наступні види.

- Незалежні інвестиційні проєкти - коли рішення про прийняття одного проєкту не впливає на рішення про прийняття іншого ВП.

Для того щоб інвестиційний проєкт А був незалежний від проєкту В, необхідні, принаймні, дві умови:

- Мають бути технічні можливості здійснити проєкт А незалежно від того, буде чи не буде прийнятий проєкт В. Наприклад, технічно можна налагодити виробництво віконних рам без реалізації проєкту з виробництва шибок. Точно так само з технічної точки зору можна реалізувати проєкт будівництва бензоколонки без урахування рішень за проєктом будівництва, покладемо, дитячого садка;

- На доходи, очікувані від проєкту А, не повинні впливати рішення, що приймаються за проєктом В.

Якщо розглянути наведені вище пари інвестиційних проєктів, то очевидно, що і по цій умові проєкти будівництва бензоколонки та дитячого садка невзаємопов'язані - важко уявити, що доходи власників бензоколонки обумовлені результатами функціонування дитячого саду. Що ж стосується першої пари проєктів - виробництва віконних рам і шибок, то висновок про відсутність взаємозв'язку їх доходів представляється невірним.

Виправданим є якраз припущення, що ці два проєкти необхідно реалізовувати одночасно.

Іноді фірма через відсутність фінансових коштів не може одночасно здійснити два проєкти. У такій ситуації прийняття одного проєкту спричинить за собою відхилення другого. Однак називати проєкти залежними тільки на тій підставі, що у інвестора не вистачає коштів для їх спільної реалізації, було б некоректним. Дійсно, якщо у фірми немає фінансових можливостей одночасно побудувати бензоколонку і дитячий сад, то через це дані проєкти не стануть взаємозалежними.

- Зовсім інвестиційні проєкти - до них відносяться такі проєкти, для яких рішення здійснити один проєкт впливає на інший проєкт, тобто грошові потоки за проєктом А змінюються залежно від того, прийнятий або відхилений проєкт В.

Зовсім проєкти можна поділити на кілька видів.

1. Альтернативні (взаємовиключні) проєкти - коли два або більше аналізованих проєктів не можуть бути реалізовані одночасно, і прийняття

одного з них автоматично означає, що решта проекти не можуть бути реалізовані. Наприклад, на виділеній ділянці землі можуть бути побудовані або цех, або їдальня, або стоянка для автомобілів - прийняття одного з цих проектів автоматично унеможлиблює здійснення інших.

2. Взаємодоповнюючі проекти, коли реалізація кількох проектів може відбуватися лише спільно. Значний інтерес представляють два види взаємодоповнюючих проектів:

а) компліментарні проекти - в цьому випадку прийняття одного інвестиційного проекту призводить до зростання доходів за іншими проектами. Прикладом компліментарних проектів можуть служити розглянуті вище проекти виробництва віконних рам і віконного скла;

б) проекти, пов'язані відносинами заміщення, коли прийняття нового проекту призводить до деякого зниження доходів по одному або декільком діючим проектам. Відносинами заміщення пов'язані, наприклад, проект випуску товарів тривалого користування (електроінструменту) і доповнює його проект виробництва по ремонту цього інструменту. Дійсно, виробник електроінструменту розуміє, що він зіткнеться з труднощами збуту своєї продукції, якщо не будуть відкриті майстерні по його ремонту. Але для фірми-виробника ідеальною була б ситуація, коли відсутня можливість ремонту та за будь-якої несправності електроінструменту він замінювався б на новий екземпляр.

Другим критерієм класифікації інвестиційних проектів є термін їх реалізації (створення і функціонування). За цим критерієм інвестиційні проекти поділяються на три види:

- 1) короткострокові інвестиційні проекти - термін реалізації до трьох років;
- 2) середньострокові інвестиційні проекти - термін реалізації три-п'ять років;
- 3) довгострокові інвестиційні проекти - термін реалізації понад п'ять років.

Третій критерій класифікації проєктів - їх масштаб. Слід враховувати, що масштаб інвестиційного проєкту характеризує його суспільну значимість, яка визначається впливом результатів реалізації проєкту на хоча б один з внутрішніх або зовнішніх ринків (фінансових, товарів і послуг, ресурсів), а також на екологічну та соціальну обстановку. З погляду масштабу проєкти рекомендується поділяти на наступні види.

1. Глобальні інвестиційні проєкти, реалізація яких суттєво впливає на економічну, соціальну чи екологічну ситуацію в усьому світі або у великій групі країн. Прикладом таких проєктів може слугувати будівництво континентальних нафто- і газопроводів, створення системи глобальної мережі обміну інформацією, формування прямого залізничного транзиту Схід - Захід і т.п.

2. Народногосподарські інвестиційні проєкти, що впливають на всю країну в цілому або її великі регіони, і при їх оцінці можна обмежитися урахуванням тільки цього впливу. До проєктів такого масштабу можна віднести загальнофедеральні автомобільні дороги та залізничні гілки, великі електростанції і т.п.

3. Великомасштабні інвестиційні проєкти, що охоплюють окремі галузі або великі територіальні утворення (міста, райони), і при їх оцінці можна не враховувати вплив цих проєктів на ситуацію в інших регіонах або галузях - будівництво великих підприємств, мостів, регіональних інформаційних систем і т.п.

4. Локальні інвестиційні проєкти, дія яких обмежується рамками даного підприємства, що реалізує ВП. Їх реалізація не робить істотного впливу на економічну, соціальну та екологічну ситуацію в регіоні і не змінює рівень і структуру цін на товарних ринках.

Слід мати на увазі, що глобальні, народногосподарські і великомасштабні проєкти відносяться до суспільно значимих проєктів, результати реалізації яких важливі для суспільства в цілому. Локальні проєкти не вважаються суспільно значущими.

Четвертим критерієм класифікації інвестиційних проєктів є їх основна спрямованість. Спрямованість інвестиційного проєкту залежить від його цілей. З погляду даного критерію інвестиційні проєкти можна розділити на такі види:

- комерційні інвестиційні проєкти, головною метою яких є отримання прибутку;
- соціальні інвестиційні проєкти, орієнтовані на вирішення, наприклад, проблем безробіття в регіоні або соціальної адаптації колишніх військовослужбовців і т.п .;
- екологічні інвестиційні проєкти, основна спрямованість яких - поліпшення середовища проживання людей, а також флори і фауни, наприклад, закладка парку, будівництво очисних споруд, рекультивация земель тощо

Відповідна класифікація проєктів дозволяє фірмам цілеспрямовано проводити інвестиційну політику, раціонально використовувати фінансові та інші ресурси, домагатися оптимального співвідношення витрат на проєкт і отриманих від нього результатів.

1.2. Привабливість інвестиційного проєкту: сутність та характеристики

Інвестиційна привабливість проєктів– складна категорія, що включає в себе сукупність характеристик, які відображають різноманітні аспекти реалізації інвестиційних проєктів на підприємствах. Одні з найважливіших таких аспектів – фінансовий стан об'єкта інвестування та ефективність реалізації інвестиційного проєкту відносяться до сфери вивчення фінансового аналізу.

В умовах конкуренції за інвестиційні ресурси на перший план виходить питання вибору об'єкту інвестування та створення сприятливих умов для реалізації інвестиційних проєктів. Управління інвестиційною привабливістю, формування стійкого позитивного сприйняття підприємства як потенційного

об'єкта інвестування можливе за умови своєчасної діагностики. Важлива роль при цьому відводиться фінансовому аналізу.

Погляд на інвестиційну привабливість визначає методологічну базу її аналізу, а отже й аргументацію для прийняття інвестиційних рішень. Фінансовий аналіз є центральним моментом усієї процедури експертизи інвестиційного проєкту. Тому актуальними є як питання вдосконалення методик фінансового аналізу, так і характеристик об'єкта його дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Проблема аналізу інвестиційної привабливості, розробки та вдосконалення його методик зберігає свою актуальність, про що свідчать роботи науковців: І.О. Бланк, А. Г. Загородній, М. І. Кісіль, М. Ю. Коденська, Т.В. Майорова, П. Т. Саблук, В. Г. Федоренко та ін. Постійний розвиток господарських відносин та умов господарювання зумовлює необхідність врахування змін економічної дійсності, які породжують нові вимоги до інвестиційної привабливості підприємства та, відповідно, її аналізу.

Термін «інвестиційна привабливість» у теорії як правило розкривається по відношенню до конкретного об'єкту: регіон, галузь, країна, підприємство, проєкт. Об'єктом даного дослідження є реалізація інвестиційного проєкту на підприємстві.

Інвестиційну привабливість необхідно розглядати як певну властивість, якість, як складне економічне поняття, що має системний характер. Відтак багато дослідників визначають її як узагальнюючу характеристику.

Наприклад, інвестиційна привабливість розглядається як інтегральну характеристику окремих підприємств – об'єктів майбутнього інвестування з позиції перспективності розвитку, обсягу і перспектив збуту продукції, ефективності використання активів та їх ліквідності, стану платоспроможності та фінансової стійкості. Таке визначення достатньо містке, воно пов'язує інвестиційну привабливість як із внутрішнім, так і з зовнішнім середовищем підприємства, тобто інвестиційна привабливість пов'язується як із особливостями самого підприємства, так і з особливостями галузі, регіону,

країни. В ряді визначень враховується сукупність умов інвестування, наприклад: «інвестиційна привабливість визначається інтегральною сукупністю критеріїв дієвості умов інвестування, які забезпечують особистий інтерес інвесторів до вкладення капіталу з метою його примноження або отримання соціального ефекту». До позитивів даного визначення слід віднести відображення позиції суб'єкта інвестиційного процесу.

Поняття сприятливості, привабливості мають суб'єктивний відтінок. Різними особами, що приймають рішення, вони можуть сприйматись по-різному. Визначальною, наприклад, може стати схильність цих осіб до ризику. І. О. Бланк пропонує розглядати терміни „схильність до інвестування” та „перевага ліквідності”, які використовуються для дослідження інвестиційних процесів на макроекономічному рівні, з позиції підприємства. В його трактуванні під „схильністю до інвестування” необхідно розуміти умови реалізації заощаджень суб'єкта господарювання в інвестиційному процесі або формування підприємством інвестиційного попиту за рахунок використання власних інвестиційних ресурсів, а під терміном „перевага ліквідності” – формування господарюючим суб'єктом за рахунок власних заощаджень страхового запасу грошових коштів та товарно-матеріальних цінностей, що не залучаються в інвестиційний процес у наступному періоді. Схильність до інвестування може змінюватися і залежить від ряду факторів.

Факторний аналіз забезпечує системне вивчення різноманітних впливів, їх комплексну оцінку, пізнання та взаємозумовленість і дозволяє глибоко дослідити об'єкт. Те, що інвестиційний клімат визначається впливом певних факторів, визнається практично всіма дослідниками. Іноді під факторами розуміють оточення проєкту. Наприклад, економічні, фінансові, валютні, кредитні, конкурентні фактори формують зовнішнє оточення (середовище).

Отже, інвестиційна привабливість формується під дією взаємопов'язаного комплексу законодавчо-нормативних, організаційно-економічних, соціально-політичних та інших факторів, що визначають умови діяльності в окремій країні, регіоні, місті .

З позиції аналізу доцільним є розподіл факторів за рівнями, на яких розглядається інвестиційна привабливість. Загалом інвестиційну привабливість можна визначати на рівнях – від оцінки господарюючої економічної одиниці до оцінки політичної та макроекономічної ситуації: на рівні країни, галузі, регіону та конкретного об'єкта впровадження. В. Г. Федоренко виділяє також рівень окремого виду діяльності, на якому інвестиційну привабливість ставить у залежність від важливості галузі, характеристики споживання продукції галузі, соціальної значущості сфери діяльності, фінансових умов роботи галузі

На рівні галузі інвестиційна привабливість характеризується перспективами розвитку галузі, значимістю в економіці України, забезпеченістю зростання за рахунок власних ресурсів, рівнем державної підтримки, рівнем конкуренції тощо. Вона залежить від величини використаних активів, величини чистого прибутку, рівня попиту на продукцію галузі, наявності кваліфікованих кадрів, темпів НТП у галузі, забезпеченості перспектив розвитку галузі фінансовими ресурсами, рівня інфляційної захищеності продукції галузі, рівня конкуренції і відсоткових ставок за кредитами.

Очевидно, що серед усіх рівнів інвестиційної привабливості рівень підприємства найбільш значущий. Підприємство являє собою базу реалізації інвестиційного проекту. Тому без визначення спроможності реалізації проекту на конкретному підприємстві неможливо дати загальну оцінку привабливості проекту.

Оскільки, як зазначалось вище, дослідження інвестиційної привабливості стосуються переважно підприємства, то поза увагою залишається значна частина критеріїв, що впливають на прийняття інвестиційного рішення. Ці критерії, як правило, враховуються окремо при оцінці ефективності інвестиційних проектів.

Враховуючи викладене, інвестиційну привабливість запропоновано визначати як узагальнюючу характеристику умов та результатів реалізації

інвестиції, що формуються під дією зовнішніх та внутрішніх факторів, з позиції їх відповідності критеріям ефективності та безпеки, системі цінностей та пріоритетів інвестора. Умови реалізації проєкту включають у себе всі аспекти, що можуть визначати результат реалізації інвестиційного проєкту (державна політика, стан галузі, ринкова кон'юнктура, організаційно-технічний рівень та фінансовий стан підприємства тощо). Ці умови визначаються впливом залежних та незалежних факторів.

Об'єктивні фактори, з одного боку, є результатом дії економічних законів і їх можна спрогнозувати, врахувати. З другого боку, вони можуть бути поза сферою дії економічних законів і не піддаються прогнозуванню взагалі або тільки частково. В обох випадках вони можуть вплинути на результати господарської діяльності підприємства, але на них вплинути неможливо. Дія цих факторів відображається в таких показниках, як ціни на сировину, матеріали, продукцію, банківська процентна ставка, можливий обсяг реалізації, платоспроможність покупців тощо.

Суб'єктивні фактори за способом впливу на результати фінансово-господарської діяльності підприємства є внутрішніми і залежать від рівня організації цієї діяльності. Вони впливають на показники, що багатьма дослідниками використовуються для комплексної оцінки інвестиційної привабливості (показники ліквідності, фінансової стійкості, рентабельності тощо).

І. О. Бланк виділяє основні напрямки фінансового аналізу інвестиційної привабливості компанії (фірми), які зводяться до наступних : аналіз оборотності активів; аналіз прибутковості капіталу; аналіз фінансової стійкості; аналіз ліквідності активів.

Інвестиційну привабливість інвестор визначає в контексті реалізації конкретного інвестиційного проєкту. З огляду на це а також можна визначити такі напрямки фінансового аналізу інвестиційної привабливості проєкту: 1) аналіз фінансового стану підприємства: аналіз оборотності активів, аналіз прибутковості капіталу, аналіз фінансової стійкості, аналіз ліквідності активів;

2) аналіз ефективності інвестиційного проєкту: аналіз витрат, прибутків, оцінка рівня рентабельності, аналіз періоду окупності, аналіз теперішньої вартості капіталу.

Деталізація напрямків аналізу інвестиційної привабливості проєкту дає можливість серед сукупності факторів, що визначають інвестиційну привабливість реального проєкту, виділити ті, що є об'єктом дослідження саме фінансового аналізу. Аналіз факторів, що впливають на інвестиційну привабливість дає можливість визначити умови привабливості проєкту відповідно до його ознак

Умови інвестиційної привабливості згруповані за ознаками інвестиційного проєкту як цілісного об'єкта дослідження. Такими ознаками є: технічна та технологічна життєздатність проєкту, політико-економічне, правове, соціокультурне оточення проєкту, внутрішнє середовище проєкту, зв'язок проєкту з екологічним середовищем, комерційна спроможність проєкту, значимість для національної економіки, проєктні ризики, фінансовий стан об'єкта інвестування, ефективність проєкту. При цьому в процесі фінансового аналізу для обґрунтування ефективних управлінських рішень необхідно дослідити переваги, які виникають у результаті реалізації проєкту. Здійснена оцінка значимості очікуваних результатів та умов реалізації проєкту показала, що найважливішими серед них є: отримання очікуваних доходів, прибутку, рентабельності; захист від інфляційних процесів; збереження (підвищення) фінансової стійкості, ліквідності та платоспроможності; прискорення оборотності оборотних активів; забезпеченість джерелами фінансування; ефективність впровадження проєкту, виконання умов його абсолютної та (або) відносної пріоритетності.

Для чіткішого формулювання умов, за яких інвестиційний проєкт можна охарактеризувати як привабливий, необхідно детальніше розглянути критерії позитивної оцінки ліквідності, фінансової стійкості, рентабельності, оборотності активів.

Якщо перетворення активів у грошову форму здійснюється в рамках нормальної діяльності підприємства, тобто при запланованому вкладанні капіталу у процеси виробництва та збуту, інакше кажучи, при нормальному обороті, то можна вести мову про природну ліквідність або самоліквідність. Забезпечення ліквідності, при якому реалізація активів відбувається в рамках нормального обороту капіталу, для інвестора є свідченням стабільного розвитку підприємства.

Необхідність вилучення активів із обороту для забезпечення ліквідності свідчить про серйозні проблеми і є попередженням для інвестора про ризики, пов'язані зі здатністю реалізації інвестиційного проєкту.

Можливість забезпечення платоспроможності підприємства як у короткостроковій, так і в довгостроковій перспективі є однією з ознак інвестиційної привабливості. При спрощеному підході вона може бути забезпечена дотриманням певних правил, які відображають принцип узгодження термінів, згідно з яким, між тривалістю залучення інвестованого у підприємство капіталу та відповідним терміном його повернення повинна бути узгодженість. При цьому окремі статті активів мають фінансуватися, відповідно, за рахунок тих джерел коштів, період використання яких не менший за період, на який залучається капітал в активах.

Дотримання принципу узгодженості термінів забезпечує довгострокову ліквідність підприємства, що ґрунтується на зв'язку, відображених у балансі окремих статей або групи статей активу з певними статтями або групою статей пасиву, які визначаються за термінами залучення активів та термінами надання капіталу. Така, зорієнтована на баланс конкретизація принципу узгодження термінів означає, що довгостроково залучені активи повинні фінансуватися за рахунок довгострокового капіталу, а короткострокові активи – за рахунок короткострокового капіталу.

Отже, здатність дотримання в результаті реалізації інвестиційного проєкту даних принципів можна розглядати як ознаку привабливості інвестиційного проєкту.

В наукових дослідженнях і на практиці, інвестиційну привабливість доцільно розглядати як узагальнюючу оцінку умов та результатів реалізації інвестиції, що формуються під дією зовнішніх та внутрішніх факторів, з позиції їх відповідності критеріям ефективності та безпеки, системі цінностей та пріоритетів інвестора. Такий підхід дає можливість пов'язати інвестиційну привабливість із системою факторів та суб'єктивними аспектами цієї категорії.

Сприятлива для реалізації проекту дія зовнішніх та внутрішніх факторів створює певні умови, за наявності яких встановлюється його інвестиційна привабливість. Визначено систему ознак проєктів, за якими охарактеризовано умови його інвестиційної привабливості.

1.3. Методичні підходи до оцінки привабливості інвестиційних проєктів

В сучасних умовах фінансової нестабільності вітчизняної економіки виникла необхідність визначення підходів до оцінки ефективності інвестиційних проєктів, що забезпечить подальший розвиток методів оцінки привабливості інвестиційних проєктів з метою успішного та ефективного управління як рушійної сили успішного розвитку інвестиційної діяльності сучасних підприємств.

Прийняття і реалізація інвестиційних рішень базується на всебічному аналізі й оцінці ефективності конкретних інвестиційних проєктів. Інвестиційний проєкт – це план або програма вкладень капіталу в реальні активи виробництва з метою одержання доходу.

Для прийняття рішення про довгострокове вкладення капіталу інвестор повинен мати інформацію, яка підтверджує, що вкладені кошти можуть бути повністю відшкодовані, а прибуток від операції буде достатнім.

Інвестиційний проєкт варто розглядати у вигляді інвестиційного циклу, тому що розробка і реалізація інвестиційного проєкту проходять довгий шлях – від ідеї до готової продукції, а між моментом початку інвестування і моментом, коли проєкт почне приносити прибуток, існує деякий часовий лаг.

Інвестувати кошти має сенс тільки в найбільш рентабельні проєкти, тому важливою задачею проєктного аналізу є встановлення цінності проєкту, що визначається різницею між доходами і витратами.

Слід зазначити, що ефективність інвестиційних проєктів має кількісну і якісну оцінку. Це залежить від цілей інвестора, що можуть виражатися, наприклад, в одержанні доходу, і тоді ефективність матиме кількісну визначеність. Під час одержання будь-якого іншого корисного для інвестора ефекту, наприклад, досягнення соціального, науково-технічного чи екологічного, що не завжди має кількісну визначеність, необхідна якісна оцінка.

Критерії і методи, використані в інвестиційному аналізі, досить повно розроблені в науковій літературі, основні з них представлені в табл. 1. При цьому слід зазначити, що цілісної системи обґрунтування прийняття рішень за реальними інвестиціями не існує.

Якщо розглядати реальні інвестиції, то виявляється багато істотних відмінностей. Наприклад, у загальному випадку неможливо побудувати функцію корисності показника прибутковості, тому що співвідношення корисності різних результатів залежатиме не стільки від власної прибутковості інвестицій у процентному вираженні, скільки від абсолютних значень вартісних показників. Водночас під час формування портфеля цінних паперів достатньо прогнозувати зміну тільки фінансових складових ризику, а прибутковість (P) можна оцінити так:

$$P = \{IC_i, CF_k, n, r\}, \quad (1.1)$$

де IC_i – інвестиції в i -му році, $i = 1, 2, \dots, m$;

CF_k – приплив (відтік) коштів у k -му році, $k = 1, 2, \dots, n$;

n – тривалість проєкту;

r – коефіцієнт дисконтування.

При цьому варто підкреслити, що застосування методів оцінки інвестиційних проєктів припускає множинність прогнозних оцінок і

розрахунків, що визначається як можливістю застосування низки критеріїв, так і доцільністю варіювання основними параметрами.

Наприклад, оцінюючи моделі фінансового забезпечення, варто виходити з ціни ресурсів, можливого сценарію одержання ресурсів, нормативно-правової регламентації тощо. Однак водночас необхідно вибрати один із найбільш оптимальних варіантів, виходячи з конкретних умов реалізації інвестиційного проєкту.

Водночас, як показав аналіз відповідних літературних джерел, будь-який механізм фінансування ґрунтується на фінансовій моделі інвестиційного проєкту, що побудована з урахуванням усіх факторів, які істотно впливають на дане підприємство. Така модель дає змогу не тільки прорахувати результати при заданих прогнозних параметрах і скласти прогнозні фінансові звіти, але й вибрати найбільш придатні інвестиційні схеми і джерела фінансування відповідно до встановлених критеріїв.

Фінансова модель інвестиційного проєкту має дві складові:

- блок капітальних вкладень
- блок фінансових потоків у ході реалізації проєкту.

Капітальні вкладення можуть здійснюватися не тільки в початковий період, але й протягом усього періоду проєктування залежно від його масштабності і схеми фінансування.

Під час розгляду реальних інвестицій необхідно прогнозувати як технічну, так і комерційну компоненти. Це пов'язано з тим, що реальні інвестиційні проєкти мають чітко виражені дискретні технічні і фінансові характеристики. Однак абсолютно очевидно, що прийняти остаточне рішення без прогнозування абсолютних вартісних показників неможливо.

Для вирішення останньої задачі необхідно, на думку автора, провести комплексні допроєктні маркетингові дослідження. При цьому розробка методології обґрунтування прийняття інвестиційних рішень зумовлює необхідність взаємного ув'язування положень теорії очікуваної корисності,

бізнес планування (зокрема, маркетингових досліджень) і комплексного аналізу проєктів.

Нині підхід очікуваної корисності можна вважати загальноприйнятим як у сучасних фінансах, так і в економічній теорії загалом .

Тоді задача в загальному вигляді полягає в побудові такої функції, що пов'язувала б можливі доходи і збитки з індексом корисності, що відбиває відношення особи, яка приймає рішення (ОПР), до цих можливостей, тобто ця функція потрібна для уявлення відношення ОПР до ризикованих результатів.

Цінність такої функції полягає в тому, що вона може використовуватися в явному вигляді як орієнтир під час ухвалення рішення, що відповідає не тільки намірам інвестора, але й того, кому він передає своє право прийняття рішення.

Для визначення очікуваної корисності проєкту може бути застосований такий алгоритм. На першому етапі визначають величину корисності кожного його результату за функцією корисності особи, яка приймає рішення.

Потім виражений в одиницях корисності кожен результат збільшується на її імовірність. Результати розрахунків для кожного з проєктів у сумі беруть для аналізу загальної очікуваної корисності проєктів.

Корисність проєктів – важливий показник для прийняття правильного рішення, тому що дає змогу врахувати індивідуальні переваги доходу і пов'язаного з ним ризику.

Водночас побудова функції корисності щодо капіталомістких реальних інвестиційних проєктів має свої особливості

Як правило, для таких проєктів застосовується колегіальне рішення. Звідси випливає, що сама функція корисності повинна мати узагальнений характер, наприклад, середньозважене значення функцій корисності окремих учасників, які беруть участь у прийнятті інвестиційного рішення.

Таблиця 1.1

Методи оцінки інвестиційних проєктів

<i>Метод оцінки інвестиційних проєктів</i>	<i>Зміст методу</i>
Методи оцінки в умовах визначеності	
Метод чистої приведеної вартості (NPV)	Дисконтування грошових потоків за ставкою, що відбиває очікуваний рівень позичкового відсотка на фінансовому ринку
Метод визначення строку окупності інвестицій (PP)	Визначення тривалості періоду, протягом якого сума чистих доходів, дисконтованих на момент завершення інвестицій, дорівнює сумі інвестицій
Метод оцінки внутрішньої норми прибутковості інвестицій (IRR)	Визначення ставки дисконтування, за якої чиста приведена вартість дорівнює нулю.
Метод оцінки індексу рентабельності (PI) і коефіцієнта ефективності інвестицій (ARR)	Оцінка відношення дисконтованого чистого доходу до стартових інвестицій (IP), оцінка відношення середньорічного прибутку до середнього значення інвестицій (ARR).
Методи оцінки в умовах невизначеності	
Метод кращого стану	Модифікація методу чистої поточної вартості для умов невизначеності. Застосовується ставка дисконтування з урахуванням виправлення на ризик
Модель оцінки капітальних активів (CAPM). Теорія цін акцій	Оцінка можливостей прибутковості портфеля цінних паперів загалом. Обмеженням є те, що модель розрахована на один інвестиційний період, немає припущень щодо ризику і прибутковості з часом.
Арбітражна теорія оцінки	Не припускає оцінки ефективності інвестиційного портфеля в термінах середньої прибутковості – стандартного відхилення, а також допускає, що на прибутковість активів може впливати не єдиний фактор – ринковий ризик, а декілька (приріст промислового виробництва, приріст очікуваної інфляції, несподівана інфляція тощо).
Метод порівняння прибутковості проєкту із середньозваженою вартістю капіталу фірми (WACC)	Інвестиційний проєкт приймається до виконання, якщо очікувана прибутковість більше дорівнює вартості капіталу фірми. Недолік полягає у тому, що він не враховує розходжень у рівнях ризику різних проєктів.
Концепція стратегічної чистої поточної вартості (спрощений метод дисконтування)	Грошові потоки представляються у вигляді лінійної функції ставки прибутковості за ліквідними активами.

Теорія очікуваної корисності дає змогу формалізувати процедуру виміру рівня ризику. Така процедура припускає, що та сама корисність буде привласнюватися даному результату незалежно від часу його появи.

Однак коли коректування на ризик здійснюються інтуїтивно, то значення, що присвоюється результату, може коливатися в часі і від проєкту

до проєкту. При цьому дуже мало ймовірно, щоб за допомогою якоїсь інтуїтивної процедури можна було б легко змодельовати досить складні розрахунки, необхідні для визначення очікуваної корисності аналізованих проєктів.

Отже, побудова функцій очікуваної корисності дає змогу формалізувати процедуру обґрунтування прийняття інвестиційних рішень. При цьому, як уже зазначалося вище, сама функція повинна носити обґрунтований характер.

Базою побудови функції очікуваної корисності може бути бізнес-планування, що на стадіях техніко-економічного обґрунтування описує передумови, умови, конкретну програму дії і визначає фінансово-економічні умови і можливі результати реалізації проєкту.

Структура бізнес-плану не є жорстко регламентованою, при цьому схеми і розділи бізнес-плану, які використовуються в українській і зарубіжній практиці, фактично однакові і можуть розрізнятися тільки за формою подання і розташування частин.

Із загальноприйнятих у бізнес-плані розділів щодо прогнозування узагальнених економічних показників реалізації проєкту найбільше значення має план маркетингу.

У даному розділі дається оцінка ринкових можливостей підприємства. Обсяг збуту продукції з погляду прогнозування є найбільш важливим і складним, оскільки аналіз наявного ринку і політика формування рівня і структури попиту на продукцію визначають результати реалізації інвестиційного проєкту. Результати маркетингових досліджень є також базою для розробки довгострокової стратегії і тактики підприємства і визначають його потреби в ресурсах .

План маркетингу – єдине джерело інформації про комерційні результати проєкту, тому що без прогнозних обсягів реалізації продукції і можливих ринкових цін практично неможливо зробити висновок про обґрунтованість інвестиційних рішень. Виторг є основним результируючим показником, на

основі якого можуть бути реалізовані різні схеми оцінки ефективності інвестицій.

Третім елементом процедури обґрунтування прийняття інвестиційних рішень є комплексний аналіз проєктів, що доцільно проводити на основі коефіцієнтів, які характеризують інвестиційну привабливість проєктів.

Першорядним завданням під час оцінюванні інвестиційної привабливості проєктів є визначення критеріїв доцільності капіталовкладень. Аналіз літератури дав змогу виділити близько 50 коефіцієнтів для оцінки діяльності підприємства, оцінки структури капіталу тощо. На стадії обґрунтування прийняття інвестиційних рішень через практичну відсутність вихідної інформації не вдається розрахувати окремі групи коефіцієнтів, однак на даному етапі досить виділити певну групу, що дасть змогу оцінити узагальнюючі характеристики аналізованих проєктів

З цією метою, на нашу думку, варто виділити три групи показників, які характеризують:

- 1) ефективність капітальних вкладень;
- 2) ефективність використання акціонерного капіталу;
- 3) прибутковість капітальних вкладень.

Під час розрахунку критеріїв оцінки ефективності капітальних вкладень, наприклад, у українських умовах, основним варіантом для проєктів, у яких передбачається створення об'єктів з великим терміном служби (істотно перевищує розрахунковий період), є варіант розрахунку критеріїв для позикового капіталу з урахуванням амортизаційних відрахувань у потоці доходів і без обліку ліквідної вартості.

Для проєктів, у яких передбачається тільки заміна устаткування з терміном служби, близьким до тривалості розрахункового періоду (а це є окремим випадком), критерії визначаються для усіх витрачених засобів (позикових, власних) з урахуванням амортизаційних відрахувань і ліквідної вартості устаткування.

Водночас, поділяючи загалом точку зору автора, вважаємо за необхідне зробити низку уточнень.

1) Варіант розрахунку критеріїв для позикового капіталу обумовлений самою специфікою української економіки, оскільки існує дуже мало фірм, що мають власні фінансові ресурси, ціна яких порівняно з ринковою ціною кредитів істотно нижча. Така ціна може бути визначена втраченою вигодою від можливого альтернативного розміщення капіталу. Але, оскільки для умов реального інвестування втрачена вигода важко визначається, власні ресурси можна до певної межі вважати дешевими, тобто більшість підприємств, залучаючи для реалізації інвестиційних проєктів акціонерний капітал, повинна розглядати його як позиковий з потоком дивідендів.

2) Аналіз ефективності капітальних вкладень з урахуванням позикового капіталу повинен вироблятися за більш обґрунтованих вихідних умов.

Необхідно враховувати, що зниження середньозваженої вартості капіталу позитивно відбивається на ефективності прийнятого до використання інвестиційного проєкту.

При цьому дисконтований потік витрат позикового капіталу по кроках розрахункового періоду визначається наростаючим підсумком:

$$Z_t = \sum_{t=1}^{T_p} \frac{K_t}{(1+r)^t},$$

де K_t – сума позикових коштів, залучених на початку t -го періоду;

t – період (крок) дисконтування;

r – ставка дисконтування;

T_p – загальний період реалізації проєкту (під T_p у загальному вигляді розуміють період до початку експлуатації об'єкта).

Однак варто мати на увазі, що і під час експлуатації можливі витрати капітального характеру, які також необхідно враховувати.

Дисконтований потік доходів визначається так:

$$P_t = \sum_{t=1}^{T_{\text{exp}}} \frac{\Pi_t + A_t}{(1+r)^t},$$

де Π – сума чистого прибутку за t -ий період;

A_t – амортизаційні відрахування за t -ий період;

$T_{сл}$ – термін служби об'єкта.

Необхідно враховувати, що ставки дисконтування для формул (2) і (3) будуть різними з тієї причини, що витрати, як правило, здійснюються на початку періоду, а результати враховуються наприкінці. При допущенні, що доходи будуть отримані рівномірно за період t , необхідно застосовувати відповідні методи дисконтування, наприклад, безупинне чи на середину періоду. Тому з урахуванням (2) і (3) чистий дисконтований доход можна визначити на основі вираження:

$$NPV_t = \Pi_t - Z_t \cdot (4)$$

Відносно самостійним показником першої групи є запас фінансової стійкості, що визначається відношенням нерозподіленого прибутку до валового прибутку від продажу. Він характеризує здатність підприємства залучати кошти акціонерів для розвитку виробництва.

Переважна частина показників другої групи, які застосовують в економічній практиці для аналізу ефективності використання акціонерного капіталу, призначена для оцінки діючих підприємств. Для обґрунтування інвестиційних рішень рекомендується використовувати такі критерії:

1) дивіденди (у відсотках), що можуть бути за весь розрахунковий період з урахуванням періоду будівництва;

2) відносна зміна вартості акціонерного капіталу за ступенем кредитної заборгованості.

Крім цього, дуже важливим питанням під час оцінювання інвестиційної привабливості проекту є проблема оптимального співвідношення акціонерного і позикового капіталу, необхідного для реалізації проекту.

Це співвідношення витрат об'єктивно обумовлено техніко-економічними характеристиками проекту і сценарієм капіталовкладень. Зменшення частки акціонерного капіталу автоматично приводить до зовнішнього запозичення. При цьому слід зазначити, що в умовах економіки

вартість акціонерного капіталу є порівняною з вартістю кредитів, а акціонери, як правило, неохоче йдуть на реінвестування дивідендів.

Третя група показників, які застосовуються для оцінки прибутковості капітальних вкладень, включає 17 коефіцієнтів. У джерелах відзначається, що набір локальних показників може варіюватися залежно від галузі, цілей проєкту та інших факторів. При цьому найчастіше застосовуються чотири основні показники:

- 1) прибутковість капіталу;
- 2) валова маржа;
- 3) рентабельність;
- 4) фондвіддача.

Прибутковість капіталу визначається відношенням чистого прибутку до суми активів, виражених у відсотках. Валова маржа визначається відношенням вартості реалізованої продукції (за винятком собівартості і податку на додану вартість) до вартості реалізованої продукції.

Цей показник дає змогу визначити величину прибутку на покриття обов'язкових платежів, простежити взаємодію таких ринкових факторів, як ціна, обсяг виробництва, попит, і виражається, як правило, у відсотках.

Рентабельність реалізованої продукції визначається відношенням чистого прибутку до вартості реалізованої продукції і характеризує величину чистого доходу, отриманого підприємством на одиницю реалізованої продукції. Фондовіддача (або коефіцієнт оборотності активів) визначається відношенням вартості реалізованої продукції до ціни активів і показує, наскільки ефективно використовуються активи для збільшення продажу, тобто скільки разів за звітний період відбувся оборот активів в реалізації продукції. При цьому чим більше оборотів, тим краще використовуються активи.

Водночас система обґрунтування прийняття інвестиційних рішень, на думку автора, повинна бути доповнена розглядом методів ранжування інвестиційних проєктів.

Ранжування необхідно в двох ситуаціях: коли здійснюється вибір між взаємовиключними методами досягнення мети інвестування; у разі обмеження коштів для досягнення цієї мети.

Слід зазначити, що критерії, необхідні під час оцінювання проєктів, розрізняються залежно від ситуації, у якій знаходиться підприємство, а також від його галузевої приналежності. Звідси випливає неможливість одержання вичерпного універсального набору критеріїв ранжування.

Найбільш докладні переліки критеріїв, що враховуються під час ранжування проєктів, виділяють шість груп критеріїв:

- 1) цілі корпорації, стратегія, політика і цінності;
- 2) ринкові критерії;
- 3) науково-технічні критерії;
- 4) фінансові критерії;
- 5) виробничі критерії;
- 6) зовнішні й екологічні критерії.

Найбільш простим методом є складання переліку всіх критеріїв, які необхідно врахувати під час оцінювання інвестиційних проєктів. Однак його недолік полягає в тому, що критерії не мають відповідної оцінки, тобто вагомого значення.

Другий метод ранжування – це так званий профіль проєкту, де кожен із критеріїв має стандартну оцінку.

Під час складання профілю необхідно здійснити кількісний аналіз проєкту за кожним критерієм і порівняти результат аналізу з деяким еталонним значенням. Недолік методу полягає у відсутності чітких підходів до формальної оцінки вагомого значення кожного з розглянутих факторів.

Третій метод припускає створення системи бальної оцінки якостей проєкту, у якій окремим критеріям присвоюється бал відповідно до їх важливості.

Проект оцінюється за сумою балів, що і розглядається як ранг пріоритетності проекту. Цей метод не позбавлений суб'єктивності під час визначення ваги й оцінки факторів.

Зазначимо, що існує багато інших методів оцінки, але більшість з них базується на невеликій кількості оцінюваних факторів, що не забезпечує повноти оцінки і не рятує від відомої невизначеності .

Як зазначалося вище, ранжування інвестиційних проєктів здійснюється під час вибору між взаємовиключними методами досягнення мети за обмеженості коштів. Пояснимо, що під взаємовиключними інвестиціями ми розуміємо альтернативні способи досягнення однієї і тієї ж мети використання обмежених ресурсів, крім фінансів.

Однак саме обмеженість фінансових ресурсів найбільшою мірою характерна для умов української економіки.

Під обмеженням коштів розуміємо обмеженість фінансових ресурсів, що вимагає від підприємства раціонування капіталу, тобто розвитку в умовах обмеження обсягу доступних інвестицій, коли доводиться відмовлятися навіть від проєктів, що мають позитивну чисту поточну вартість.

Розрізняють три можливі випадки обмеження фінансових ресурсів, що впливають на методи ранжування проєктів:

- 1) короткостроковий дефіцит;
- 2) довгостроковий дефіцит;
- 3) абсолютне обмеження фінансових ресурсів.

За короткострокового дефіциту фінансових ресурсів передбачається, що кошти, не інвестовані фірмою в рамках розглянутого набору інвестиційних проєктів, можна вкласти в іншу сферу з прибутковістю, не нижчою за вартість капіталу самої фірми.

У цьому випадку ранжування може здійснюватися на підставі загальної величини вигоди, що одержить підприємство наприкінці періоду раціонування капіталу за рахунок використання всіх інвестиційних ресурсів, які воно мало

Більш складною проблемою є ранжування інвестиційних проєктів в умовах довгострокового дефіциту фінансових ресурсів, за яким необхідно прогнозувати можливу прибутковість розміщення вільних фінансових ресурсів на ринку капіталу в значно більшому тимчасовому інтервалі, ніж один рік.

Застосовуючи цей метод, не можна однозначно визначити переваги набору інвестиційних проєктів у тому випадку, коли їх більше, ніж два. Абсолютно очевидно, що в цих умовах необхідний більш глибокий аналіз, заснований на використанні стандартних загальноприйнятих показників – NPV, IRR, PI тощо.

Абсолютне обмеження коштів має місце тоді, коли в будь-який період часу підприємство або не має доступу до більших, ніж установлена межа, фондів незалежно відставок відсотка, які воно готове сплатити, або не бажає інвестувати більше деякого визначеного обсягу коштів.

З цього випливає, що реалізація даного проєкту приведе до відмови від доходу за іншим проєктом з більшим доходом, ніж ринкова ставка відсотка. У цьому випадку альтернативна вартість капіталу, вкладеного в будь-який конкретний проєкт, буде вищою від ринкової ставки відсотка, а існування проміжних потоків коштів може дати змогу інвестувати під більший відсоток, ніж ринкова вартість фондів.

У разі абсолютного обмеження коштів показник IRR останнього прийнятого до виконання проєкту може давати лише наближене значення альтернативної прибутковості, тому що фактична альтернативна прибутковість є втраченою вигодою в результаті прийняття заключного проєкту. При цьому слід зазначити, що вирішення проблеми прогнозування зміни ставки прибутковості в часі ускладнюється додатковим обмеженням – неможливістю орієнтуватися на рівень прибутковості альтернативного розміщення капіталу на вільному конкурентному ринку. Частіше як критерії ранжування використовуються показники NPV зі ставкою дисконтування, скоректованої на значення ризику, і показник IRR.

Однак труднощі ранжування полягають у тому, що два методи оцінки можуть дати різну пріоритетність розглянутих проєктів. Метод внутрішньої норми прибутку ранжує проєкти, починаючи з того, де цей показник найвищий, а метод чистої дисконтованої вартості – відповідно до зростання чистої дисконтованої вартості, розрахованої за даної ставки дисконту.

Ранжування за останнім методом може залежати від використаної ставки дисконту, тому що деякі проєкти можуть виявитися кращими за низьких ставок, а інші – за високих. При цьому розходження в оцінці не визначаються вихідними чи даними кваліфікацією аналітика, а обумовлені внутрішніми суперечностями самих критеріїв, протиріччя і порівняльна характеристика яких аналізуються в роботах.

Раніше зазначалося, що розходження в результатах оцінки за методом NPV і IRR обумовлені тим, що ставка дисконту, яку використовують під час визначення чистої приведеної вартості, вище оцінює більш пізні потоки коштів, ніж це відбувається під час застосування показника внутрішньої норми прибутку.

Якщо прийняти за основний критерій мети інвестування зростання доходів акціонерів (чи курсової ціни акцій), то виникає необхідність у розробці спеціальних підходів до ранжування проєктів.

На думку автора, оцінка впливу обсягу і сценаріїв реінвестування на зростання курсової ціни акцій можна приймати як базу ранжування інвестиційних проєктів. Вона ґрунтується на припущенні, що будь-який позитивний чистий потік коштів, який буде одержаний у процесі реалізації проєкту, може бути реінвестований відповідно до методу чистої дисконтованої вартості за ставкою відсотка, еквівалентного застосовуваному коефіцієнту дисконтування.

Але необхідно мати на увазі, що як сама процедура реінвестування, так і сценарії грошових потоків багато в чому визначаються техніко-технологічними характеристиками проєкту, прогнозними потребами в ресурсах тощо.

В основі цього методу ранжування лежить оптимізація набору проєктів за критерієм і здатністю забезпечити максимальний доход інвесторів. Метод реалізується на практиці в такий спосіб. Розробляються оптимальні сценарії нагромадження коштів від проєкту до деякої кінцевої дати з подальшим визначенням дисконтованої вартості цього обсягу коштів. Це допускається і тоді, коли підприємство не використовує власні фонди, а фінансує проєкт із позикових коштів. При цьому підприємство може використовувати проміжні потоки коштів для погашення позик, якими фінансувалися. Цей вид ранжування дає можливість оцінювати проєкт за показниками NPV чи IRR.

Висновки до розділу 1

Отже, використання методу внутрішньофірмової норми прибутку для ранжування проєктів тотожно припущенню, що будь-які проміжні потоки коштів від проєкту будуть реінвестовані за відсоток, який дорівнюватиме внутрішньофірмовій нормі прибутку проєкту, тоді як метод чистої дисконтованої вартості припускає, що ці потоки принесуть відсоток, який дорівнюватиме ставці дисконту.

Наявність проміжних потоків коштів ще не означає, що може бути прийнятий будь-який додатковий проєкт, який приносить доход, що перевищує ринкову ставку відсотка. Їх використання означає, що підприємство може фінансувати такі проєкти без запозичення на ринку, тому в умовах ринку капіталів проміжні потоки при реінвестуванні принесуть доход за поточною ставкою відсотка.

Таким чином, метод IRR дає правильну орієнтацію під час прийняття чи відхилення інвестиційних проєктів, тому що він використовується з оцінкою, альтернативною вартості фондів, однак альтернативна вартість фондів не входить у розрахунок відповідно до методу IRR, коли він застосовується для ранжування проєктів.

Отже, вибір між взаємовиключними проєктами здійснюється тільки шляхом порівняння їх внутрішньої норми прибутку, що узгоджується з висновками, де розглядаються проблеми ранжування інвестиційних проєктів.

Підсумовуючи вищесказане, слід зазначити, що формування системи обґрунтування прийняття реальних інвестиційних рішень вимагає подальших досліджень.

Таким чином, запропонована у роботі схема оцінки інвестиційних проєктів «загальна теорія очікуваної корисності – бізнес-планування – комплексний аналіз проєктів», на нашу думку, є виправданою.

РОЗДІЛ 2

ІНОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ : ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ

2.1 Поняття « інновація» та «інноваційний проєкт»

Поняття "інновація" в даний час набуло універсальний і міждисциплінарний характер, в рамках якого знання і інтелектуальний капітал є визначальним чинником розвитку будь-яких суспільних систем. Сутність поняття інновації розкривається, насамперед, в його визначенні, яке постійно змінюється і уточнюється, а також в існуючій класифікації видів інновацій. Для визначення суті інновацій розглянемо деякі визначення авторів у різних галузях знань, що змінюються в часі (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Визначення поняття "інновація"

Визначення	Автор,джерело
Інновація - це такий суспільний, технічний, економічний процес, який через практичне використання ідей і винаходів приводить до створення кращих за своїми властивостями виробів, технологій	Сан то Б.
Інновація - це процес реалізації нової ідеї в будь-якій сфері життєдіяльності людини, сприяючий задоволенню існуючої потреби на ринку і приносить економічний ефект	Бездудний Ф. Ф., Смирнова Г. А., Нечаєва О. Д.
Інновація - результат творчого процесу у вигляді створених (або впроваджених) нових споживчих вартостей, застосування яких вимагає від використовують їх осіб або організацій зміни звичних стереотипів діяльності і навичок. Поняття інновації поширюється на новий продукт або послугу, спосіб їх виробництва, нововведення в організаційній, фінансовій, науково-дослідній та інших сферах, будь-яке вдосконалення, що забезпечує економію витрат або створюють умови для такої економії	Завлін П. Н.
Інновація - це нововведення у виробничій і невиробничій сферах, в галузі економічних, соціальних, правових відносин, науки, культури, освіти, охорони здоров'я, у сфері державних фінансів, у фінансах бізнесу, в бюджетному процесі, в банківській справі, на фінансовому ринку, в страхуванні і т.д	Фінансовокредитний енциклопедичний словник / кол. авт. під ред. А. Г. Грязнова

Аналізуючи визначення поняття "інновація", сформульовані різними авторами, можна прийти до висновку про те, що існує розуміння того, що це, насамперед, результат інноваційної діяльності. Проте результат не може бути

отриманий без здійснення процесу будь-якої діяльності, отже, інновації доцільно визначати і в якості результату, і в якості процесу. Будь-яка діяльність - це процес зміни чого-небудь (отримання нового), який завжди призводить до певного результату. Інновації - введення у вжиток новий або значно покращений продукт (товар, послуга) або процес, новий метод продажів або новий організаційний метод у діловій практиці, організації робочих місць або в зовнішніх зв'язках. Інноваційна діяльність - діяльність (включаючи наукову, технологічну, організаційну, фінансову і комерційну діяльність), спрямована на реалізацію інноваційних проєктів, а також на створення інноваційної інфраструктури та забезпечення її діяльності.[8]

Інноваційний проєкт - комплекс спрямованих на досягнення економічного ефекту заходів щодо здійснення інновацій, у тому числі по комерціалізації наукових і (або) науково-технічних результатів. Інноваційна інфраструктура - сукупність організацій, що сприяють реалізації інноваційних проєктів, включаючи надання управлінських, матеріально-технічних, фінансових, інформаційних, кадрових, консультаційних та організаційних послуг. Отже, істотною особливістю інновацій є "нове і інше, відмінне від існуючого продукту або послуги". Крім того слід зазначити, що інновація не обов'язково повинна бути технічною і взагалі чимось речовим. Це може бути нова ідея організації послуг, яка повинна відповідати потребам і бажанням споживачів. Наприклад, ідея продажу товарів у розстрочку дозволила перетворити економіку. В даному випадку інновація створила нову цінність для споживача.

Інноваційна діяльність - це діяльність, що спрямована на використання та комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок і зумовлює випуск на ринок нових конкурентноздатних товарів та послуг. Вона містить: – випуск та розповсюдження нових видів техніки та технологій: – прогресивні міжгалузеві структурні зрушення; – реалізацію довгострокових науково-технічних програм з великими термінами окупності витрат; – фінансування фундаментальних досліджень для здійснення якісних змін у стані виробничих сил країни; – розробку і впровадження нових ресурсозберігаючих технологій,

спрямованих на покращення соціального стану населення, екологічної ситуації тощо. Інноваційна діяльність на підприємстві може здійснюватися у трьох видах: – впровадження нових виробів і технологій, які не є результатом власних розробок; – виділена участь в інноваційній діяльності; – спеціалізована діяльність підприємства як новатора. Інноваційний процес у різних сферах діяльності внаслідок розвитку науково-технічного прогресу може проходити різні, щодо тривалості та витрат, етапи. У виробничому (інвестиційному) середовищі цей процес проходить такі стадії:

- 1) сертифікація (патентування) ідеї;
- 2) наукове і техніко-економічне обґрунтування нового продукту або технології;
- 3) експериментальне освоєння зразків;
- 4) доведення до промислового виробництва;
- 5) одержання нового продукту у необхідному обсязі для його комерціалізації.

Враховуючи ці стадії, розрізняють три форми інноваційного процесу:

- простий внутрішньо організаційний (натуральний);
- простий міжорганізаційний (товарний);
- розширений.

Простий внутрішньо організаційний інноваційний процес - це процес створення і використання нововведення у межах однієї організації. Простий міжорганізаційний інноваційний процес передбачає відокремлення функцій створення і виробництва нововведення від функції його споживання. Це означає, що воно стає предметом купівлі-продажу. Розширений інноваційний процес знаходить своє відображення в появі нових виробників нововведення, у порушенні монополії виробника-початківця, що сприяє за допомогою взаємної конкуренції удосконаленню споживчих якостей товару.

Сьогодні в Україні головними напрямками розвитку інноваційного розвитку є:

- підвищення ролі наукових та технологічних факторів у подоланні кризових явищ у соціально-економічному розвитку України:
- створення ефективних механізмів збереження, розвитку та ефективного використання національного науково-технологічного потенціалу;
- технологічне переобладнання і структурна перебудова виробництва з метою нарощування випуску товарів, конкурентоспроможних на світовому та внутрішньому ринках;
- збільшення експортного потенціалу за рахунок наукоємних галузей виробництва, зменшення залежності економіки від імпорту;
- організаційне введення інноваційних факторів до процесу соціально-економічного розвитку держави;
- відродження творчої діяльності винахідників та раціоналізаторів виробництва;
- розвиток людини як особистості, збереження та захист її здоров'я.

2.2. Класифікація інновацій

Управління інноваційною діяльністю може бути успішним за умови тривалого вивчення інновацій, що необхідно для їх відбору й використання. Насамперед, необхідно розрізняти інновації й несуттєві видозміни в продуктах і технологічних процесах (наприклад, естетичні зміни, тобто кольори, дизайн тощо); незначні технічні або зовнішні зміни в продуктах, що залишають незмінними конструктивне виконання й не досить помітні впливи на параметри, властивості, вартість виробу, а також вхідних матеріалів і компонентів; розширення номенклатури продукції за рахунок освоєння виробництва продуктів, що не випускалися колись на даному підприємстві, але уже відомих на ринку, з метою задоволення поточного попиту й збільшення доходів підприємства. Новизна інновацій оцінюється за технологічними параметрами, а також з ринкових позицій. З урахуванням цього будується класифікація інновацій.

Перша класифікація інновацій, яка стала класичною і використовувалася до кінця 60-х років XX ст., належить Й. Шумпетеру:

1.Виробництво невідомого споживачам нового продукту або продукту з якісно новими властивостями;

2.Впровадження нового засобу виробництва, в основу якого покладено нове наукове відкриття або новий підхід щодо комерційного використання продукції;

3.Освоєння нового ринку збуту певною галуззю промисловості країни, незалежно від того, існував цей ринок раніше чи ні;

4.Залучення нових джерел сировини та напівфабрикатів, незалежно від того, існували ці джерела раніше чи ні;

5.Впровадження нових організаційних форм.

На сучасному етапі інновації класифікуються за різними ознаками:

За змістом відокремлюють:

– продуктові інновації (орієнтуються на виробництво і використання нових (поліпшених) продуктів у сфері виробництва або у сфері споживання);

– інновації процесу (нові технології виробництва продукції, організації виробництва та управлінських процесів);

– ринкові інновації (відкривають нові сфери застосування продукту або сприяють реалізації продукту чи послуги на нових ринках).

Продуктові інновації передусім спрямовані на створення нової споживчої цінності, що приваблює більшу кількість споживачів.

Інновації процесу, як правило, дають переваги у витратах, продуктивності, якості. Ринкові інновації розширюють межі ринку (сегменту), [9] на якому працює фірма. За ступенем новизни виділяють:

– базові (поява нового способу виробництва чи раніше невідомого продукту, які започатковують або дають імпульс розвитку нової галузі, наприклад, винайдення парового двигуна, атомної енергії, радіо, напівпровідників тощо);

– поліпшувальні (упровадження нових видів виробництв, що реалізують інноваційний потенціал базової інновації; вони дають змогу поширювати і вдосконалювати базові покоління техніки, створювати нові моделі машин і матеріалів, поліпшувати параметри продукції, що випускається);

– псевдоінновації (інновації, які залучаються фірмами у технологічний процес чи продукт, щоб затримати зниження норми прибутку і продовжити життєвий цикл поліпшувальної інновації, наприклад, зміна дизайну товару, матеріалу, з якого він виготовляється; зміна способу рекламування тощо).

Залежно від технологічних параметрів інновації підрозділяються на продуктові й процесні.

Продуктові інновації включають застосування нових матеріалів, нових напівфабрикатів і комплектуючих; одержання принципово нових продуктів.

Процесні інновації означають нові методи організації виробництва (нові технології). Процесні інновації можуть бути пов'язані зі створенням нових організаційних структур у складі підприємства (фірми). За типом новизни для ринку інновації поділяються на: нові для галузі у світі; нові для галузі в країні; нові для даного підприємства (групи підприємств).

Якщо розглядати підприємство (фірму) як систему, можна виділити:

1.Інновації на вході в підприємство (зміни у виборі й використанні сировини, матеріалів, машин й устаткування, інформації тощо);

2.Інновації на виході з підприємства (вироби, послуги, технології, інформація тощо);

3.Інновації системної структури підприємства (управлінської, виробничої, технологічної).

Залежно від глибини внесених змін виділяють інновації

– радикальні (базові);

– поліпшувальні;

– модифікаційні (часткові).

Перелічені види інновацій відрізняються одна від одної за ступенем охоплення стадій життєвого циклу. Існують три основні ознаки класифікації нововведень:

- за типом нововведення;
- за механізмом його реалізації;
- за особливостями інноваційного процесу

Таблиця 2.2

Класифікація інновацій	
Класифікаційна ознака	Вид інновації
За ступенем новизни	<ul style="list-style-type: none"> - Радикальні (базисні), які реалізують відкриття, великі винаходи і стають основою формування нових поколінь і напрямків розвитку техніки і технології; - На поліпшення, що реалізують середні винаходи; - Модифікаційні - спрямовані на часткове поліпшення застарілих поколінь техніки і технології, організації виробництва
По об'єкту застосування	<ul style="list-style-type: none"> - Продуктові, орієнтовані на виробництво і використання нових продуктів (послуг) або нових матеріалів, напівфабрикатів, комплектуючих; - Технологічні, націлені на створення і застосування нової технології; - Процесні, орієнтовані на створення і функціонування нових організаційних структур, як всередині фірми, так і на межфирменном рівні; - Комплексні, що представляють собою поєднання різних інновацій
За масштабами застосування	<ul style="list-style-type: none"> - Галузеві; - Міжгалузеві; - Регіональні; - В рамках підприємства (фірми)
З причин виникнення	<ul style="list-style-type: none"> - Реактивні (адаптивні), що забезпечують виживання фірми, як реакція на нововведення, здійснювані конкурентами; - Стратегічні, реалізація яких носить упереджувальний характер з метою отримання конкурентних переваг у перспективі
По ефективності	<ul style="list-style-type: none"> - Економічна; - Соціальна; - Екологічна; - Інтегральна

Крім того існує класифікація інновацій за критеріями в галузі економіки (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

Класифікація інновацій за економічним критеріями

Класифікаційна ознака	Вид інновації
За рівнем впливу на економіку	<ul style="list-style-type: none"> - Базові - засновані на наукових відкриттях і великих винаходи нових поколінь техніки і технології, їх накопичення призводить до нового технологічного рівню; - Поліпшуючі - сприяють дифузії, розчиненню базових інновацій; - Псевдоінновації - дозволяють шляхом незначної вдосконалення базових і поліпшують інновацій досягти максимальної їх ефективності. При цьому розширюються ринок збуту і сфера використання інновацій
За рівнем впливу на процес виробництва	<ul style="list-style-type: none"> - Розширюється - спрямовані на використання принципів і методів базових інновацій в інших економічних областях; - Заміщають - призначені для виробництва операцій
За рівнем впливу на фактори виробництва	<ul style="list-style-type: none"> - Локальні - сприяють зміні в якійсь із підсистем виробництва; - Комплексні - вимагають істотних змін в обладнанні, технології, кваліфікації працівників і т.д.
По області застосування	<ul style="list-style-type: none"> - Технологічні - це процес введення нових технологій, обладнання та матеріалів; - Організаційно-управлінські - сприяють розробці і впровадженню нової організаційної структури управління підприємством; - Економічні - використання не застосовуваних раніше систем і форм оплати праці, методів управління витратами виробництва; - Маркетингові - освоєння нових ринків і способів просування товару; - Соціальні - застосування раніше невикористовуваних методів мотивації праці;
З причин виникнення	<ul style="list-style-type: none"> - Стратегічні - носять перспективний характер і призначені для забезпечення конкурентоспроможності продукту або послуги підприємства, організації; - Реактивні - виникають як реакція на дії конкурентів і, так само як стратегічні, спрямовані на підвищення конкурентоспроможності товару або послуги

Наведена класифікація інновацій не тільки використовується для статистичних цілей, але і дозволяє позиціонувати продукцію на конкурентному ринку, оцінювати рівень власної конкурентоспроможності, розробляти стратегію розвитку, обґрунтовувати заходи щодо вдосконалення інноваційного менеджменту. Розширюючи уявлення про системний зміст інновацій, з погляду цільових і структурних змін на підприємстві В. В. Горшков і Е. А. Кретова запропонували виділити наступні види інновацій: – інновації на "вході" в підприємство, що передбачають цільове якісне і

кількісне зміна при виборі і використанні ресурсів (матеріалів, сировини, устаткування, інформації, кадрів тощо); – інновації на "виході" з підприємства, що припускають цільові якісні та кількісні зміни одержуваних результатів (продуктів); – інновації структури підприємства як системи, що включає в себе окремі елементи і взаємні зв'язки між ними, що передбачають цільові зміни виробничих, обслуговуючих та допоміжних процесів, пов'язаних між собою за якісними та кількісними параметрами, організації та способу забезпечення ефективного функціонування. У теорії інноваційного менеджменту виділяють загальну (традиційну) класифікацію інновацій та інноваційних продуктів, яка дасть можливість отримати досить повне уявлення про істотних особливостях інновацій, які мають універсальний характер. Загальну систему класифікації пропонують С. А. Агарков, Е. С. Кузнецова та М. О. Грязнова . На її основі ми склали табл. 2.4.

Таблиця 2.4

Система класифікаційних ознак, видів інновацій та інноваційних продуктів

Класифікаційна ознака	Вид інновацій та інноваційного продукту
Як джерело ідеї для інновації	Відкриття, наукова ідея, наукова теорія, явище; - Винахід, ряд винаходів, ліцензії; - Раціоналізаторські пропозиції
Вид нововведення	- Продукт, його конструкція або пристрій, система і механізм; - Технологія, метод, спосіб; - Матеріал, речовина; - Споруда, будівля, споруда, офіс, цех або ділянка, інше архітектурне рішення; - Інформаційний продукт (проект, дослідження, розробка, програма тощо); - Послуга
По областях застосування у виробничому процесі	- Науково-дослідні, які змінюють процес у сфері НДДКР; - Технічні або продуктові, які з'являються зазвичай у виробництві продуктів з новими або покращеними властивостями, ведуть до зміни технологій ділових процесів у споживача; - Технологічні, які виникають при застосуванні поліпшених, більш досконалих способів виготовлення продукції, ведуть до зміни технологій ділових процесів споживача; - Інформаційно-комунікаційні, які ведуть до зміни технологій обробки інформації та технології зв'язку у споживача; - Маркетингові, які ведуть до змін у дослідженні ринків і роботі на них, змінам брендів товарів і організацій; - Логістичні, які ведуть до змін у сфері організації руху потоків, постачанні та збуті.

Таким чином, розглядаючи різні підходи до класифікації інновацій, необхідно враховувати, що узагальнення і систематизація класифікаційних ознак і створення на їх основі науково обгрунтованої класифікації інновацій має істотну практичну значимість, оскільки володіє потенційною здатністю дати детальне уявлення про характеристики того чи іншого виду нововведення. Така об'ємна інформація про види інновацій та їх утриманні дозволяє мати повне уявлення про істотних особливостях інновації як визначального фактора, результату і процесу змін у політичній та соціально-економічного життя людини.

2.3. Інноваційний проєкт, як складна форма організації інноваційної діяльності та управління інноваціями

Протягом останніх років була сформована нова наукова дисципліна - управління інноваційними проєктами. Вона являє собою підрозділ теорії управління соціально-економічними системами, який вивчає способи, форми і засоби ефективного управління інноваціями та інноваційними проєктами. Інноваційний проєкт, як і будь-який проєкт, є складною формою організації інноваційної діяльності та управління інноваціями.

Інноваційний проєкт включає в себе:

- Форму цільового управління інноваційною діяльністю.
- Процес здійснення інновацій.
- Сукупність документів.

Інноваційний проєкт - проєкт, змістом якого є проведення прикладних наукових досліджень і (або) розробок, їх практичне використання у виробництві та реалізації. До інноваційного проєкту, наприклад, відносять комплексний план дій, націлений на створення або зміну конкретної системи за допомогою перетворення нововведення в нововведення і передбачає для його реалізації певні умови (терміни, фінанси, устаткування, методи організації і т.д.) [1] Інноваційний проєкт завжди пов'язаний з інвестиціями, і часто його називають інноваційно-інвестиційним проєктом. У підприємницькому середовищі інноваційний проєкт визначають як бізнес-проєкт інноваційної діяльності підприємства (фірми) з метою її модернізації

та підвищення конкурентоспроможності на цільовому ринку. Інноваційний проєкт можна розглядати в якості процесу цілеспрямованої зміни або створення нового продукту, нової технологічної, виробничої або соціально-економічної системи. В даний час в науковій та навчальній літературі існують різні класифікації видів інноваційних проєктів. Види інноваційних проєктів наведені в таблиці 2.5.

Таблиця 2.5

Види інноваційних проєктів

Критерії	Види
За рівнем вирішення проблем	<ul style="list-style-type: none"> - Міжнародні; - Республіканські; - Регіональні; - Галузеві; - Окремого підприємства
За характером цілей проєкту	<ul style="list-style-type: none"> - Кінцеві - відбивають мети, вирішення проблеми в цілому; - Проміжні
За періодом реалізації	<ul style="list-style-type: none"> - Довгострокові (більше 5 років); - Середньострокові (до 5 років); - Короткострокові (1-2 роки)
За типом інновацій	Створіть нового: <ul style="list-style-type: none"> - Продукту; - Методу виробництва; - Ринку; - Джерела сировини; - Структурного управління
За масштабністю вирішуваних завдань	<ul style="list-style-type: none"> - Монопроєкти - проєкти, що виконуються, як правило, однією організацією або навіть одним підрозділом; відрізняються постановкою однозначної інноваційної мети (створення конкретного виробу, технології), здійснюються в жорстких часових і фінансових рамках, потрібно координатор або керівник проєкту; - Мультипроєкти - представляються у вигляді комплексних програм, що поєднують десятки монопроєктів, спрямованих на досягнення багатьох інноваційних цілей (створення науковотехнічного комплексу, рішення великої технологічної проблеми тощо); потрібні координаційні підрозділи;
По виду задоволення потреб	Орієнтований: <ul style="list-style-type: none"> - На задоволення існуючих потреб; - Створення нових потреб

Всі інноваційні проєкти часто поділяють на дослідні та венчурні (ризикові). Венчурні інноваційні проєкти різняться за рівнем науковотехнічної значущості: -модернізаційний - лежать в основі технології не змінюються кардинально. Приміром, розширення асортименту продукції, установка більш

потужного технічного засобу, підвищення продуктивності обладнання або праці і т.п. ;

- новаторський (поліпшують інновації) - конструктивно новий виріб істотним чином відрізняється від колишнього за складом елементів, тобто додаються нові якості. Наприклад, введення засобів автоматизації виробництва, нових методів організації праці, діловодства і т.п. ;

- випереджаюче (базисні інновації) - заснований на впровадженні випереджальних технічних і технологічних рішень. Наприклад: мережеві технології, нанотехнології;

- піонерний (базисні інновації) - розробляються зовсім нові матеріали, технологічні рішення і конструкції для виконання аналогічних або абсолютно нових функцій. Наприклад: ЕОМ, Інтернет, біотехнології.

Отже, всі види інноваційних проєктів можна визначити як систему пов'язаних програм, які забезпечують ефективне досягнення певних інноваційних цілей, і узгоджених за використанням ресурсами, термінів, учасникам і документам. Дослідженням і розробкою інноваційних проєктів займаються в інноваційному менеджменті в якості важливої складової реалізації інноваційної діяльності. Створення будь-якого інноваційного проєкту вимагає виділення певного обсягу фінансування і, отже, проведення процедури експертизи. У аналізі інноваційних проєктів є свої особливості. Неможливо використовувати тільки стандартні методики проєктування, необхідне поєднання якісних і кількісних методів порівняльного аналізу проєктів, побудови багатofакторних моделей. Саме тому застосовують різні методи і підходи: кореляційний, інвестиційний, фінансовий аналіз, методи моделювання і прогнозування і т.д. Інноваційні проєкти характеризуються високим ступенем ризиків на всіх стадіях здійснення. Вони не застраховані від появи в будь-який момент конкурентної новації або конкурентного продукту. Крім того вони пов'язані з процесами інвестування, які теж володіють певними ризиками і можуть накладатися на інноваційні ризики, про які буде сказано пізніше.

Розробка інноваційного проєкту - займає час, що вимагає значних вкладень, ризикований процес. Будь-який проєкт від моменту виникнення ідеї до повного свого завершення проходить певні етапи розвитку. Сукупність усіх фаз та етапів розвитку прийнято називати життєвим циклом проєкту.

Життєвий цикл ділять на фази, фази - на стадії, стадії - на етапи. Стадії життєвого циклу можуть відрізнятися в залежності від сфери діяльності та прийнятої системи організації робіт. Прийнято виділяти початкову стадію (передінвестиційну фазу), стадію реалізації проєкту і стадію завершення робіт за проєктом (інвестиційну фазу). Визначення життєвого циклу розвитку проєкту є одним з найважливіших факторів для організації та управління проєктом, оскільки саме поточна стадія визначає завдання і види діяльності менеджера, використовувані методики та інструментальні засоби. На передінвестиційній фазі здійснюються дослідження умов і планування проєкту, розробка документації та підготовка до реалізації. Ця фаза тісно пов'язана зі сферою бізнесу і факторами зовнішнього середовища, які безпосередньо впливають на визначення параметрів інноваційного проєкту. Тому попередній аналіз всіх факторів зовнішнього середовища так важливий для створення інноваційного проєкту. На інвестиційній фазі здійснюються укладення контрактів, розробка планів робіт, реалізація проєкту і його завершення. У заключній фазі, коли вже отримана продукція, проєкт пов'язаний з ринком збуту. Основними учасниками інноваційного проєкту є:

- 1) замовник - майбутній власник і користувач результатів проєкту (юридичні, фізичні особи);
- 2) інвестор - юридичні, фізичні особи, які вкладають гроші (замовник та інвестор можуть збігатися);
- 3) проєктувальник - розробник проєкту;
- 4) постачальник - організація, яка забезпечує матеріально-технічне забезпечення;
- 5) керівник проєкту - юридична особа, якій замовник делегує повноваження по керівництву робіт за проєктом;

б) команда проекту, створиться на період робіт

Розробка інноваційного проекту включає наступні етапи.

- Формування ідеї;
- Маркетингові дослідження та розробка параметрів кінцевої мети

проекту;

- Визначення "дерева цілей" і "дерева робіт";
- Аналіз невизначеності та ризиків;
- Вибір життєздатного варіанта реалізації проекту.

Древообразная структура дозволяє розподілити загальний обсяг робіт за проектом. Комплекс взаємозв'язків між роботами часто називають логічною структурою проекту, оскільки він визначає послідовність виконання робіт.

Системне структурування дозволяє вирішити наступні завдання:

- 1) декомпозувати об'єкт на окремі блоки, з метою поліпшення керованості;
- 2) розподілити відповідальність;
- 3) оцінити необхідність ресурсів (тимчасових, матеріальних, інших);
- 4) створити єдину базу, що дозволяє спланувати, скласти і контролювати виконання кошторисів;
- 5) організувати бухгалтерський облік проектних робіт;
- 6) перейти від загальних цілей до конкретних завдань.

Створення і реалізація інноваційного проекту включає наступні етапи:

- Виникнення і формування інноваційної ідеї;
- Аналіз можливостей по створенню інновації;
- Підготовка договірної документації; підготовка проектної документації;
- будівельно-монтажні роботи;
- Експлуатація об'єкта;
- Розрахунок і контроль фінансово-економічних показників.

Метою розробки інноваційного проекту є зміна стану підприємства (фірми) для підвищення його конкурентоспроможності. Тому в процесі

підготовки і розробки інноваційного проєкту треба бути гранично передбачливими і використовувати для проведення аналітичних процедур весь обсяг інформаційних баз.

Документально оформлений кожен інноваційний проєкт повинен містити наступні основні розділи:

Розділ 1. Можливості фірми (резюме).

Розділ 2. Визначення інноваційного проєкту (цілі та завдання).

Розділ 3. Характеристика товарів (послуг).

Розділ 4. Ринки збуту товарів (послуг).

Розділ 5. Конкуренція на ринках збуту.

Розділ 6. План маркетингу.

Розділ 7. План виробництва.

Розділ 8. Організаційний план.

Розділ 9. Юридичне забезпечення проєкту.

Розділ 10. Економічний ризик і страхування.

Розділ 11. Стратегія фінансування.

Розділ 12. Фінансовий план.

Додаток.

Зміст представлених розділів формується на основі стратегії інноваційного розвитку організації. Проєктування інноваційних перетворень передбачає певну послідовність у виборі і реалізації стратегії інноваційної діяльності: від постановки мети до її практичної реалізації. Управління інноваційними проєктами відрізняється від управління інвестиційними проєктами тим, що вимагає більш детальної оцінки ризиків і вибору шляхів їх зниження, а також можливості використання засобів венчурного фінансування. З метою обґрунтованості спланованого обсягу фінансування необхідно розробити економічне обґрунтування - бізнес-план. У бізнес-плані описуються основні елементи інноваційного процесу, сам продукт, етапи виробництва та реалізації, оцінюються ризики і стан ринку, розраховуються економіко-фінансові показники проєкту тощо. За змістом бізнес-плани

розрізняються залежно від специфіки інноваційного проєкту: розглядається товар або послуга, який масштаб проєкту.

Бізнес-план включає в себе наступні розділи.

1. Вступна частина. Коротко і стисло описуються всі істотні аспекти проєкту. У її зміст включають: назва підприємства, адреса його місцезнаходження, організаційно-правову форму, склад учасників, даються основні характеристики проєкту, його цілі і завдання, вартість і запитовані обсяги фінансування.

2. Аналіз стану справ у галузі робіт, що проводяться за проєктом. Аналізується стан споживчих ринків, на які компанія планує вийти, порівняно оцінюються конкурентні переваги і недоліки пропонованого до виробництва продукту, аналізуються потенційні групи попиту.

3. Сутність запропонованого проєкту. Дається повний і детальний опис продукту або послуги, із зазначенням всіх особливостей і унікальності.

4. Аналіз ринку. Визначаються цільові ринки (ринок, сегмент ринку) і можливі споживачі. Описується маркетингова стратегія виходу на ринок.

5. Виробничий план. Описуються виробничі та технологічні процеси, обладнання, характеристики фахівців та інші пов'язані з виробництвом і реалізацією продукції питання.

6. Організаційний план. Описуються організаційна структура організації, схеми організації продажів, структура і кваліфікація персоналу.

7. Оцінка ступеня ризику. Проводиться ідентифікація ризиків, визначаються основні характеристики ризиків, пов'язані з реалізацією проєкту, визначається наявність реальних і потенційних загроз, які становлять небезпеку для підприємства, проводиться їх оцінка і визначаються можливості подолання ризикових ситуацій.

8. Фінансовий план. Описуються планові розрахункові показники по виручці і видатках з урахуванням сприятливих і несприятливих результатів та інфляційних очікувань, податкові відрахування, формується план доходів і

витрат на 1-5 років, розраховуються фінансові показники (NPV, IRR, індекс рентабельності та ін.).

9. Додатки. Представлений матеріал з розкриття особливостей змісту інноваційного проєкту дозволяє зробити наступні висновки:

- інноваційний проєкт розкриває зміст інноваційної діяльності та визначає структуру інноваційного процесу;

- розробка інноваційного проєкту вимагає реалізації великого обсягу аналітичних процедур;

- інноваційний проєкт є комплексом різних документів (програм), які мають між собою системну зв'язок по цілях, засобам і результатами.

Висновки до розділу 2

Аналізуючи визначення поняття "інновація", сформульовані різними авторами, можна прийти до висновку про те, що існує розуміння того, що це, насамперед, результат інноваційної діяльності. Проте результат не може бути отриманий без здійснення процесу будь-якої діяльності, отже, інновації доцільно визначати і в якості результату, і в якості процесу. Будь-яка діяльність - це процес зміни чого-небудь (отримання нового), який завжди призводить до певного результату. Таким чином, інновації - введений у вжиток новий або значно покращений продукт (товар, послуга) або процес, новий метод продажів або новий організаційний метод у діловій практиці, організації робочих місць або в зовнішніх зв'язках. Інноваційна діяльність - діяльність (включаючи наукову, технологічну, організаційну, фінансову і комерційну діяльність), спрямована на реалізацію інноваційних проєктів, а також на створення інноваційної інфраструктури та забезпечення її діяльності. Інноваційний проєкт - комплекс спрямованих на досягнення економічного ефекту заходів щодо здійснення інновацій, у тому числі по комерціалізації наукових і (або) науково-технічних результатів. Отже, істотною особливістю інновацій є "нове і інше, відмінне від існуючого продукту або послуги". Інноваційний проєкт завжди пов'язаний з інвестиціями, і часто його називають інноваційно-інвестиційним проєктом. У підприємницькому середовищі

інноваційний проєкт визначають як бізнес-проєкт інноваційної діяльності підприємства (фірми) з метою її модернізації та підвищення конкурентоспроможності на цільовому ринку. Всі види інноваційних проєктів можна визначити як систему пов'язаних програм, які забезпечують ефективне досягнення певних інноваційних цілей, і узгоджених за використанням ресурсами, термінів, учасникам і документам.

РОЗДІЛ 3

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ОЛІЙНО-ЖИРОВОЇ ПРОДУКЦІЇ НА ПІВДНІ УКРАЇНИ В АСПЕКТІ ПІДВИЩЕННЯ ЇХ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ЗА РАХУНОК ВПРОВАДЖЕННЯ ЇХ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЄКТІВ

Ринок олії в країні має розвинуту конкуренцію та є досить динамічним, що зумовлено потужною сировинною базою. Протягом останніх років експорт соняшникової олії постійно зростає і характеризується найвищим рівнем конкурентоспроможності на світовому ринку. Все це доводить, що олійно-жирова промисловість є стратегічною галуззю економіки України, а тому дослідження конкурентоспроможності її підприємств, їх сильних та слабких сторін, можливостей та загроз є досить актуальним.

Ринкова економіка вимагає від менеджменту підприємства вирішення складних ринково-комерційних та виробничо-технологічних, що є неможливим без оцінки конкурентоспроможності. Зокрема однією з складових такої оцінки є аналіз сильних та слабких сторін підприємства, які є важливим інструментом для забезпечення балансу між підприємством і зовнішнім середовищем. Для забезпечення конкурентоспроможності підприємства на ринку менеджерам необхідно діагностувати, як поведе себе підприємство на ринку в довгостроковій перспективі і зосередити свою увагу на майбутніх загрозах і можливостях. Підприємства олійно-жирової промисловості здатні конкурувати не тільки між собою, але й на світовому ринку. Світове споживання жирів щороку збільшується, а географія експорту продуктів, соняшнику та соняшникового комплексу з України розширюється. Таким чином, дослідження її конкурентоспроможності підприємств олійно-жирової галузі допоможе зміцненню позицій вітчизняних підприємств серед конкурентів.

Виробниками соняшникової олії в Україні є понад 70 підприємств, водночас десять найбільших компаній займають більше ніж половину всього ринку

Для цілей аналізу використано стандартні інструменти оцінки узагальнених продовольчих балансів за методологією FAO: SSR (selfsufficiency ratio) – коефіцієнт самодостатності внутрішнього виробництва; IDR (import dependenci ratio) – коефіцієнт залежності від імпорту.

При цьому:

$$SSR = \text{"виробництво"} / (\text{"виробництво"} - \text{"експорт"} + \text{"імпорт"});$$

$$IDR = \text{"імпорт"} / (\text{"виробництво"} - \text{"експорт"} + \text{"імпорт"}).$$

Проблеми сегментування ринка є ключовими при організації маркетингової діяльності. У підприємства може не вистачити ресурсів для того щоб працювати на всьому ринку, і тому воно шукає доходний сегмент, який відповідає її ресурсам і можливостям.

Успіхи підприємства на доходному сегменті підвищують його конкурентоспроможність. Бажання отримати максимально можливий прибуток при обмежених ресурсах примушує підприємство шукати таких споживачів які забезпечили б йому досягнення цілей в найкоротші строки і з найменшими затратами.

Одним з важливих напрямків маркетингової діяльності є комплексне дослідження ринку, його учасників, сегментів галузевої структури. Такі маркетингові дослідження дозволяють здійснювати прогнозування розвитку ринкової ситуації, на основі якого можлива розробка відповідних заходів для маркетингового впливу на ринок з ціллю забезпечення ефективної виробничо-збутової діяльності підприємств. Ринкове середовище у відповідному сегменті загальнонаціонального ринку визначається учасниками ринкової взаємодії яких можна поділити на три групи: виробникипродавці; споживачі-покупці; допоміжні суб'єкти ринку, що забезпечують функціональну взаємодію перших двох суб'єктів ринку. Однак, ринок може бути створений і при тих же суб'єктах але з іншим об'єктом ринкових взаємовідносин. Розглядаючи ланцюг створення цінностей від першого виробника в технологічному ланцюгу до виробника кінцевого цільового продукту можемо спостерігати створення специфічних ринків сировини, напівфабрикатів, побічної продукції.

Визначення цих ринків дасть можливість покращити маркетингове планування, чітко визначити сегменти споживачів і методи маркетингового впливу на них з боку підприємств, що знаходяться всередині технологічного ланцюжка виробництва кінцевої продукції.

Незважаючи на загальне признання значимості та широке використання маркетингового сегментування в підприємницькій діяльності, багато підприємств неефективно використовують потенціальні можливості сегментування товарів та споживачів на ринку. Досвід найбільш успішних компаній, які працюють на споживчих, промислових та міжнародних ринках, свідчить, що ефективне маркетингове сегментування дозволяє підвищувати ймовірність сприятливих результатів реалізації на ринку товарів та послуг, знижувати витрати і можливість невдач нових продуктових пропозицій.

Основою розробки любых рішень стосовно маркетингової стратегії служить сегментування ринку, тобто розподіл його на більш дрібні та однорідні ринки для налагодження більш ефективного комунікаційного процесу з наявними та потенційними споживачами. Визначення сутності споживачів, їх запитів є самим важливим рішенням, яке приймається любым підприємством, оскільки умови роботи зі споживачами і необхідність виконувати відповідні зобов'язання по відношенню до них будуть визначати витрачені грошові кошти, бізнес-стратегію, організаційну структуру підприємства. Маркетолог повинен адаптувати товарну пропозицію, розробити цінову політику, комунікаційну політику і систему дистрибуції у відповідності з потребами, запитами своїх споживачів у визначених сегментах ринку. Потім, визначивши ринкові цілі сегментів, підприємство повинно прийняти рішення про позиціонування у вибраних сегментах, тобто сформулювати свою пропозицію цінності, яка відображала б бачення підприємства споживачами і її відмінність від конкурентів .

Приведене обґрунтування важливості маркетингового сегментування підтверджується різними вітчизняними та закордонними вченими. Зокрема визначення поняття сегментації у всіх авторів схоже. Так, Старостіна А.О.

стверджує, що сегментація – це систематизований процес розподілу потенційного ринку на групи споживачів, що мають схожі потреби, мотивації щодо прийняття рішень про купівлю певного товару або послуги; рівень доходу та доступ до ринку. Ассель Г. визначає сегментацію як поділ ринку на групи споживачів з подібними потребами та задоволенням цих потреб за допомогою маркетингових заходів. Він, також, приводить аргументи щодо доцільності сегментування.

По-перше, сегментування дозволяє компаніям акцентувати увагу на потребах покупців. Якщо ринки сегментовані, то компанія може розробляти особливі товари, стратегії їх просування, системи розподілу і ціни для кожного сегмента.

По-друге, сегментування стимулює розробку нових товарів.

По-третє, сегментування допомагає компаніям розробити ефективний комплекс маркетингу. Розуміння потреб сегмента дозволяє вдосконалити рекламні стратегії.

Четвертим достоїнством стратегії сегментування є сприяння більш ефективному розподілу маркетингових ресурсів між різними товарами. Войчак А.В. і Федорченко А.В. в своїй роботі показують, що вимоги до розміру сегмента ринку мають співвідноситись з вимогами щодо його перспективності в майбутньому. Основоположник маркетингу Котлер Ф. ідентифікує цільовий ринок на чотирьох рівнях: сегменти, ніші, регіональні ринки та індивідууми. Хруцкий В.Є. і Коренева І.В. вважають, що сегмент ринка – це група споживачів, що мають один або кілька загальних стійких признаков, які визначають поведінку споживачів на ринку. Признаками сегментування визначають однотипові відмінності в характеристиках окремих споживачів, які можуть бути відповідним чином виміряні, оцінені, і на їх основі споживачі можуть бути об'єднані в групи. Розрізняють признаки сегментації на три види відповідно до об'єктів сегментації: – сегментація по споживачах – розподіл всіх потенційних споживачів по групах, що характеризуються спільними стійкими признаками і показниками, які можуть

конкретизувати значення кожного признаку: географічному, демографічному, психографічному, поведінковому; – сегментація по параметрах продукту – розподіл товарів (послуг), що виробляються підприємством по їх функціональному призначенню та інших параметрах, що є важливими для успішного просування на ринку. Тут признаками сегментації можуть бути: ціна (ціновий діапазон); набір додаткових послуг; функціональні параметри; технічні параметри; – сегментація по каналах збуту – це визначення числа і місткості однотипних торгових точок, торгових посередників, через яких можуть бути реалізовані вироби або послуги даної фірми. В своїй статті Вінд Й. , розкриваючи зміст сегментування, наголошує, що сегментування ринку тільки по споживачах не є повним.

Сучасна концепція розширюється на всі різноманітні аудиторії, на всіх зацікавлених у діяльності фірми. Таке бачення стратегії сегментування може допомогти взаємодії фірми з іншими зацікавленими групами, наприклад, з постачальниками, персоналом по обслуговуванню, державними агентами, посередниками, що по сутності своїй часто бувають різноманітними. Для моделювання та оптимізації пропонується гнучке або еластичне сегментування, де, в порівнянні з апріорним сегментування, коли сегменти визначаються по признаках, що пропонуються на початку дослідження, та кластерним сегментування, коли вибрані сегменти формуються за результатами кластерного аналізу, моделі гнучкого сегментування передбачають динамічний підхід. При цьому розробляється і перевіряється велика кількість різних сегментів, кожен з яких включає споживачів або організації зі схожим сприйняттям нових продуктів. Основними даними для створення імітаційних моделей є наступні: корисність різних факторів і рівнів для кожного респондента; сприймаємі відмінності або ранжування існуючих марок з точки зору деякого набору атрибутів; набір демографічних та інших вихідних характеристик. Для проведення сегментування часто використовують гніздовий метод поетапної сегментації . Згідно з цим методом, першим етапом є аналіз більш загальних макроознак сегментації,

потім – змінних факторів виробництва, потім – ситуаційних факторів, особистих характеристик.

Широкою різноманітністю об'єктів ринкових взаємовідносин від сировини до кінцевої споживчої продукції характеризується, зокрема, харчова промисловість АПК . Особливо динамічний розвиток має олійно-жировий комплекс України. В залежності від величини підприємства або об'єднання підприємств охоплюється більша чи менша величина технологічного ланцюжка виготовлення кінцевої продукції з відповідним випуском товарної продукції, як кінцевої, так і проміжної що створює окремі сегменти споживачів олійно-жирової продукції.

Першою і забезпечуючою ланкою технологічного ланцюжка створення олійної продукції є сільськогосподарські підприємства які займаються вирощуванням олійного насіння (рис.3.1). Майже всі фермерські господарства незалежно від величини і форми власності можуть вирощувати олійне насіння таких основних культур як соняшник, ріпак, соя. Залежно від природно-кліматичних умов розміщення фермерських господарств визначається доцільність вирощування тої чи іншої культури. Розвиток виробництва олійного насіння, в основному, здійснюється на екстенсивній основі за рахунок розширення площ посіву олійних культур. Сільгоспвиробники є учасниками ринку олійної сировини на внутрішньому ринку олійної продукції, де реалізують продукцію через елеватори або напряму з господарств посередникам, чи олійнодобувним підприємствам. Виходу на міжнародні ринки, як правило, невеликі фермерські господарства не мають через складність процесу здійснення експортних операцій, невелику кількість олійної сировини у господарствах і дію експортного мита, що суттєво зменшує прибутковість подібних експортних операцій.

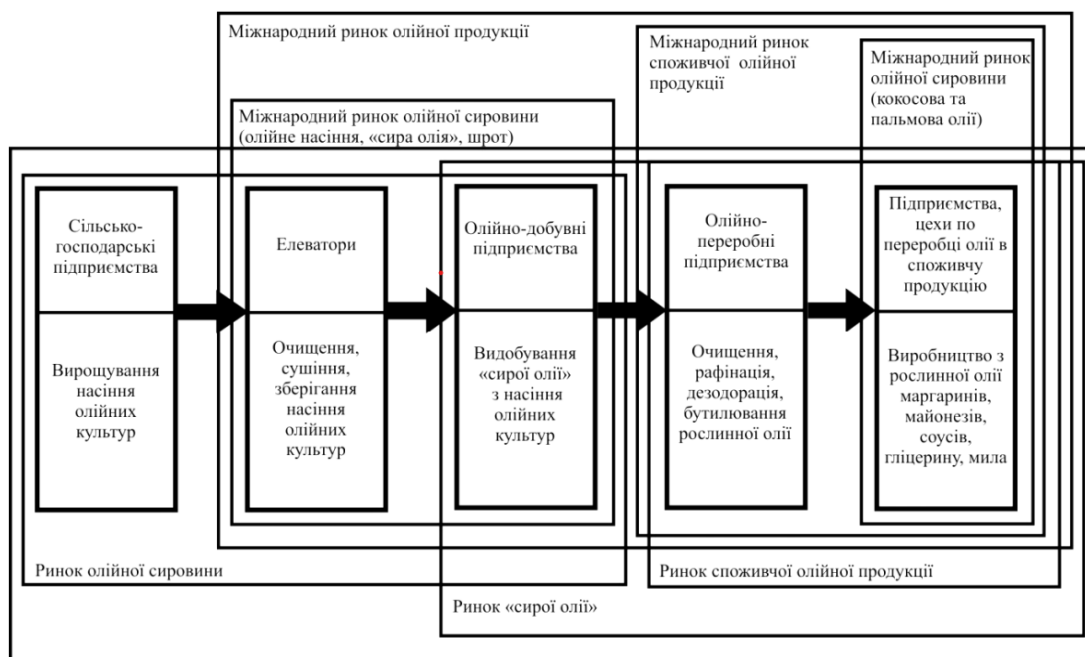


Рис. 3.1. Сегментування ринку на технологічному ланцюгу виробництва олійної продукції

Другою ланкою в ланцюжку виступають спеціалізовані зернозберігаючі підприємства – елеватори.

Сезонність виробництва олійного насіння вимагає наявності спеціалізованих накопичуючих та зберігаючих терміналів для забезпечення сировиною олійнодобувних підприємств на протязі року.

Олійне насіння, що надходить на елеватори, додатково доочищується, сушиться і зберігається з дотриманням необхідних технологічних умов. Олійне насіння, що зберігається на елеваторах, має відповідні кондиції і, як товар, готове для відвантаження на експорт або олійно-добувним підприємствам для переробки. Дія експортного мита в розмірі 17% від індикативної ціни на олійне насіння та проблеми з поверненням ПДВ експортерам на даний час не дозволяють інтенсивно вивозити насіння соняшнику і воно в переважній більшості потрапляє на олійно-добувні підприємства, які є третьою ланкою технологічного ланцюжка створення кінцевої олійної продукції. На цих підприємствах екстракційним або пресовим методами з олійного насіння видобувають так звану «сирю» олію, яка потім у

вигляді олійної сировини для подальшої доробки експортується або поступає на олійно-переробні підприємства.

Сегментація ринку проводиться з метою максимального задоволення попиту споживачів в різних товарах' а також раціоналізації витрат підприємства-виробника на розробку програми виробництва, випуск і реалізацію товару.

Об'єктами сегментації є передусім споживачі. Виділені особливим чином, які володіють певними ознаками, вони становлять сегмент ринку.

В процес сегментації ринку продуктів переробки соняшника доцільно включати кілька етапів. На першому етапі формування критеріїв сегментації рекомендується визначати споживачів соняшникової олії, яка є основним продуктом переробки соняшника.

До споживачів відносяться населення, переробні підприємства по виробництву маргаринової продукції та майонезу, підприємства консервної та рибної галузей, підприємства по випуску лаків, фарб, мила та інших матеріалів, які розташовані по всій території України.

В зв'язку з цим в якості критеріїв сегментації доцільно застосувати географічні та соціально-економічні.

До географічних ознак в даному випадку слід віднести поділ України на регіони до соціально-економічних рівень доходу населення.

Наступним етапом сегментації ринку є вибір метода сегментації. В нашому випадку найбільш раціональний метод групувань W/Y. Він передбачає послідовний поділ споживачів на підгрупи за найбільш важливими ознаками) Споживачів соняшникової олії України слід поділити на споживачів внутрішнього та зовнішнього ринку. В свою чергу споживачами внутрішнього ринку є населення та переробні підприємства.

Населення, як споживачі ділиться по регіонам і доходам. Переробні підприємства АПК як споживачі виробляють з нерафінованої олії маргаринову продукцію, майонез, рафіновану та дезодоровану олію. Їх продукція

споживається населенням. В цьому випадку населення, як споживачі, також ділиться по регіонам і доходам.

На основі вище зазначеного на рисунку, представлена схема послідовного поділу споживачів по методу АІД (автоматичний детектор взаємодії)

Третім етапом процесу сегментації є інтерпретація профілів груп споживачів. З однієї сторони, ці групи характеризуються певними споживчими запитами та перевагами, з другої сторони вони достатньо однорідні по соціально-економічним і демографічним ознакам.

Споживачів продукції підприємств олійно-жирової галузі рекомендується класифікувати по наступним узагальненим типам

А- споживачі з низьким рівнем доходу

Б-споживачі з середнім рівнем доходу

В-споживачі з високим рівнем доходу

Тип А споживає здебільше нерафіновану олію та дешеві види маргаринової продукції

Тип Б використовує в харчуванні поряд з нерафінованою рафіновану та дезодоровану олію, маргаринову продукцію та майонез

Тип В віддає перевагу рафінованій та дезодорованій олії, маргаринам та майонезам з вишуканим смаком.

На основі статистичних даних W04Y проведена сегментація ринку нерафінованої та фасованої соняшникової олії, саломасу, маргарину та майонезу по регіонам і виробникам. З цією метою визначена питома вага та місце регіону в загальному ринку України .

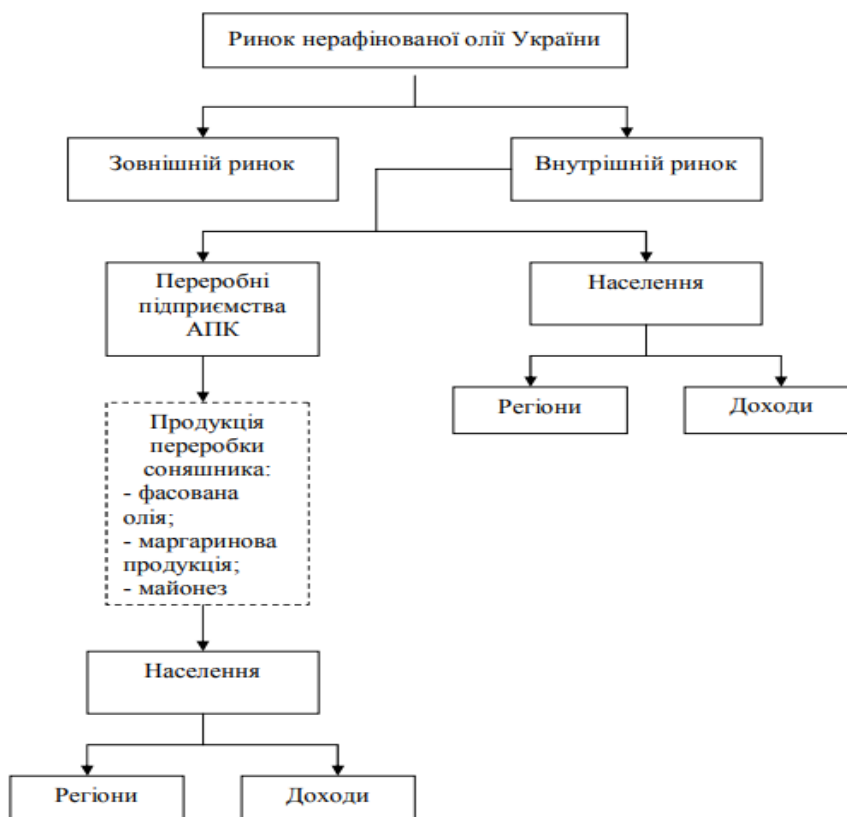


Рис. 3.2. Схема класифікації споживачів олії та продукції переробки по методу АІД

Серед регіонів України основними виробниками нерафінованої соняшникової олії є підприємства Донецького, Запорізького, Кіровоградського, Одеського, Харківського, Дніпропетровського та Полтавського регіонів.

До основних виробників фасованої олії відносяться п'ять регіонів України (Дніпропетровський, Херсонський, Харківський, Луганський та Запорізьки) доля яких в загальному ринку визначена в розмірі 40%

Серед основних виробників саломасу слід виділити Вінницький, Запорізький та Одеський регіони, питома вага яких становить 30% загального ринку саломасу.

Серед двадцяти одного регіону, які виробляють маргаринову продукцію, Одеський, Запорізький, Львівський, Київський, Кіровоградський, Вінницький та Харківський становлять 4,14% всього ринку України.

З двадцяти двох регіонів, які виробляють майонез, питома вага Волинського, Донецького, Львівського, Київського, Одеського, Харківського та Херсонського регіонів становить 3,22% всього ринку майонезу.

Наступним етапом процесу сегментації ринку є вибір цільового сегменту ринку) Він здійснюється, з однієї сторони, на основі цілей підприємства, з другої сторони, на основі ряду факторів.

Цілі підприємства повинні бути задані як кількісно, так і якісно. Вони стосуються нових товарів або проникнення відомих товарів в нові сегменти ринку.

Сегмент повинен мати достатній потенціал попиту, щоб бути вибраним в якості цільового сегменту. Крім того, цільові сегменти повинні характеризуватися стабільністю, дозволяти достатній час здійснювати вироблену стратегію маркетингу .

Одним із найважливіших факторів є рівень конкуренції, виявлення монополістів серед існуючих виробників. Від них залежить конкурентоспроможність підприємства.

В олійно-жировій галузі монополістами у випуску певних видів продукції на внутрішньому ринку є окремі підприємства. Для їх визначення здійснена оцінка рівня конкуренції підприємств, яка показала, що у виробництві нерафінованої соняшникової олії монополістом є підприємство «©Каргіл¹» , фасованої олії «Дніпропетровський ОЕЗ», саломасу та маргаринової продукції «Запорізький ОЖК», майонезу Волинський Волинь Холдінг.

При формуванні цілей підприємства враховують його відношення з каналами збуту, основну функцію в яких виконують посередницькі організації. В олійно-жировій галузі найбільш поширені такі посередницькі підприємства як товарні біржі, торгівельні будинки. Результати комерційної діяльності посередницьких підприємств в значній мірі визначаються вірністю та точністю формування їх доходів та витрат.

Наступним фактором, який слід враховувати при дослідженні цільового ринку соняшникової олії та продуктів її переробки, є виявлення вільних та частково вільних ринків, які в олійно-жировій галузі слід здійснювати по наявності в регіоні виробника.

До вільних ринків віднесено регіони, в яких відсутні виробники тієї чи іншої продукції, до частково вільних ринків регіони з незначним обсягом виробництва.

Одним із етапів сегментації ринку є позиціонування товару. Позиціонування товару на вибраному ринку це логічне продовження знаходження цільових сегментів. Факторами, які визначають позицію товару на ринку, є ціни, якість, виробник, дизайн, знижки, обслуговування, імідж товару і співвідношення цих факторів.

Враховуючи вище зазначене і особливості продукції, позиціонування провідних підприємств-виробників олії, маргаринової групи маргарин, рослинні жири, майонезу проведено за наступними факторами: асортиментний склад, регіони, підприємства.

В залежності від асортиментного складу на ринку олій України представлені соняшникова, соєва, ріпакова, лляна та рижієва олії. Серед них провідне місце займає соняшникова олія. Соняшникова олія позиціонована в регіонах і на підприємствах.

Асортимент маргаринів налічує більше семи найменувань. Основним виробником столового маргарину є Запорізький ОЖК, вершкового Львівський ЖК, столичного Одеський ЖК. Повністю контролює ринок легкого маргарину Одеський ЖК, бутербродного маргарину (підприємство Луцьк-Фудз), маргарину Тарасик (Київський маргариновий завод) Асортиментний склад рослинних жирів на ринку України об'єднує більше семи найменувань.

Основні позиції по виробництву фритюрного жиру займають Запорізький ОЖК і Харківський ЖК, кондитерського жиру для шоколадних виробів, вафельних начинок та жиру Прима (Вінницький ОЖК)

Повністю займають ринок рослинних жирів таких як «Олмікс» та жир перестерифікований відповідно Київський маргариновий завод і завод модифікованих жирів.

На ринку майонезу позиціонують більше семи його найменувань. Майонези «Провансаль» Львівського ЖК, «Грибний» та «Салатний» Одеського ОЖК, Столичний Київського маргаринового заводу займають провідне місце.

Конкурентоспроможність підприємства – це основна ознака, яка характеризує наявність та розвиток підприємством сукупності матеріальних і фінансових можливостей, які обумовлюють його здатність до ефективної роботи на ринках продажу своєї продукції.

Одним з етапів оцінки конкурентоспроможності олійно-жирової промисловості, на нашу думку, має бути аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища, який є важливим фактором у визначенні можливостей та загроз для її розвитку.

У процесі господарської діяльності підприємств галузі в умовах конкурентної боротьби підприємства мають забезпечувати сталий баланс обміну із зовнішнім середовищем.

Щоб отримати оцінку можливостей підприємства та ситуації на ринку олії використаємо SWOT-аналіз. SWOT-аналіз допоможе визначити сильні і слабкі сторони підприємств олійно-жирової промисловості, а також можливості і загрози, що пливають на них із зовнішнього середовища.

SWOTаналіз містить такі складові:

1. Сильні сторони (Strengths) – переваги організації.
2. Слабкі сторони (Weaknesses) – недоліки організації.
3. Можливості (Opportunities) – фактори зовнішнього середовища, використання яких створить переваги організації на ринку.
4. Загрози (Threats) – фактори, які можуть потенційно погіршити стан підприємства на ринку .

SWOT-аналіз є важливою діагностичною процедурою, своєрідною бізнес-технологією, яка містить оцінку стану підприємства, незадіяних ресурсів і загроз діяльності підприємства. Такий аналіз — винятково ефективний, доступний, дешевий спосіб оцінки стану проблемної й управлінської ситуації підприємства. Це універсальний метод, що може використовуватися для аналізу діяльності конкретних підрозділів. Так, застосування технології SWOT-аналізу маркетинговою службою при оцінці основних конкурентів створює прекрасні передумови для розробки тактики конкурентної боротьби й забезпечення конкурентних переваг. В менеджменті така методика допоможе систематизувати проблемні ситуації, краще усвідомити структуру ресурсів, на які варто опиратися в удосконалюванні діяльності й розвитку організації.

Аналізуючи олійно-жирову промисловість, потрібно зазначити, що вона має чимало сильних сторін. По-перше, це висока прибутковість, адже підприємства даної галузі за умов вдалого господарювання можуть мати до 80% рентабельності.

Також до сильних сторін олійно-жирових підприємств ми віднесли розвинуту інфраструктуру та логістику, яку мають досліджені нами підприємства, зокрема, власні елеватори, автопарк, заготівельні та торговельні підприємства та ін. [

Сильними сторонами досліджуваних підприємств є сталий попит на продукцію та здатність конкурувати на світовому ринку.

Внутрішня потреба України в олії в середньому у 3,5 разів нижча ніж виробництво, ринок є експортно-орієнтованим. Частка олії, яка йде на експорт протягом останніх сезонів, складає не менше 70 % всього об'єму виробництва.

Основними споживачами української олії є європейські країни, Близький Схід та Північна Африка, що становить до 50 % експортного ринку, а потреба в олії цих країн постійно збільшується. Традиційними ринками збуту української олії також є Алжир, Марокко, Туніс, Сирія, ОАЕ, Йорданія, Ліван,

Іран та ін. Зокрема Іран, у зв'язку зі збільшенням внутрішньої потреби, заявив про наміри збільшити об'єм закупівель.

SWOT-аналіз допоміг виявити і слабкі сторони галузі. До них відноситься значний знос основних фондів, що використовуються у виробничому процесі та висока чутливість до умов кредитування.

До слабких сторін олійно-жирових підприємств також належить залежність від держаної політики. Так неодноразово виробники олії були залежні від введення квот на експорт.

У зв'язку з світовою фінансовоекономічною кризою 2008 – 2009 рр. погіршилась ситуація з кредитуванням підприємств. У кращому становищі в такій ситуації опиняться підприємства, які взяли довгострокові кредити. Підприємства, що потребуватимуть кредитування, будуть вимушенні продавати свої активи, а подекуди покидати ринок.

Отже, дослідження сильних і слабких сторін олійно-жирових підприємств дозволяє нам побудувати SWOT-матрицю (табл. 3.2). З огляду на проведений аналіз, ми можемо запропонувати перелік заходів для подолання існуючих загроз та виявлення нових можливостей для підприємств олійно-жирової промисловості України.

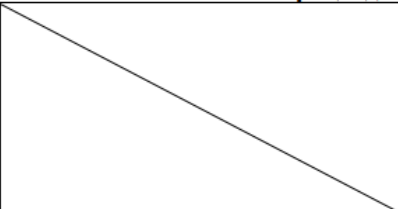
По-перше, ми вважаємо, що підприємствам галузі для підсилення конкурентоспроможності потрібно створювати холдинги. Так, збільшення об'ємів інвестування в агропромисловий комплекс супроводжується збільшенням агропромислових холдингів. На початку 90-х років ХХ століття під час економічної кризи багато підприємств олійно-жирової промисловості опинились у скрутному становищі. Саме цей період став початком формування вертикально інтегрованих холдингів.

Сучасні олійно-жирові підприємства-гіганти розпочали свою діяльність у середині-кінці 90-х років як торговельні підприємства, що спеціалізувалися на торгівлі зерном, соняшником, олією. Розширення торговельної діяльності підштовхнуло їх до придбання елеваторів. Активний розвиток олійно-жирових компаній потребує розвинутої інфраструктури з власним автопарком.

Також олійно-жирові підприємства мають забезпечувати сировиною, що призвело останнім часом до скупки ними земель.

Таблиця 3.1.

SWOT-матриця для підприємств олійно-жирової промисловості України

	Можливості: збереження зайнятих позицій на ринку; освоєння нових ринків збуту; розробка нових економічно вигідних технологій; залучення інвестицій	Загрози: імпорт аналогічних товарів; конкуренція з боку закордонних підприємств; залежність від врожайності та природно-кліматичних умов
Сильні сторони: висока прибутковість виробництва; розвинута інфраструктура та логістика; сталий попит на продукцію на зовнішньому та внутрішньому ринках; здатність конкурувати на світовому ринку	Поле СіМ створення холдингів, що підвищить конкурентоспроможність олійно-жирових підприємств, забезпечить власною сировиною та потужною інфраструктурою	Поле Сіз розвиток інтеграції; залучення нових та збереження старих партнерів; просування старої продукції на нові ринки.
Слабкі сторони: значний знос основних фондів, що використовуються у виробничому процесі; висока чутливість до змін умов кредитування; залежність від державної підтримки; масова збитковість сільськогосподарських підприємств, що є виробниками сировини; чутливість до політичної ситуації в країні	Поле СлМ прогнозування витрат підприємства; прогнозування попиту на новий продукт; пошук інвестицій на переобладнання та оснащення основними фондами	Поле СлЗ патентний пошук та отримання ліцензій; створення нових видів екологічно чистих продуктів, які відповідають міжнародним стандартам; фінансування науково-технічних розробок

Увесь свій експортний потенціал Україна реалізує виключно через власні порти, загальна потужність яких дозволяє переправляти 3,89 млн тонн рослинної олії в рік. Зокрема найбільша частина експорту відбувається через Іллічівський порт. Тому експорт в подальшому буде залежати від технічного оснащення портів.

Про свої плани будівництва терміналів в портах заявили такі компанії, як ЗАТ "Зерноторговельна компанія "Олсідз-Україна", яка будує термінал в Миколаївській області та "Кернел", що купила перевалочний зерновий комплекс в Іллічівському порту та у найближчий час планує будівництво терміналу по відвантаженню рослинної олії.

Також, на нашу думку, для підвищення конкурентоспроможності розвиток олійно-жирової промисловості має базуватись на досягненнях

науково-технічного прогресу, так як в теперішніх умовах господарювання ефективність роботи олійно-жирових підприємств залежить від ресурсо- й енергозберігаючих технологій

При вирішенні питання підвищення конкурентоспроможності олійно-жирових підприємств, менеджерам при плануванні об'ємів експорту олії потрібно враховувати пріоритетність використання азіатськими країнами соєвої та пальмової олії.

Тому українські підприємства-виробники олії можуть розраховувати на збільшення об'ємів продажу, коли встановиться негативний ціновий спад на соняшникову олію у порівнянні з вказаними.

3.2. Сучасні особливості розвитку підприємств олійно-жирової галузі України

Олійно-жирова галузь є однією з небагатьох галузей агропромислового комплексу України, що демонструє високий рівень інвестиційної привабливості, у розвиток якої спрямовані потужні інвестиції як вітчизняних, так і зарубіжних інвесторів. За останні 15 років збудовано 20 заводів з виробництва олії та олійно-жирової продукції, в галузь інвестовано понад 1 млрд. дол. США. Потужності по переробці олійного насіння в Україні збільшились з 2,5 млн. тонн у 1998 році до 13,3 млн. тонн у 2013 році, а їх використання за цей період збільшилось з 30% до 90 %. До 2015 року потужності по переробці олійних культур досягнуть 15 млн. тонн на рік.

Олійно-жирова галузь представлена великими підприємствами – олійноекстракційними та жировими комбінатами, що виробляють до 85% олії та дрібними сільськогосподарськими підприємствами, які використовують для переробки насіння власні маслоробні. Так, в галузь входять понад 1,2 тис. підприємств, але на дев'ять найбільших компанії у 2020 р. припадало 85% виробництва олії соняшnikової нерафінованої та 66% виробництва олії соняшnikової рафінованої від відповідних обсягів їх загального виробництва в Україні. До найбільших компаній відносяться ГК «Кернел Груп», ЗАТ «АТ Каргілл», «Бунге Україна», ПГ «АТ Креатив», ПГ «ВіОйл», ВАТ

«Миронівський завод з виготовлення круп і комбікормів», ТОВ «Агрокосм», «Фон Заас АГ» та «Гленкор». Основними сучасними особливостями розвитку підприємств олійножирової галузі є наступні:

- висока концентрація виробництва та централізація капіталу підприємств олійно-жирової галузі, яка пригнічує прояви підприємницької приватної ініціативи за рахунок високого рівня монополізації ринку;

- залежність від вітчизняної кон'юнктури та важлива роль у формуванні фонду споживання, яка є фактором високого рівня продовольчої безпеки країни за олійно-жировою продукцією;

- висока експортна орієнтація галузі, яка підвищує залежність від інших країн світу та попиту цих країн на вітчизняну продукцію;

- позитивні тенденції в розвитку олійно-жирової галузі, що характеризуються зростанням обсягів виробництва не лише олійних культур, але і рослинних олій.

Зокрема, однією з головних особливостей розвитку підприємств олійножирової галузі в Україні на сучасному етапі є активізація вищезгаданих процесів концентрації виробництва і централізації капіталу як за рахунок збільшення потужностей і будівництва нових заводів, так і за рахунок угод поглинання тих компаній, що є найбільш небезпечними конкурентами на ринку.

Більшість спеціалізованих підприємств галузі входять до складу великих корпоративних агропромислових формувань, агрохолдингів та транснаціональних компаній. Як цілком вірно зазначає В. Андрійчук, понад 30 великих олійно-екстракційних та 23 олійно-жирових комбінатів (за неповними даними) стали асоційованими підприємствами і знаходяться у їх склад. Через глибинні процеси концентрації виробництва і централізації капіталів в олійножировій галузі, що здійснюється головним чином шляхом консолідації власності, все більше й більше переробних підприємств втрачають самостійність та перетворюються у залежні асоційовані структури [3, с. 5-6].

я» ПГ «АТ Креатив» ПАТ «Креатив» ПАТ «Креатив» ЗАТ «АТ Каргілл»

Каховська філія ЗАТ «АТ Каргілл» ТОВ «Комбінат-Каргілл» Каховська філія ЗАТ «АТ Каргілл» ТОВ «КомбінатКаргілл» ПП «ВіОйл» ПАТ «Вінницький ОЖК» ПАТ «Чернівецький ОЖК» ПАТ «Вінницький ОЖК» ПАТ «Чернівецький ОЖК» ТОВ «Агрокосм» ПАТ «Запорізький ОЖК» ПАТ «Запорізький ОЖК» ВАТ «Миронівський завод з виготовлення круп і комбікормів» ПАТ «Миронівський ЗВКК» ПАТ «Миронівський ЗВКК» ТОВ «Катеринопільський елеватор» «Бунге Україна» ЗАТ «Дніпропетровський ОЕЗ» ТОВ «Українська Чорноморська Індустрія» ЗАТ «Дніпропетровський ОЕЗ» «Фон Заас АГ» ПАТ «Пологівський ОЕЗ» ПАТ «Пологівський ОЕЗ» «Гленкор» ТОВ «Одеський ОЕЗ» ТОВ «Одеський ОЕЗ» ТОВ «Пересічанський ОЕЗ» «Олсідз-Україна» ПАТ «Кіровоградолія» ТОВ «Екотранс» - Така ситуація не тільки загострює соціальні проблеми в агропромисловому комплексі, але й посилює монополізацію ринку, сприяє виникненню можливостей монопольних змов і спекулятивних дій з боку торговельних посередників, є засобом тиску на органи державної влади. Хоча, не можна не відмітити, що означені процеси є цілком об'єктивними, такими, що відповідають світовій практиці. В цьому розумінні більш шкідливим для суспільства є не посилення монополізму взагалі, а посилення монополій іноземних капіталів. Останнє, на наше переконання, є аргументом посилення функцій держави в означеній сфері з метою оптимізації позитивних та негативних впливів монополізму на вітчизняну економіку.

Таблиця 3.3

Оцінка виробництва олійних культур 2020/21 р, млн. тонн

	USDA	УкрАгроКонсалт	Асоціація „Укроліяпром”
Соняшник	17,0	15,8 - 16,2	15,5 - 16,0
Соя	3,5	4,0	3,3 - 3,6
Ріпак	4,0	3,0 - 3,1	3,0 - 3,2
Разом	24,5	22,8 - 23,3	21,8 - 22,8

3.3. Маркетингове обґрунтування доцільності інноваційного проєкту впровадження технології виробництва олійно-жирової продукції з різних сортів вишні.

За оцінками USDA, у світовому рейтингу експортерів соєвої та ріпакової олій в сезоні-2023/24 Україна може залишити за собою 8-ме місце. Тобто наша країна входить в 10-ку експортерів.

Українська сфера кондитерських виробів одна з найбільш модернізованих і висококонкурентних, але зараз переживає далеко не кращі часи.

Олійно-жировий комплекс України займає одне з провідних місць у формуванні внутрішнього ринку продовольства та структурі валютних надходжень. Його продукція забезпечує не тільки потреби споживчого ринку в таких продуктах як споживча олія, кулінарні жири, маргарин, майонез, мило, а і виробництво інших галузей: хлібопекарної, кондитерської, молочної, плодоовочевої, рибної, хімічної, фармацевтичної, комбікормової та громадського харчування.

Підприємства олійно-жирової галузі України можна розділити на три категорії. До першої категорії належать підприємства, що виробляють рослинну олію: олійно-жирові й олійно-екстракційні комбінати. До другої категорії належать дрібні виробники олії в компаніях, для яких виробництво рослинної олії не є основним видом діяльності. Ці переробні підприємства більш залежні від ситуації на внутрішньому ринку, так як на них налагоджено виробництво дрібних партій олії, і вони використовуються для потреб сільського населення. Третю категорію складають виробники олійно-жирової продукції – маргаринові заводи, миловарні комбінати.

Загальні риси українського ринку кондитерських виробів:

- постійний високий попит на продукцію;
- більшість продуктів однорідні;
- ціна формується за законами ринку, продавці не можуть сильно на неї впливати;

- новим гравцям відносно легко увійти на ринок і вийти з нього;
- прозорість в ціновій і товарній політиці виробників

Як показує статистика, в Україні купівлею продуктів, в тому числі кондитерських, займаються переважно жінки. З них 40% - домогосподарки, не мають постійного місця роботи. Вікова структура рівномірно розділена, і лише категорія жінок 45-55 років трохи виділяється на загальному тлі і становить близько 21%.

Незважаючи на пережиті кризи і ринкові потрясіння, можна сказати, що український ринок олійно-жирових виробів прийшов до якоїсь точки стабільності. Виробники звикли до нового положення речей і успішно адаптувалися до обстановки.

Перша помітна тенденція ринку - збільшення мінімальної планки вимог до якості продукції. Якщо в розпал кризи вирішальним фактором була низька ціна виробів, то разом зі стабілізацією ринку споживачі знову хочуть бачити тільки якісні інгредієнти в складі продуктів.

Ще одне нове віяння - переорієнтація на «здорову» продукцію. Споживачі намагаються стежити за своєю фігурою і станом тіла .

У зв'язку з цим, у дипломній роботі пропонується інноваційний проект впровадження технології виробництва олійно-жирової продукції з різних сортів вишні. Впровадження даного проекту планується в Південній частині України.

Відповідно до сучасних тенденцій розвитку ринку олійно-жирової продукції пропонується виробляти продукцію з наступних зразків кісточок вишні:

1. Англійська рання(майська)
2. Лотівка
3. Любська(проста)
4. Гріот Остгеймський (Шпанка чорна)
5. Подбельська
6. Суміш (по 25% кожного сорту)

Результати обґрунтування інвестиційного проєкту виробництва вишневої олії

Основними конкурентними перевагами (факторами комерційного успіху) інвестиційного проєкту виробництва мигдалевої олії є:

- висока якість кінцевої продукції, що досягається за рахунок використання вишні з виключними властивостями;
- потенційний високий попит на продукцію по таких сегментах ринку, як продукт харчового призначення та продукт косметичного призначення;
- високий рівень інноваційності продукції, що передбачає відповідні засади ціноутворення (підвищений рівень рентабельності) при високому попиті на неї (в довгостроковій перспективі) та формуванні іміджу виробника виключно якісної та передової продукції;
- комплексна переробка сировини, що забезпечує відносну економію матеріальних витрат.

Оцінимо можливість промислового виробництва вишневої олії. Процес виробництва відбувається при належній взаємодії факторів виробництва (матеріальних, трудових, енергетичних). Не менш важливим є аналіз ринкових перспектив нової продукції.

Насамперед проаналізуємо можливу забезпеченість підприємства виробничими.

Трудові ресурси. Виробництво нової продукції не дивлячись на її інноваційний характер є досить класичним і тому не потребуватиме кадрів з виключними професійними якостями. З урахуванням високого рівня безробіття в Україні та на Одещині зокрема, даний фактор не може вважатись лімітуючим (обмежуючим можливості виробництва та реалізації).

Енергетичні ресурси. Виробництво олійних продуктів не є енергомістким і не потребує використання нетрадиційних або дуже небезпечних енергетичних ресурсів, отже енергопостачання теж не може вважатись критичним або лімітуючим фактором.

Основні засоби. З огляду на класичність технологічного процесу та відсутність дефіциту на ринку технологічного обладнання, приладдя, будівельних матеріалів, можна констатувати, що даний фактор не є лімітуючим.

Ринковий попит в умовах ринкової економіки є найвагомим лімітуючим чинником при обґрунтуванні виробничої програми.

За оцінками спеціалістів ринок вишневої олії є перспективним з точки зору довгострокового зростання як по сегменту харчового напрямку, так і по косметичному.

Узагальнюючи дані щодо попередніх розрахунків сировинних ресурсів, паспортних даних відносно продуктивності технологічного устаткування, а також ринкові можливості щодо реалізації продукції, можна запланувати виробничу програму в кількості зазначеного вище обсягу сировинних ресурсів.

Обов'язковою умовою комерційного успіху проєкту по виробництву вишневої олії є агресивне просування продукції (агресивний маркетинг), що вимагає значних коштів на заходи по реалізації продукції. Бюджет даних заходів включається до поточних витрат (собівартості продукції) та буде визначений нижче.

Таким чином, з економічної та господарської точок зору доцільним є впровадження проєкту по виробництву вишневої олії.

Календарне планування проєкту

В процесі бізнес-планування виключно важливим є врахування термінів виконання етапів, комплексів робіт та окремих завдань. Таке узгодження проводиться в рамках календарного планування процесу реалізації бізнес-плану, що вимагає застосування відповідного інструментарію. Серед найбільш розповсюджених інструментів календарного планування варто виділити діаграму Ганта. Діаграма Ганта (англ. Gantt chart, також стрічкова діаграма, графік Ганта) – діаграма, яка використовується для ілюстрації плану, графіка

робіт за будь-яким проектом. Є одним з засобів планування та управління проектами. Перший формат діаграми був розроблений Генрі Л. Гантом (Henry L. Gantt, 1861-1919) у 1910 році.

Діаграма Ганта являє собою відрізки (графічні плашки), розміщені на горизонтальній шкалі часу. Кожен відрізок відповідає окремому завданню або підзадачі. Завдання і підзадачі, складові плану, розміщуються по вертикалі. Початок, кінець і довжина відрізка на шкалі часу відповідають початку, кінцю і тривалості завдання.

В кінцевому підсумку, діаграма Ганта – це добре організована інформація, яку використовують зацікавлені особи проекту, щоб контролювати процес реалізації проекту. Ієрархічна структура робіт впорядковує і визначає масштаб проекту, використовуючи ієрархічну структуру, схожу на інформаційне дерево з декількома рівнями. Мережева діаграма визначає взаємозв'язок між окремими роботами і етапами проекту.

На першому кроці створюється ієрархічна структура робіт (WBS).

Верхній рівень WBS – це проект, який представляє собою сукупність усього обсягу робіт. Проект складається з більш дрібних, по різних обсягом і важливості робіт, які прийнято називати робочими пакетами. У свою чергу, кожен робочий пакет підрозділяється на завдання або містить власні, за обсягом менші, внутрішні пакети робіт, виконання яких позначає закінчення робіт в цілому по робочому пакету.

В процесі календарного планування необхідно визначитися з переліком робіт так, щоб операції не перетиналися з іншими робочими пакетами, роботи не переходили з одного пакету в іншій. Структура діаграми Ганта може варіюватися в залежності від особливостей і складності проекту.

Розроблена для проекту реалізації бізнес-плану виробництва вишневої олії діаграма Ганта представлена у вигляді таблиці.

Таблиця 3.4

Діаграма Ганта для проєкту виробництва вишневої олії

Фаза проєкту	Комплекс задач та завдань (пакет робіт)	Тиждень													
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	...	
Пред-інвестиційна фаза	Розробка концепції проєкту	■	■	■	■										
	Аналіз ринкової ситуації	■	■	■	■										
	Первинний моніторинг каналів збуту			■	■	■									
	Розробка технологічних режимів			■	■	■	■								
	Пошук персоналу					■	■	■							
	Пошук обладнання					■	■	■							
	Налагодження зв'язків з постачальниками ТМЦ (сировини, матеріалів, тари)						■	■							
Інвестиційна фаза	Закупівля та установка обладнання								■	■					
	Закупівля сировини та матеріалів									■	■				
	Набір персоналу										■	■			
Фаза реалізації проєкту	Виробництво продукції											■	■	■	
	Контроль бізнес-процесів												■	■	
	Моніторинг ринку та оновлення асортименту													■	

Побудована діаграма Ганта дозволила якісно візуалізувати етапи розробки та реалізації проєкту, а також визначити тривалість фаз проєкту. Так, фаза реалізації проєкту, тобто початок отримання доходів від реалізації проєкту, почнеться через 10 тижнів після початку розробки проєкту.

Висновки до розділу 3

У світі підвищується популярність споживання "здорових" природних рослинних олій, зокрема в країнах Європи, Азії, Північної та Південної Америки. Наявні тенденції до збільшення обсягів та якісних змін в структурі споживання харчових рослинних олій та жирів дозволяють з великою ймовірністю спрогнозувати майбутній дефіцит на них як у розвинених країнах, так і у країнах, які розвиваються. Постійне зростання світового попиту на рослинні олії створює передумови для активізації суб'єктами цього ринку пошуку нових інвестиційно-інноваційних рішень. Перспективним є реалізація інвестиційного проєкту по виробництву у сегменті «здорової» природної олії, а саме вишневої.

Для впровадження бізнес-плану виробництва нової продукції був розроблений календарний план у вигляді діаграми Ганта. Так, за планом

предінвестиційна фаза триватиме 7 тижнів та включатиме такий пакет робіт: розробка концепції бізнес-ідеї, аналіз ринкової ситуації, первинний моніторинг каналів збуту, розробка технологічних режимів, пошук обладнання, персоналу та постачальників ТМЦ. Інвестиційна фаза бізнес-плану триватиме 3 тижні та включатиме закупівлю та установка обладнання, закупівлю ТМЦ, набір персоналу. Таким чином, планується, що виробничий процес та початок отримання фінансових вигід почнеться через 10 тижнів після старту проєкту.

РОЗДІЛ 4

ОЦІНКА ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ТА ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПРОЄКТУ ВИРОБНИЦТВА ВИШНЕВОЇ ОЛІЇ

4.1. Розрахунок інвестиційних витрат

До складу інвестиційних витрат при реалізації реальних інвестиційних проєктів включають:

- витрати на придбання (створення) основних засобів (вартість земельних ділянок, робочих машин та устаткування, інженерних комунікацій, монтажні роботи, транспортні витрати).
- витрати на формування матеріальних оборотних коштів, необхідних для забезпечення виробничої діяльності при нормальній обіговості оборотних коштів (тривалості фінансового циклу).

$$I_{заг} = I_{оз} + I_{ок}, \quad (3.1)$$

де $I_{оз}$ – капітальні вкладення у основні засоби;

$I_{ок}$ – капітальні вкладення у матеріальні оборотні кошти.

В даному випадку інвестиції в основні засоби передбачатимуть вкладення виключно в залучення у виробничий процес нового технологічного устаткування.

В таблиці 4.1 представлена основна техніко-економічна інформація щодо впроваджуваного устаткування.

Таблиця 4.1

Техніко-економічна характеристика впроваджуваного технологічного устаткування

№ з.п.	Устаткування	Кількість одиниць	Ціна, грн.	Споживання електроенергії, кВт/год
2	Похилий конвеєр	1	55000	2
3	Приймальний бункер	1	10000	0
4	Елеватор	1	90000	2
5	Пневмосепаратор	1	60000	3
6	Гвинтовий конвеєр	1	58000	2
7	Бункер для сміття	1	10000	0
8	Елеватор	1	90000	2
9	Проміжний бункер	1	12000	0
10	Елеватор	1	80000	2
11	Барабанна сушилка	1	250000	15

12	Конвеєр	1	45000	2
13	Бак	1	5000	0
14	Елеватор	1	100000	2
15	Розколювальна машина	1	250000	5
16	Норія	1	40000	3
17	Гідросортувальна машина	1	80000	5
18	Конвеєр для скорлупи	1	35000	2
19	Бункер для скорлупи	1	8000	0
20	Елеватор для ядра	1	60000	2
21	Вальцьовий верстат	1	300000	15
22	Елеватор для м'ятки	1	45000	2
23	Шнековий інактиватор	1	120000	5
24	Конвеєр	1	85000	2
25	Чанна жаровня	1	500000	25
26	Форпрес	1	1500000	18
27	Елеватор для форпресової макухи	1	65000	2
28	Молоткова дробарка	1	100000	10
29	Елеватор макухи	1	55000	2
30	Шнековий інактиватор	1	90000	2
31	Конвеєр	1	80000	2
32	Чанна жаровня	1	350000	25
33	Експеллер	1	400000	8
34	Конвеєр макухи	1	50000	2
35	Бункер для зберігання	1	10000	0
36	Фузоуловлювач	1	150000	3
37	Бак для відстоювання	1	4000	0
38	Фільтр-прес	1	1850000	20
39	Бункер для зберігання	1	12000	0
40	Лінія розливу	1	500000	8

Для розрахунку інвестицій (капітальних вкладень) по устаткуванню складемо таблицю 4.2.

Таблиця 4.2

Розрахунок інвестицій по устаткуванню

№ з/п	Устаткування	Кількість одиниць	Ціна, грн	Вартість, грн
1	2	3	4	5
1	Силос для зберігання	1	55000	80000
2	Похилий конвеєр	1	10000	55000
3	Приймальний бункер	1	90000	10000
4	Елеватор	1	60000	90000
5	Пневмосепаратор	1	58000	60000
6	Гвинтовий конвеєр	1	10000	58000
7	Бункер для сміття	1	90000	10000
8	Елеватор	1	12000	90000
9	Проміжний бункер	1	80000	12000
10	Елеватор	1	250000	80000
11	Барабанна сушилка	1	45000	250000
12	Конвеєр	1	5000	45000

13	Бак	1	100000	5000
14	Елеватор	1	250000	100000
15	Розколювальна машина	1	40000	250000
16	Норія	1	80000	40000
17	Гідросортувальна машина	1	35000	80000
18	Конвеєр для скорлупи	1	8000	35000
19	Бункер для скорлупи	1	60000	8000
20	Елеватор для ядра	1	300000	60000
21	Вальцьовий верстат	1	45000	300000
22	Елеватор для м'ятки	1	120000	45000
23	Шнековий інактиватор	1	85000	120000
24	Конвеєр	1	500000	85000
25	Чанна жаровня	1	1500000	500000
26	Форпрес	1	65000	1500000
27	Елеватор для форпресової макухи	1	100000	65000
28	Молоткова дробарка	1	55000	100000
29	Елеватор макухи	1	90000	55000
30	Шнековий інактиватор	1	80000	90000
31	Конвеєр	1	350000	80000
32	Чанна жаровня	1	400000	350000
33	Експеллер	1	50000	400000
34	Конвеєр макухи	1	10000	50000
35	Бункер для зберігання	1	150000	10000
36	Фузоуловлювач	1	4000	150000
37	Бак для відстоювання	1	1850000	4000
38	Фільтр-прес	1	12000	1850000
39	Бункер для зберігання	1	500000	12000
40	Лінія розливу		55000	500000
	Разом			7684000
	Транспортні витрати (5%)			384200
	Витрати на монтажні роботи (5%)			384200
	Інші витрати (10%)			768400
	Первісна вартість устаткування			9220800

Інвестиції у формування матеріальних оборотних коштів з огляду на структуру розділу визначимо нижче.

4.2. Розрахунок виробничої програми

Планові показники виробничої програми у натуральному виразі визначимо виходячи з результатів технологічних розрахунків, планового обсягу надходження відповідних сортів вишні на переробку, технічних можливостей виробничого устаткування, ритмічності та циклічності виробництва, фонду робочого часу підприємства (табл. 4.3 та 4.4).

Таблиця 4.3

Розрахунок показників виробничої програми у натуральному виразі

Сорт	Плановий річний обсяг переробки кісточок, кг	Вихід ядра, %	Вміст олії, %	Вихід олії, %	Обсяг виробленої продукції, кг
Англійська рання (майська)	100000	20,7	24,7	94	4806,2
Лотівка	100000	15,5	20,0	94	2914
Любська	100000	18,5	28,7	94	4991
Гріот Остгеймська	100000	20	23,0	94	4324
Подбельська	100000	15,5	25,9	94	3773,6
Суміш	100000	20,7	23,7	94	4611,6
Разом	600000				25420,4

Виходячи з отриманих даних, загальний річний плановий обсяг виробництва вишневої олії складе 25420,4 кг (25,4 тони).

Таблиця 4.4

Розрахунок виробничої програми в розрізі окремих видів продукції

Продукція	Структура продукції*, %	Змінний обсяг виробленої продукції (300 змін), кг	Річний обсяг виробленої продукції, тон
Олія 25мл	10	8,5	2,5
Олія 100мл	20	16,9	5,1
Олія 250мл	40	33,9	10,2
Олія 1л	30	25,4	7,6
Разом		84,7	25,4

* – визначено в результаті анкетування потенційних споживачів продукції щодо бажаної ємності.

В таблиці 4.5 розрахуємо планові показники виробничої програми у вартісному виразі з урахуванням встановленого рівня конкурентних цін та проектних обсягів виробництва продукції в натуральному виразі.

Таблиця 4.5

Розрахунок обсягу виробленої продукції у вартісному виразі

Продукція	Змінний обсяг виробленої продукції, кг	Річний обсяг виробленої продукції, тонн	Оптова ціна реалізації продукції (без ПДВ), грн.	Обсяг виробленої продукції, тис. грн
Олія вишнева(25мл)	8,5	2,5	1072,7	2681,7
Олія вишнева(100мл)	16,9	5,1	920	4692
Олія (250 мл)	33,9	10,2	690	7038
Олія (1л)	25,4	7,6	536,4	4076,6

Побічна продукція (макуха)		35,8	8	286,4
Разом	84,7	61,2		18774,7

Таким чином, проектом передбачається виробництво та реалізація 61,2 тон продукції (в т.ч. 25,4 тони вишневої олії) на суму 18774,7 тис. грн (в т.ч. 18488,3 тис. грн вишневої олії).

4.3. Розрахунок собівартості продукції

Відповідно до ст. 138 III Розділу Податкового кодексу України від витрати підприємства, що враховуються при визначенні фінансових результатів поділяють на:

- витрати операційної діяльності;
- інші витрати.

Стосовно даного проекту до витрат операційної діяльності відносяться:

- прямі матеріальні витрати (витрати на сировину, тару, енергетичні ресурси, які споживає технологічне устаткування);
- прямі витрати на оплату праці (основна та додаткова заробітна плата основних виробничих робітників, які обслуговують обладнання з відповідними відрахуваннями на соціальні заходи (єдиний соціальний внесок));
- амортизація технологічного устаткування та інші витрати, пов'язані з його експлуатацією.

До інших витрат відносяться:

- загальновиробничі витрати (основна та додаткова заробітна плата допоміжних працівників з відповідними відрахуваннями на соціальні заходи, амортизаційні відрахування по виробничій будівлі та інженерним спорудам, витрати на поточний ремонт виробничої будівлі та інженерних споруд, витрати на опалення, водопостачання, водовідведення, освітлення виробничої будівлі);
- адміністративні витрати (основна та додаткова заробітна плата адміністративних працівників з відповідними відрахуваннями на соціальні

заходи, витрати на охорону праці, техніку безпеки, канцелярські предмети, оргтехніку, витрати на зв'язок).

Витрати на сировину та матеріали розраховуємо виходячи розрахунків, наведених в таблиці 4.3 (таблиці 4.6 – 4.9):

Таблиця 4.6

Розрахунок вартості сировини та тари Олії вишневої (25 мл)

Найменування	Норма витрати, кг на 1 тону продукції	Ціна за 1 кг., грн	Вартість, грн
вишнева кісточка	23603	5	118
Тара (пляшка з темного скла)	40000	2,5	100,0
Етикетка	40000	0,4	16,0
Кришка	40000	0,8	32,0
Разом			266
Разом (з урахуванням технологічних та організаційних втрат (2%))			271,3

Таблиця 4.7

Розрахунок вартості сировини та тари Олії вишневої (пляшка 100 мл.)

Найменування	Норма витрати, кг на 1 тону продукції	Ціна за 1 кг., грн	Вартість, грн
вишнева кісточка	23603	5	118
Тара (пляшка з темного скла)	10000	8	80,0
Етикетка	10000	0,2	2,0
Кришка	10000	0,8	8,0
Разом			208
Разом (з урахуванням технологічних та організаційних втрат (2%))			212,2

Таблиця 4.8

Розрахунок вартості сировини та тари Олії вишневої (250)

Найменування	Норма витрати, кг на 1 тону продукції	Ціна за 1 кг., грн	Вартість, грн
вишнева кісточка	23603	5	118
Тара (пляшка з темного скла)	3000	12,0	36
Етикетка	3000	0,4	1,2
Кришка	3000	0,8	2,4
Разом			157,6
Разом (з урахуванням технологічних та організаційних втрат (2%))			160,7

таблиця 4.9

Розрахунок вартості сировини та тари Олії вишневої (пляшка 1000 мл.)

Найменування	Норма витрати, кг на 1 тону продукції	Ціна за 1 кг., грн	Вартість, грн
--------------	---------------------------------------	--------------------	---------------

вишнева кісточка	23603	5	118
Тара (пляшка з темного скла)	1000	12,0	12,0
Етикетка	1000	0,1	0,1
Кришка	1000	0,8	0,8
Разом			130,9
Разом (з урахуванням технологічних та організаційних втрат (2%))			133,5

Загальну суму витрат на сировину та тару визначимо в таблиці 4.10.

Таблиця 4.10

Розрахунок загальної суми витрат на сировину та тару

Продукція	Обсяг виробленої продукції, тонн	Витрати сировини та тари на 1 тону готової продукції, грн	Загальні річні витрати сировини та матеріалів, тис. грн
Олія вишнева (25 мл.)	2,5	271,3	678,2
Олія вишнева (100 мл.)	5,1	212,2	1082,2
Олія вишнева(250 мл.)	10,2	160,7	1639,1
Олія вишнева (1 л.)	7,6	133,5	1014,6
Разом	25,4		4414,1

Таким чином, загальні витрати підприємства на сировину та тару складуть 4414,1 тис. грн.

Значну питому вагу в структурі собівартості продукції займають витрати на енергоресурси. Більш того, з огляду на постійне зростання вартості енергоресурсів, ця питома вага постійно зростає.

Витрати на електроенергію, яку споживає обладнання розрахуємо в таблиці 4.11.

Таблиця 4.11

Розрахунок споживання обладнанням електроенергії

Обладнання	Кількість одиниць	Споживання електроенергії, кВт/год	Загальне споживання, кВт/год
Силос для зберігання	1	0	0
Похилий конвеєр	1	2	2
Приймальний бункер	1	0	0
Елеватор	1	2	2
Пневмосепаратор	1	3	3
Гвинтовий конвеєр	1	2	2
Бункер для сміття	1	0	0
Елеватор	1	2	2
Проміжний бункер	1	0	0
Елеватор	1	2	2
Барабанна сушилка	1	15	15

Конвеєр	1	2	2
Бак	1	0	0
Елеватор	1	2	2
Розколювальна машина	1	5	5
Норія	1	3	3
Гідросортувальна машина	1	5	5
Конвеєр для скорлупи	1	2	2
Бункер для скорлупи	1	0	0
Елеватор для ядра	1	2	2
Вальцьовий верстат	1	15	15
Елеватор для м'ятки	1	2	2
Шнековий інактиватор	1	5	5
Конвеєр	1	2	2
Чанна жаровня	1	25	25
Форпрес	1	18	18
Елеватор для форпресової макухи	1	2	2
Молоткова дробарка	1	10	10
Елеватор макухи	1	2	2
Шнековий інактиватор	1	2	2
Конвеєр	1	2	2
Чанна жаровня	1	25	25
Експеллер	1	8	8
Конвеєр макухи	1	2	2
Бункер для зберігання	1	0	0
Фузоуловлювач	1	3	3
Бак для відстоювання	1	0	0
Фільтр-прес	1	20	20
Бункер для зберігання	1	0	0
Лінія розливу	1	8	8
Разом			200

В таблиці 4.12 визначимо витрати на електроенергію по проєкту.

Таблиця 4.12

Розрахунок витрат на енергоресурси

Найменування	Потреба на годину	Річне споживання	Ціна одиниці, грн.	Вартість, грн.
Електроенергія, кВт/год	200	480000	3,45	1 656

Визначимо сумарні витрати на енергоресурси з урахуванням того, що витрати на електроенергію складають 70% в загальних витратах:

$$\text{Вен} = 1656/0,7 = 2365,7 \text{ тис. грн.}$$

Таким чином, загальна сума матеріальних витрат по проєкту (МВ), що включатиметься до собівартості продукції складе:

$$\text{МВ} = 4414,1 + 2365,7 = 6779,8 \text{ тис. грн.}$$

Визначимо тепер чисельність персоналу та відповідні показники по оплаті праці.

Чисельність основних виробничих працівників (по розстановці) з урахуванням повної механізації виробничого процесу складає 8 осіб, в тому числі по розрядах:

4-го розряду: 3 ос.;

5-го розряду: 3 ос.;

6-го розряду: 2 ос.

В таблиці 3.13 Визначимо фонд оплати праці основних виробничих працівників (при почасовій формі оплати праці)

Таблиця 4.13

Розрахунок фонду оплати праці основних виробничих працівників

Показник	Чисельність персоналу (по розстановці), осіб	Годинна тарифна ставка, грн	Фонд робочого часу, годин	Фонд оплати праці, тис. грн
4 розряду	3	58,5	2400	421,2
5 розряду	3	70	2400	504
6 розряду	2	77,5	2400	372
Основна заробітна плата				1297,5
Додаткова заробітна плата (15% від основної заробітної плати)				194,6
Премії та доплати (20% від основної заробітної плати)				259,4
Загальний фонд оплати праці				1751,2

Для визначення витрат підприємства по оплаті праці, відрахуванням на соціальні заходи та оцінки ефективності його роботи в цілому необхідно визначити середньооблікову чисельність персоналу, для цього спочатку визначимо середньооблікову чисельність основних виробничих робітників за формулою:

$$\text{Чор суч} = \text{Чор роз} * K, \quad (4.3)$$

де K – коефіцієнт перерахунку чисельності по розстановці у середньооблікову чисельність.

$$K = \Phi_{\text{підпр}} / \Phi_{\text{роб}}, \quad (4.4)$$

де $\Phi_{\text{підпр}}$ – ефективний фонд робочого часу підприємства (2400 годин (300 змін по 8 годин)).

$\Phi_{\text{роб}}$ – норма тривалості робочого року працівників (2004 години), встановлених Міністерством соціальної політики України.

Таким чином, чисельність основних виробничих робітників складе $8 * 2400 / 2004 = 10$ осіб.

Визначимо чисельність інших категорій персоналу (допоміжних робітників, керівників спеціалістів та службовців), виходячи із структури персоналу у досліджуваній галузі харчової промисловості.

У структурі робітників підприємства чисельність допоміжних робітників в середньому по галузі складає 20% від чисельності основних виробничих робітників.

Таким чином, чисельність допоміжних робітників складе:

$$Ч_{\text{др}} = 10 * 0,2 = 2 \text{ осіб.}$$

Фонд оплати праці допоміжних робітників визначимо виходячи із встановленого окладу (10000грн) та премії (25%) даної категорії працівників:

$$\Phi_{\text{ОПдр}} = 2 * 10000 * 1,25 * 2 = 300 \text{ тис.грн}$$

$$\text{Загальна чисельність робітників складе } 10 + 2 = 12 \text{ осіб.}$$

У структурі робітників підприємства чисельність керівників спеціалістів та службовців складає 20% від загальної чисельності персоналу підприємства.

Таким чином, чисельність керівників, спеціалістів та службовців складе:

$$Ч_{\text{ксс}} = 12 / 0,8 * 0,2 = 2 \text{ осіб.}$$

Фонд оплати праці допоміжних робітників визначимо виходячи із встановленого окладу (14000 грн.) та премії (25%) даної категорії працівників:

$$\Phi_{\text{ОПКсс}} = 2 * 14000 * 1,25 * 12 = 420. \text{ тис.грн}$$

$$\text{Загальна чисельність робітників підприємства складе } 12 + 2 = 14 \text{ осіб.}$$

Загальний фонд оплати праці робітників підприємства складе:

ФОП = 1751,2 + 300+420 = 2471,2 тис. грн

В таблиці 4.14 визначимо відрахування на соціальні заходи (єдиний соціальний внесок) на основі визначених фондів оплати праці.

Таблиця 4.14

Розрахунок відрахувань на соціальні заходи

Категорія працівників	Загальний фонд оплати праці, грн	Відрахування на соціальні заходи (22% від фонду оплати праці), грн.	Стаття витрат
Основні виробничі працівники	1751,2	385,3	Основна та додаткова заробітна плата основних виробничих працівників
Працівники загальновиробничого призначення	300	66	Загальновиробничі (інші витрати)
Керівники, спеціалісти, службовці	420	92,4	Адміністративні (інші витрати)
Разом	2471,2	543,7	-

Визначимо амортизаційні відрахування виходячи із структури та величини інвестицій в основні засоби згідно із положеннями ст. 145 III Розділу Податкового кодексу України (таблиця 4.15).

Розрахунок амортизаційних відрахувань проведемо користуючись прямолінійним методом нарахування амортизації як найбільш економічно обґрунтованим.

$$A = OЗ/T, \quad (4.5)$$

де ОЗ – амортизуємо (первісна) вартість об'єктів основних засобів,

T – термін корисного використання об'єктів основних засобів.

Таблиця 4.15

Розрахунок амортизаційних відрахувань

Основні засоби	Вартість, тис. грн.	Термін використання, років	Норма амортизації, %	Річні амортизаційні відрахування, тис. грн.	Стаття витрат
Обладнання	9220,8	5,0	20,0	1844,2	Амортизація технологічного устаткування

					(витрати операційної діяльності)
Разом	9220,8			1844,2	-

В склад собівартості продукції окрім елементних (сировина, матеріали, тара та пакування, заробітна плата основних виробничих робітників, амортизація виробничого обладнання) включаються комплексні статті витрат, такі, як загальновиробничі та адміністративні.

Як зазначалося вище у склад цих витрат включається декілька економічних елементів (витрати на поточний ремонт, утримання та експлуатацію основних засобів загальновиробничого та адміністративного призначення, витрати на енергопостачання зазначених об'єктів, витрати на послуги сторонніх організації, витрати на відрядження тощо).

Визначимо загальновиробничі та адміністративні витрати в таблицях 4.16 та 4.17.

Таблиця 4.16

Розрахунок загальновиробничих витрат

Найменування витрат	Сума ,тис грн
Заробітна плата допоміжних виробничих робітників	300
Відрахування на соціальні заходи із заробітної плати допоміжних виробничих робітників	66
Інші витрати(10% від суми попередніх витрат)	36,6
Всього	402,6

Таблиця 4.17

Розрахунок адміністративних витрат

Найменування витрат	Сума, тис грн
Заробітна плата керівників, спеціалістів та службовців	420
Відрахування на соціальні заходи із заробітної керівників, спеціалістів та службовців	92,4
Інші витрати (10 % від суми попередніх витрат)	51,2
Всього	563,6

Комерційний успіх проекту по виробництву інноваційної продукції базується на агресивній маркетинговій політиці (активному просуванні продукції). Комплекс заходів по стимулюванню збуту продукції має бути спрямованим, передусім, на цільову аудиторію.

З урахуванням значного планового обсягу виробленої продукції, бюджет заходів по просуванню нової продукції встановимо в розмірі 5% від планового обсягу реалізованої продукції:

$$\text{Взб} = 18774,7 * 0,05 = 938,7 \text{ тис. грн}$$

В таблиці 4.18 визначимо загальні поточні витрати по проєкту.

Таблиця 4.18

Розрахунок повної собівартості виробництва олії вишневої за економічними елементами

Елемент витрат	Склад елементу витрат	Сума, тис. грн	Питома вага, %
Матеріальні витрати	Витрати на сировину, матеріали, тару та енергоресурси	6779,8	53,5
Оплата праці	Оплата праці всіх категорій працівників	2471,2	19,5
Відрахування на соціальні заходи	Відрахування на соціальні заходи всіх категорій працівників	543,7	4,3
Амортизація	Амортизація всіх основних фондів, витрати на поточний ремонт, утримання та експлуатацію	1844,2	14,6
Інші	Частина загальнопромислових та адміністративних витрат, витрати на збут	1026,5	8,1
Разом		12665,4	100,0

В таблиці 4.19 розрахуємо собівартість продукції за статтями калькуляції

Таблиця 4.19

Розрахунок повної собівартості виробництва олії вишневої за статтями калькуляції

Стаття витрат	Сума, тис. грн.	Питома вага, %
Сировина	3017,2	23,8
Тара	1396,9	11
Енергетичні ресурси на технологічні цілі	2365,7	18,7
Оплата праці основних виробничих працівників	1751,2	13,8
Відрахування на соціальні заходи із заробітної плати основних виробничих працівників	385,3	3,1
Амортизація технологічного обладнання	1844,2	14,6
Загальнопромислові витрати	402,6	3,2
Адміністративні витрати	563,6	4,4
Витрати на збут	938,7	7,4

Разом	12665,4	100,0
-------	---------	-------

Таким чином, найбільшу питому вагу в структурі собівартості продукції, займають матеріальні витрати, а саме витрати на сировину.

4.4. Розрахунок прибутку

Прибуток підприємства від впровадження інвестиційного проекту складе:

$$\Pi = \text{ОП} - С, \quad (4.6)$$

де ОП – обсяг виробленої та реалізованої продукції,

С – повна собівартість виробленої та реалізованої продукції.

$$\Pi = 18774,7 - 12665,4 = 6109,3 \text{ тис. грн}$$

При ставці податку на прибуток 18%, розмір чистого прибутку складе:

$$\text{ЧП} = 6109,3 - 6109,3 * 0,18 = 5009,6 \text{ тис грн}$$

4.5. Оцінка економічної ефективності та інвестиційної привабливості проекту

Планова рентабельність виробництва продукції складе:

$$R_{\text{пр}} = \Pi / С * 100\% \quad (4.7)$$

$$R_{\text{пр}} = 6109,3 / 12665,4 * 100 = 48,2\%$$

Планова рентабельність продажів складе:

$$R_{\text{пж}} = \Pi / \text{ОП} * 100\% \quad (4.8)$$

$$R_{\text{пж}} = 6109,3 / 18774,7 * 100 = 32,5\%$$

Витрати на 1 грн продукції: (4.9)

$$V_1 = 12665,4 / 18774,7 = 0,67 \text{ грн/грн}$$

Значення показників рентабельності (продукції та продажів), а також витрат на 1 грн продукції свідчать про високий плановий рівень прибутковості виробництва продукції.

Для оцінки інвестиційної привабливості проекту розрахуємо та дамо оцінку таким показникам, як строк окупності інвестицій та їх рентабельність.

Як зазначалося вище інвестиційні витрати при реалізації реального інвестиційного проекту включають не тільки витрати на придбання та створення основних засобів, а й витрати на створення запасів матеріальних

ресурсів, необхідних для забезпечення виробничого процесу усіма видами ресурсів згідно із планом виробництва.

Інвестиції у матеріальні оборотні кошти, а саме виробничі запаси, розрахуємо виходячи з того, що сировина не підлягає тривалому зберіганню, а також відштовхуючись із середнього коефіцієнта оборотності оборотних коштів в галузі (8). Отже, заплануємо інвестиції в формування виробничих запасів на один оборот оборотних коштів. З урахуванням планових загальних витрат сировини та тари в сумі 4414,1 тис. грн, інвестиції у виробничі запаси складуть $4414,1/8 = 551,8$ тис. грн.

Загальна величина інвестиційних витрат становить таким чином:

$$I_{\text{заг}} = 9220,8 + 551,8 = 9772,6 \text{ тис. грн.}$$

Строк окупності інвестицій становить:

$$T = I_{\text{заг}}/ЧП \quad (4.10)$$

$$T = 9772,6/5009,6 = 1,8 \text{ року.}$$

Проведення розрахунків без урахування дії фактора часу (дисконтування) в ринкових умовах є певною мірою волонтаризмом, оскільки не враховує вартість капіталу та процес зміни вартості грошей у часі. Таким чином, проведення дисконтування, тобто приведення майбутніх грошових потоків до теперішнього часу, є необхідною умовою отримання достовірних результатів оцінки кожного інвестиційного проекту.

Приведення майбутніх грошових потоків до теперішнього часу провадиться за допомогою коефіцієнта дисконтування:

$$K_d = \frac{1}{(1+i)^t} \quad (4.11)$$

де i – ставка дисконтування, %.

t – період дисконтування,

В якості ставки дисконтування може бути використана середньозважена ставка по кредитним ресурсам, середньозважена ставка до депозитам, рівень інфляції, облікова ставка НБУ.

Найбільш обґрунтованим в даному випадку на нашу думку є використання в якості ставки дисконтування середньозваженої ставки по депозитах, що складає сьогодні 20%.

Строк окупності інвестицій при використанні процедури дисконтування розраховується за формулою:

$$T_d = t + \frac{I_{заг} - СПГП_t}{ППП_{t+1}}, \quad (4.12)$$

де t – рік в якому загальні інвестиції найближчі до сумарного приведенного грошового потоку ($I_{заг} > СПГП_t$),

$ППП_{t+1}$ – приведений грошовий потік в році, наступному за роком t .

$СПГП_t$ – сумарний приведений грошовий потік (розраховується за значеннями $ППП_{t+1}$ наростаючим підсумком).

При розрахунку строку окупності інвестицій в якості позитивного грошового потоку (притоку коштів від реалізації проєкту) використовується сума чистого прибутку та амортизаційних відрахувань.

Необхідні для визначення строку окупності T_d розрахунки проведемо в таблиці 4.20.

Таблиця 4.20

Розрахунок строку окупності інвестицій при використанні процедури дисконтування

Показники	Роки			
	1	2	3	4
Чистий прибуток, тис. грн.	5009,6	5009,6	5009,6	500,6
Амортизація, тис. грн.	1844,2	1844,2	1844,2	1844,2
Грошовий потік, тис. грн.	6853,8	6853,8	6853,8	6853,8
Приведений грошовий потік, тис. грн.	5688,6	4729,1	3906,7	3289,8
Сумарний приведений грошовий потік, тис. грн.	5688,6	10417,7	14324,4	17614,2

Таким чином, строк окупності інвестицій становить:

$$T_d = 1 + ((9772,6 - 17614,2) / 4729,1) = 2,1$$

$T_d = 2,1$ року. Має бути розрахунок

Чистий приведений дохід (NPV) визначається як різниця приведених позитивного та негативного грошових потоків:

$$NPV = СПГП - I_{заг} \quad (4.13)$$

З урахуванням того, що життєвий цикл проєкту визначити на даний момент неможливо для розрахунку чистого приведенного доходу скористаймося значенням СПГП за 4 років:

$$NPV = 17614,2 - 9772,6 = 7841,6 \text{ тис. грн.}$$

Індекс доходності (Ід) визначається по формулі:

$$I_d = \text{СПГП}/I_{\text{заг}} \quad (4.14)$$

$$I_d = 17614,2/9772,6 = 1,80.$$

Значення показників чистого приведенного доходу (більше 0) та індексу доходності (більше 1) свідчать про економічну та комерційну ефективність проєкту.

Внутрішня норма доходності –це та ставка дисконту, при якій дисконтовані доходи від проєкту дорівнюють інвестиціям. Внутрішня норма доходності визначає максимально прийнятну ставку дисконту, при якій можна інвестувати кошти без яких-небудь втрат для власника.

$$IRR = i, \text{ при якому } NPV = f(i) = 0$$

Для визначення внутрішньої ставки доходності скористаємося вбудованою в Excel функцією ВСД:

$$IRR = 41\%.$$

Рентабельність інвестицій проєкту виробництва продуктів визначається за формулою:

$$P_i = \frac{ЧП}{I_{\text{заг}}} * 100\% \quad (4.15)$$

$$P_i = *100\% = 51,3\%.$$

Значення показника рентабельності інвестицій є достатньо високим і свідчить про достатньо високу інвестиційну привабливість проєкту.

4.6. Аналіз ризиків проєкту

При оцінці ефективності інвестиційного проєкту важливою є оцінка ризиків, як фактичних, так і потенційних.

В свою чергу, для оцінки ризиків, можуть бути застосовані різні групи методів. В даному випадку, на нашу думку, доцільним є проведення оцінки

ризиків (операційних) за допомогою точки безбитковості проєкту та аналізу його чутливості.

Аналіз точки безбитковості проєкту

Точка безбитковості (ВЕР – break even point) визначає, яким має бути обсяг продажів для того, щоб підприємство могло покрити всі свої витрати, не отримуючи прибутку.

Для визначення точки безбитковості розділимо всі витрати на дві складові:

- змінні витрати (Взм) – змінюються прямопропорційно зміні обсягів виробництва;
- постійні витрати (Впост) – не залежать від обсягів виробництва і є функцією часу.

У вартісному виразі точка безбитковості визначається за формулою:

$$ВЕР_В = ОП * Впост / (ОП - Взм), \quad (4.16)$$

У натуральному виразі точку безбитковості можна визначити наступним чином:

$$ВЕР_Н = ВЕР_В / Цс, \quad (4.17)$$

де Цс – середня ціна одиниці продукції.

В таблиці 3.21 проведемо розподіл витрат на змінні та постійні.

Таблиця 4.21

Розподіл витрат підприємства

Витрати	Сума, тис. грн	Належні сть витрат	Змінні витрати, тис. грн.	Постійні витрати, тис. грн.
Сировина та матеріали	3017,2	змінні	3017,2	
Тара та пакування	1396,9	змінні	1396,9	
Енергетичні ресурси на технологічні цілі	2365,7	змінні	2365,7	
Оплата праці основних виробничих працівників	1751,2	постійні		1751,2
Відрахування на соціальні заходи із заробітної плати основних виробничих працівників	385,3	постійні		385,3
Амортизація технологічного обладнання	1844,2	постійні		1844,2
Загальновиробничі витрати	402,6	постійні		402,6
Адміністративні витрати	563,6	постійні		563,6
Витрати на збут	938,7	постійні		938,7
Разом	12665,4		6779,8	5885,6

Таким чином, точка беззбитковості дорівнює:

$$BEP_B = 9212,3 \text{ тис. грн.}$$

де 18774,7 – плановий обсяг виробленої продукції (без побічної).

Середня ціна одиниці продукції складе:

$$Ц_c = 18774,7/25,4 = 739,2 \text{ тис грн/т.}$$

$$BEP_H = 9212,3/739,2 = 12,5 \text{ тони.}$$

З урахуванням норми витрати вишневої кісточки 23603 кг на 1 тону вишневої олії, для досягнення беззбиткового рівня виробництва потрібно переробити $12,5 * 23,603 = 295$ тон кісточок.

Для оцінки безпеки проекту щодо зони «збитків» використовується показник коефіцієнту безпеки (КБ), який показує наскільки може знизитися виручка (обсяг виробленої та реалізованої продукції) щоб підприємство не було у зоні збитків.

$$КБ = \frac{РП - BEP}{РП} * 100\%, \quad (4.18)$$

$$КБ = *100\% = 51\%.$$

Значення коефіцієнту безпеки свідчить про достатню віддаленість від точки беззбитковості, тобто від зони збитків, що говорить про інвестиційну привабливість проекту та захищеність від дії операційних ризиків. На рисунку 4.1 представимо точку беззбитковості проекту у графічному вигляді.

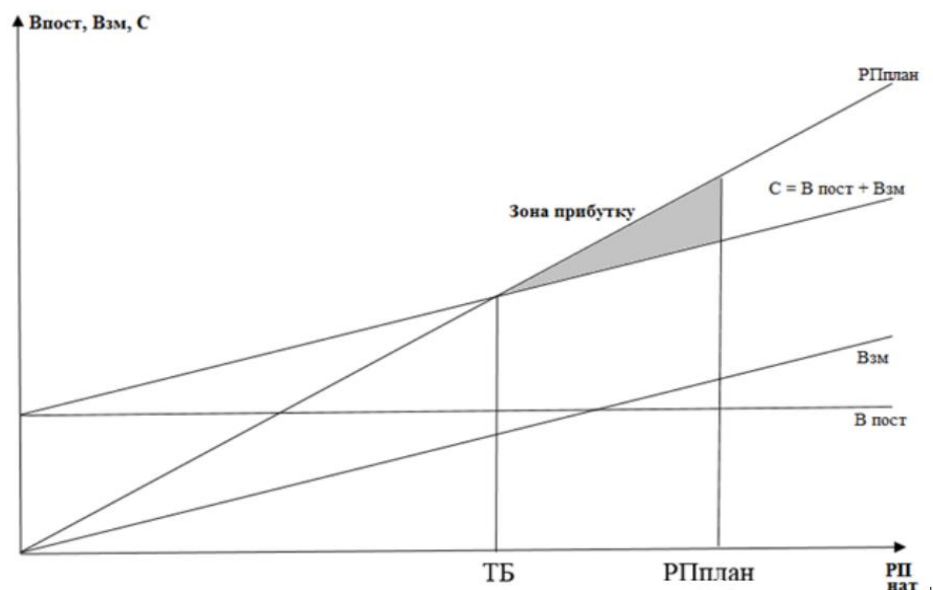


Рис. 4.1. Точка беззбитковості проекту

Аналіз чутливості проєкту

При аналізі економічної ефективності інвестиційних проєктів доцільним є проведення аналізу чутливості.

Мета аналізу – встановити рівень впливу окремих змінюємих чинників на фінансові показники інвестиційного проєкту, зокрема на показник чистого приведенного доходу. Його інструментарій дозволяє оцінити потенційну дію ризиків на ефективність проєкту.

В ході дослідження чутливості проєкту розглянемо наступні параметри:

- а) обсяг виробленої продукції в натуральному виразі;
- б) середня ціна продукції;
- в) постійні витрати;
- г) змінні витрати;
- д) ставка дисконтування;
- є) загальна величина інвестицій.

В процесі аналізу чутливості спочатку визначається «базовий» варіант, при якому всі чинники, що вивчаються, приймають свої первинні значення. Після цього по чергово змінюються значення кожного з чинників на однакову величину (1%) та визначається розрахункове значення чистого приведенного доходу.

Показник чутливості (коефіцієнт еластичності) обчислюється як відношення процентної зміни чистого приведенного доходу до зміни значення чинника на один відсоток. В такий спосіб визначаються показники чутливості по кожному з досліджуваних чинників.

В таблиці 4.22 наведемо значення параметрів показника NPV

Таблиця 4.22

Змінні параметри показника NPV

Параметр	Середня ціна	Обсяг виробленої продукції в натуральному виразі	Витрати змінні	Витрати постійні	Ставка дисконту	Ізаг
Базовий варіант	739,2	61,2	6779,8	5885,6	20	9772,6
Середня ціна	746,6	61,2	6779,8	5885,6	20	9772,6
Обсяг виробленої продукції в	739,2	61,8	6779,8	5885,6	20	9772,6

натуральному виразі						
Витрати змінні	739,2	61,2	6847,6	5885,6	20	9772,6
Витрати постійні	739,2	61,2	6779,8	5944,5	20	9772,6
Ставка дисконту	739,2	61,2	6779,8	5885,6	20,2	9772,6
КВзаг	739,2	61,2	6779,8	5885,6	20	9870,3

Визначення впливу кожного з чинників на показник чистого приведенного доходу проведемо в таблиці 4.23.

Таблиця 4.23

Розрахунок показника NPV

	Обсяг продукції у вартісному виразі, тис. грн	Собівартість продукції, тис. грн	Прибуток, тис. грн	Чистий прибуток, тис. грн	Грошовий потік, тис. грн	NPV, тис. грн	Відхилення NPV, тис. грн	Коефіцієнт еластичності
Базовий варіант	18774,7	12665,4	6109,3	5009,6	15722,6	7841,6		
Середня ціна	18962,4	12665,4	6329,2	5214,9	16193,8	8649,3	807,7	10,3
Обсяг виробленої продукції в натуральному виразі	18962,4	12665,4	6329,2	5214,9	16193,8	8649,3	807,7	10,3
Витрати змінні	18774,7	12732,5	6141,7	5036,1	15459,2	7394,6	-447	5,7
Витрати постійні	18774,7	12724,9	6138	5033,1	15644,7	7708,3	-133,3	1,7
Ставка дисконту	18774,7	12665,4	6109,3	5009,6	15722,6	7739,6	-102	1,3
Ізаг	18774,7	12665,4	6109,3	5009,6	15722,6	7653,4	-188,2	2,4

Таким чином, найбільш вагомими факторами, які роблять найістотніший вплив на показник чистого приведенного доходу є середня ціна продукції та обсяг виробленої продукції в натуральному виразі: при зміні цих показників на 1%, показник NPV змінюється на 10,3%. Також вагомий вплив на показник NPV справляють витрати змінні (5,7%). Саме ці показники головним чином визначають рівень та динаміку NPV та вимагають підвищеної уваги до себе зі сторони менеджерів проєкту.

4.7. Розробка стратегії фінансування проєкту

При оцінці ефективності інвестиційних проєктів вагоме значення має вибір джерел фінансування. Проблема вибору полягає в пошук оптимальної

структури джерел фінансування. При цьому розглядаються власні та позикові джерела фінансування.

Використання власного капіталу має наступні основні позитивні особливості:

- простота залучення у господарській діяльності;
- висока віддача за нормою прибутку на вкладений капітал, так як немає сплати відсотків за кредит;
- ризик банкрутства мінімальний за рахунок високої фінансової стійкості

Є також істотні недоліки використання тільки власного капіталу:

- обмежений обсяг, а отже, і можливість розширення виробничої діяльності;
- не використовується можливість зростання рентабельності власного капіталу за рахунок залучення позикового капіталу.

Позиковий капітал має свої позитивні особливості:

- широкі можливості застосування (за наявності гарантії або застави);
- збільшує фінансові можливості підприємства;
- збільшує прибуток підприємства за рахунок розширення діяльності та рентабельність власного капіталу (ефект фінансового левереджу).

Є також істотні недоліки позикового капіталу:

- залежність від кредиторів;
- необхідність надання гарантій;
- зменшення рентабельності виробництва – ефективності діяльності фірми, за рахунок виплати відсотків за кредит.
- зниження стійкості, а, отже, зростання ризику банкрутства.

Таким чином, пошук оптимальної структури капіталу на основі наступних критеріїв:

- максимізація рентабельності власного капіталу;

– максимізація чистого прибутку, чистого приведеного доходу, індексу доходності, внутрішньої ставки прибутковості та мінімізація строку окупності.

Через те, що динаміка зазначених показників зі зміною джерел фінансування матиме різнонаправлену тенденцію, розв'язання проблеми пошуку оптимальної структури капіталу має базуватись на компромісних (прийнятних) значеннях зазначених вище показників.

Пошук оптимальної структури капіталу наведено в таблиці 4.24.

Таблиця 4.24

Показники ефективності інвестиційного проєкту при різній структурі капіталу (при 40%-вій ставці за кредитними ресурсами)

Показник	Структура капіталу (власний/позиковий)						
	100/0	90/10	80/20	70/30	60/40	50/50	40/60
Капітал (інвестиції), тис. грн, в тому числі	9772,6	9772,6	9772,6	9772,6	9772,6	9772,6	9772,6
Власний капітал, тис. грн.	9772,6	8795,3	7818,1	6840,8	5863,6	4886,3	3909,1
Позиковий капітал, тис. грн.	0	977,3	1954,5	2931,8	3909	4886,3	5863,6
Чистий прибуток, тис. грн.	5009,6	4689,1	4368,5	4047,9	3727,5	3406,9	3086,4
NPV, тис. грн.	8033,5	7056,2	6079	5535,7	4123,5	3147,2	3037
Індекс доходності	1,82	1,74	1,62	1,57	1,4	1,31	1,21
Термін окупності інвестиції, років	1,23	1,32	1,44	1,58	1,74	1,91	2,10
Рентабельність капіталу, %	51,3	47,9	44,7	41,4	38,2	34,8	31,5
Рентабельність власного капіталу, %	51,3	53,3	55,9	59,2	63,6	69,7	78,9

Таким чином, при зростанні в структурі капіталу зовнішніх джерел фінансування (позикових коштів) погіршуються показники ефективності проєкту при зростанні показника рентабельності капіталу, який є основним критерієм оцінки інвестиційної привабливості проєкту. Таким чином, як зазначалося вище, є певний конфлікт в тенденціях показників ефективності. Остаточний вибір структури капіталу є прерогативою інвестора зі своїм відношенням до ризику, первинною орієнтацією на певні показники ефективності, власну оцінку фінансової стійкості проєкту тощо.

Тим не менш, з огляду на значення показників, наведених в таблиці 4.24, максимальний рівень рентабельності власного капіталу при прийнятних значеннях строку окупності, чистого приведеного доходу та індексу доходності

дає, на нашу думку, структура капіталу, у якій 50% інвестиційних ресурсів є власними, а інші 50 % – позиковими.

Проведемо більш детальні розрахунки ефективності проєкту при зазначеній структурі капіталу.

Потреба підприємства у позиковому капіталі складає 4886,3 тис. грн.

Відсотки за кредитом, які включаються до собівартості продукції (поточних витрат) складуть:

$$V_{кр} = ПК * ПК_{\%}, \quad (4.19)$$

де $ПК_{\%}$ - середня ставка за короткостроковими кредитами (40%).

Таким чином, витати підприємства на виплату відсотків за кредитом складуть $4886,3 * 0,4 = 1954,5$ тис. грн.

Нова собівартість продукції (за статтями калькуляції наведена в таблиці 4.25.

Таблиця 4.25

Розрахунок повної собівартості виробництва продукції за статтями калькуляції (при використанні позикових коштів)

Стаття витрат	Сума, тис. грн
Сировина та матеріали	3017,2
Тара	1396,9
Енергетичні ресурси на технологічні цілі	2365,7
Оплата праці основних виробничих працівників	1751,2
Відрахування на соціальні заходи із заробітної плати основних виробничих працівників	385,3
Амортизація технологічного обладнання	1844,2
Загальновиробничі витрати	402,6
Адміністративні витрати	563,6
Витрати на збут	938,7
Відсотки за кредитом	1954,5
РАЗОМ	14619,9

Прибуток підприємства від впровадження інвестиційного проєкту складе:

$$П = 18774,7 - 14619,9 = 4154,8 \text{ тис. грн.}$$

Розмір чистого прибутку складе:

$$ЧП = 4154,8 - 4154,8 * 0,18 = 3406,9 \text{ тис. грн.}$$

Для оцінки економічної ефективності проекту розрахуємо, як і в попередньому випадку, та дамо оцінку таким показникам, як чистий приведений дохід (NPV), внутрішня норма доходності (IRR), індекс доходності, рентабельність інвестицій та строк окупності капітальних вкладень с використанням процедури дисконтування.

Необхідні для визначення зазначених показників розрахунки проведемо в таблиці 3.26.

Таблиця 4.26

Розрахунок сумарного приведенного грошового потоку при використанні позикових коштів

Показник	Роки			
	1	2	3	4
Чистий прибуток, тис. грн	3406,9	3406,9	3406,9	3406,9
Амортизація, тис. грн	1844,2	1844,2	1844,2	1844,2
Грошовий потік, тис. грн	5251,1	5251,1	5251,1	5251,1
Приведений грошовий потік, тис. грн	4374,2	3644,3	3092,9	2531,1
Сумарний приведений грошовий потік, тис. грн	4374,2	8018,5	11111,4	13642,5

Таким чином, строк окупності інвестицій становить:

$$T_d = 2 + ((9772,6 - 13642,5) / 3092,9) = 1,91$$

$T_d = 1,91$ року.

Чистий приведений дохід (NPV) складе:

$$NPV = 13642,5 - 9772,6 = 3869,9 \text{ тис. грн.}$$

Індекс доходності (Ід) складе:

$$I_d = 13642,5 / 9772,6 = 1,40.$$

Внутрішня ставка доходності (при використанні вбудованої функції ВСД) становитиме 28%.

Рентабельність інвестицій проекту складе:

$$P_i = *100\% = 34,8\%.$$

Рентабельність власного капіталу по проекту складе:

$$P_{вк} = ЧП/ВК, \quad (4.20)$$

де ВК – власний капітал (власні джерела фінансування проекту).

$$P_{вк} = 3406,9 / (9772,7 - 4886,3) * 100\% = 69,7\%.$$

Значення показника рентабельності інвестицій, а особливо власного капіталу, є достатньо високими і свідчать про високу інвестиційну привабливість проєкту.

Визначимо далі точку беззбитковості проєкту за умови використання позикових коштів.

Таблиця 4.27

Розподіл витрат підприємства

Витрати	Сума, тис. грн.	Належні сть витрат	Змінні витрати, тис. грн.	Постійні витрати, тис. грн.
Сировина та матеріали	3017,2	змінні	3017,2	
Тара	1396,9	змінні	1396,9	
Енергетичні ресурси на технологічні цілі	2365,7	змінні	2365,7	
Оплата праці основних виробничих працівників	1751,2	постійні		1751,2
Відрахування на соціальні заходи із заробітної плати основних виробничих працівників	385,3	постійні		385,3
Амортизація технологічного обладнання	1844,2	постійні		1844,2
Загальновиробничі витрати	402,6	постійні		402,6
Адміністративні витрати	563,6	постійні		563,6
Витрати на збут	938,7	постійні		938,7
Відсотки за кредитом	1954,5	постійні		1954,5
РАЗОМ	14619,9		6779,8	7839,1

Таким чином, точка беззбитковості дорівнює:

$$BEP_V = 11639,8 \text{ тис. грн.}$$

$$BEP_H = 11639,8/739,2 = 15,7 \text{ тони.}$$

Для досягнення беззбиткового рівня виробництва потрібно переробити $15,7 * 23,603 = 370,6$ тон вишні.

Коефіцієнту безпеки складе:

$$KB = *100\% = 38\%.$$

Значення коефіцієнту безпеки свідчить про достатню віддаленість від точки беззбитковості.

Проведемо аналіз чутливості проєкту за зміненими даними (наявності у структурі витрат відсотків за кредитом).

Таблиця 4.28

Змінні параметри показника NPV

Параметр	Середня ціна	Обсяг виробленої продукції в натуральному виразі	Витрати змінні	Витрати постійні	Ставка дисконту	Ізаг
Базовий варіант	306,8	61,2	6779,8	7839,1	20	9772,6
Середня ціна	309,9	61,2	6779,8	7839,1	20	9772,6
Обсяг виробленої продукції в натуральному виразі	306,8	61,8	6779,8	7839,1	20	9772,6
Витрати змінні	306,8	61,2	6847,6	7839,1	20	9772,6
Витрати постійні	306,8	61,2	6779,8	7917,5	20	9772,6
Ставка дисконту	306,8	61,2	6779,8	7839,1	20,2	9772,6
Ізаг	306,8	61,2	6779,8	7839,1	20	9870,3

Таблиця 4.29

Розрахунок показника NPV

	Обсяг продукції у вартісному виразі, тис. грн..	Собівартість продукції, тис. грн..	Прибуток, тис. грн..	Чистий прибуток, тис. грн..	Грошовий потік, тис. грн..	NPV, тис. грн..	Відхилення NPV, тис. грн.	Коефіцієнт еластичності
Базовий варіант	18774,7	14619,9	4154,8	3406,9	5251,1	3869,9		
Середня ціна	18962,4	14619,9	4362,5	3577,3	6563,9	5089,8	1219,9	26,8
Обсяг виробленої продукції в натуральному виразі	18962,4	14619,9	4362,5	3577,3	5461,2	5089,8	1219,9	26,8
Витрати змінні	18774,7	14766,1	3947,1	3236,6	5146,1	3188,1	-681,8	15,0
Витрати постійні	18774,7	14473,7	4113,2	3372,8	5198,6	3594,7	-275,2	6,1
Ставка дисконту	18774,7	14619,9	4154,8	3406,9	5251,1	3743,8	-126,1	2,8
Ізаг	18774,7	14619,9	4154,8	3406,9	5892,3	3508,4	-361,5	8,0

Таким чином, як і в попередньому випадку, найбільш вагомими факторами, які роблять найістотніший вплив на показник чистого приведенного доходу є середня ціна продукції та обсяг виробленої продукції в натуральному виразі: при зміні цих показників на 1%, показник NPV змінюється на 26,8%. Слід відмітити, що через зростання загальної суми постійних витрат

коефіцієнт еластичності даного фактора стає більш вагомим порівняно з іншими чинниками.

Для підсумкової оцінки інвестиційної привабливості проєкту наведемо в таблиці 4.30 основні показники його ефективності.

Таблиця 4.30

Основні техніко-економічні та фінансові показники проєкту

№ п/п	Показник	Значення при структурі капіталу (власний/позиковий)	
		100/0	50/50
1	Обсяг виробленої продукції (вишнева олія), тон	25,4	25,4
2	Обсяг виробленої продукції, тис. грн.	18774,7	18774,7
-	в т.ч. вишневої олії	18488,3	18448,3
3	Собівартість продукції, тис. грн, в тому числі	12665,4	14619,9
3.1	матеріальні витрати	6779,8	6779,8
3.2	витрати на оплату праці	2471,2	2471,2
3.3	відрахування на соціальні заходи (єдиний соціальний внесок)	543,7	543,7
3.4	амортизація	1844,2	1844,2
3.5	інші витрати	1026,5	2981
4	Прибуток, тис. грн.	6109,3	4154,8
5	Чистий прибуток, тис. грн.	5009,6	3406,9
6	Інвестиційні витрати, тис. грн.	9772,6	9772,6
6.1	Власні кошти, тис. грн.	9772,6	4886,3
6.2	Позикові кошти, тис. грн.	0	4886,3
7	Вартість основних засобів, тис. грн.	9220,8	9220,8
8	Чисельність персоналу, чол.	15	15
9	Фондовіддача, грн	2,04	2,04
10	Продуктивність праці, тис. грн./чол.	1251,6	1251,6
11	Середньомісячна заробітна плата, грн..	16474,7	16474,7
12	Витрати на 1 грн продукції, грн	0,675	0,792
13	Рентабельність продукції, %	48,2	28,4
14	Рентабельність інвестицій (капіталу), %	51,3	34,8
15	Рентабельність власного капіталу, %	51,3	69,7
16	Чистий приведений дохід (NPV), тис. грн..	8033,5	3869,9
17	Внутрішня ставка доходності (IRR), %	41	28
18	Індекс доходності (Id)	1,82	1,40
19	Термін окупності інвестицій, років	1,23	1,91
20	Точка беззбитковості		
20.1	тис. грн	9212,3	11639,8
20.2	тон переробки вишні	12,5	15,7
21	Коефіцієнт безпеки, %	51	38

Наведені в таблиці показники ефективності свідчать про високу економічну ефективність проєкту та його інвестиційну привабливість як при першій, так і при іншій структурі капіталу: при використанні тільки власних коштів найкращого значення набувають показники чистого приведенного доходу, терміну окупності, індексу доходності, внутрішньої ставки доходності, рентабельності інвестицій, рентабельності продукції, чистого прибутку та витрат на 1 грн продукції, а при використанні 50% від загальної потреби у коштах позикових коштів досягається максимальне (найкраще) значення рентабельності власного капіталу – показника, який може вважатися одним з найголовніших критеріїв інвестиційної привабливості проєкту.

Висновки до розділу 4

Для оцінки інвестиційної привабливості проєкту були проведені розрахунки та дана оцінка таким показникам, як чистий приведений дохід (NPV), внутрішня норма доходності (IRR), індекс доходності, рентабельність інвестицій та строк окупності капітальних вкладень з використанням процедури дисконтування. Отримані значення показників свідчать про високий рівень ефективності та інвестиційної привабливості проєкту.

Аналіз ризиків проєкту, проведений за допомогою методу аналізу чутливості та розрахунку рівня беззбитковості діяльності дозволив визначити основні фактори, які роблять найістотніший вплив на показник чистого приведенного доходу (аналіз чутливості). Такими факторами є середня ціна продукції та обсяг виробленої продукції в натуральному виразі: при зміні цих показників на 1%, показник NPV змінюється на 10,3 %.. Саме ці показники головним чином визначають рівень та динаміку NPV та вимагають підвищеної уваги до себе зі сторони менеджерів проєкту. Аналіз беззбитковості дозволив визначити, що в цілому рівень операційних ризиків проєкту незначний.

В результаті виконаних розрахунків щодо пошуку оптимальної структури капіталу (джерел фінансування проєкту) було встановлено, що максимальний рівень рентабельності власного капіталу при прийнятних значеннях строку окупності, чистого приведенного доходу та індексу доходності

дає структура капіталу, у якій 50% інвестиційних ресурсів є власними, а 50% – позиковими.

РОЗДІЛ 5

ОХОРОНА ПРАЦІ

5.1. Аналіз потенційно небезпечних та шкідливих факторів під час роботи

Небезпечний фактор – це такий фактор, вплив якого на працівника певних умовах призводить до травм, гострого отруєння, різкого погіршення здоров'я або до смерті.

Шкідливий фактор – це такий фактор, вплив якого за певних умов може привести до захворювання, зниження працездатності і (або) негативного впливу на здоров'я нащадків.

Залежно від кількісної характеристики (рівня, концентрації тощо) і тривалості впливу шкідливий фактор може стати небезпечним.

Небезпечні і шкідливі фактори діляться на 4 групи: фізичні, хімічні, біологічні, психофізіологічні.

1. фізичні:

- підвищена запиленість повітря робочої зони через недостатнє прибирання робочого кабінету;
- знижена (взимку) температура повітря робочої зони, бо робочий кабінет опалюється міською ТЕЦ ($t < 24^{\circ}\text{C}$);
- підвищений рівень шуму на робочому місці, оскільки вікна робочого кабінету виходять на основне виробництво;
- знижена вологість повітря ($< 40\%$, при нормі $40-60\%$) при працюючому кондиціонері; підвищена іонізація повітря;
- підвищена рухливість повітря робочої зони ($> 0,1$ м/с) при працюючому кондиціонері (влітку).

2. хімічні:

- дратівливі, бо при прибиранні робочого кабінету використовуються миючі засоби, вміст хлору в яких більше, ніж $0,05$ мг/кг.

3. біологічні:

– патогенні мікроорганізми (бактерії, віруси), що розмножуються вміццях накопичення пилу або внаслідок недотримання вимог особистої гігієни;

4. психофізіологічні:

– фізичні перевантаження: статичні (гіподинамія);

– нервово-психічні перевантаження (розумове перевантаження, монотонність праці).

Заходи і засоби захисту працюючих від ураження електричним струмом.

Вся обчислювальна техніка і багато інших видів обладнання представляють для людини з точки зору ураження електро-струмо потенційної небезпеки, так як в процесі експлуатації або при проведенні профілактичних робіт людина може торкнутися частин обладнання, що знаходяться під напругою.

Приміщення, в якому знаходиться робоче місце працівника відділу, відноситься до приміщень без підвищеної небезпеки. В нормальних умовах електричні мережі досить безпечні, так як вони надійно ізольовані, і навколишнє середовище практично не руйнує ізоляцію; крім того, в приміщенні виконані наступні заходи щодо захисту людей від ураження електричним струмом:

1) захисне заземлення – заземлюються системний блок і захисний екран монітора;

2) частини обладнання і проводка, що знаходяться під напругою, надійно захищені і розташовані в недоступних місцях;

3) захисне занулення.

Завдяки заземленню і майже повної відсутності відкритих металевих частин на сучасній комп'ютерній техніці, небезпека виникнення зарядів статичної електрики дуже мала. Для зменшення інтенсивності генерації електричних зарядів покриття підлог виконується з антистатичного лінолеуму.

У робочому кабінеті працівника відділу маркетингу в безпосередній близькості один від одного розташовуються сполучні дроти, комутаційні

кабелі, апаратура, пристрої, вузли яких нагріваються до 80–100°C. Для відведення надлишкової теплоти від ПК служать системи вентиляції та кондиціонування повітря. При цьому можливо оплавлення ізоляції сполучних проводів, їх оголення, і, як наслідок, коротке замикання, яке супроводжується іскрінням.

Вимоги безпеки під час експлуатації ПК. При розміщенні робочих місць з ПК має враховуватися відстань між робочими столами з моніторами (у напрямі тилу поверхні одного монітора й екрана іншого монітора), яка повинна бути не менше 2,0 м, а відстань між бічними поверхнями моніторів – не менше 1,2 м. При роботі з комп'ютером екран монітора повинен знаходитися від очей користувача на оптимальній відстані 600–700 мм, але не ближче 500 мм з урахуванням розмірів алфавітно-цифрових знаків і символів. Площина екрану повинна бути перпендикулярна нормальній лінії погляду, сидіти бажано прямо перед екраном, а не збоку, екран повинен перебувати приблизно на 20 градусів нижче рівня очей.

Конструкція робочого стільця (крісла) повинна забезпечувати підтримку раціональної робочої пози під час роботи на ПК, дозволяти змінювати позу з метою зниження статистичного напруження м'язів шийно-плечової області і спини для попередження розвитку втоми. Робочий стіл повинен мати вільний простір для ніг.

Для забезпечення оптимальної працездатності і збереження здоров'я працівників протягом робочої зміни повинні дотримуватися режими праці та відпочинку (регламентовані перерви). Час перерв протягом робочої зміни слід встановлювати в залежності від її тривалості, виду і категорії трудової діяльності.

5.2. Пожежовибухобезпека, заходи і засоби.

Пожежна небезпека приміщення визначається особливостями встановлений у ньому технологічного процесу, властивостями застосовуваних речовин і матеріалів. Будинки, в якому знаходиться робочий кабінет працівника відділу маркетингу, відносяться до II ступеня вогнестійкості.

Для запобігання розповсюдження вогню під час пожежі з однієї частини будинку на іншу в будівлі влаштовані протипожежні перешкоди у вигляді протипожежних стін, перегородок. Конструкції виготовлені з цегли, скла, металу. Дерев'яні конструкції просочені антиперіном. На випадок вимушеної евакуації людей при пожежі з будівлі, де розташований робочий кабінет, є евакуаційні виходи і шляхи, на яких передбачене штучне освітлення.

Будівля відносяться до другої категорії по захисту від блискавки.

Блискавкозахист виконаний стрижневими блискавковідводами.

Для ліквідації пожежі в приміщенні, де розташовано робоче місце працівника, застосовуються первинні засоби пожежогасіння.

У робочому кабінеті існує ймовірність займання від електропроводки або спалаху електроприладів.

Тому в кабінеті присутній вогнегасник порошковий. Біля входних дверей знаходиться аптечка першої медичної допомоги. На сходовій клітці знаходиться спеціальний ящик з піском.

На стіні є ящик з пожежним стволом та пожежним рукавом з тканинного матеріалу. У кабінеті під стелею є чотири димових пожежних сповіщувача системи сигналізації, призначеної для виявлення та оповіщення про пожежу.

ВИСНОВКИ

Аналіз наявних підходів до визначення категорії інвестиції, їх класифікаційних ознак, та джерел фінансування, дозволив уточнити категорію «інвестиції», так зокрема: це вкладання грошових коштів, майнових та інтелектуальних цінностей, людського капіталу, зусиль та особистого часу у різні види підприємницької діяльності, в різні галузі економіки, невиробничу сферу, з метою отримання прибутку, нарощення капіталу, або досягнення позитивного соціального або іншого позаекономічного ефекту, тривалістю як до одного року так і більше, з урахуванням фактору ризику, ліквідності, та часу.

Аналізуючи визначення поняття "інновація", сформульовані різними авторами, можна прийти до висновку про те, що інновації - введення у вжиток новий або значно покращений продукт (товар, послуга) або процес, новий метод продажів або новий організаційний метод у діловій практиці, організації робочих місць або в зовнішніх зв'язках.

Інноваційний проєкт завжди пов'язаний з інвестиціями, і часто його називають інноваційно-інвестиційним проєктом. У підприємницькому середовищі інноваційний проєкт визначають як бізнес-проєкт інноваційної діяльності підприємства (фірми) з метою її модернізації та підвищення конкурентоспроможності на цільовому ринку.

Для прийняття рішення про довгострокове вкладення капіталу інвестор повинен мати інформацію, яка підтверджує, що вкладені кошти можуть бути повністю відшкодовані, а прибуток від операції буде достатнім. У зв'язку з цим, для інвестора велику роль грає, як інвестиційна привабливість самого підприємства, так і проєкту який буде на цьому підприємстві впроваджено.

Друга група показників, які застосовуються для оцінки прибутковості капітальних вкладень, включає 17 коефіцієнтів. При цьому найчастіше застосовуються чотири основні показники: прибутковість капіталу; валова маржа; рентабельність; фондвіддача.

Для оцінки інвестиційної привабливості проєкту були проведені розрахунки та дана оцінка таким показникам, як чистий приведений дохід (NPV), внутрішня норма доходності (IRR), індекс доходності, рентабельність інвестицій та строк окупності капітальних вкладень з використанням процедури дисконтування. Отримані значення показників свідчать про високий рівень ефективності та інвестиційної привабливості проєкту.

Аналіз ризиків проєкту, проведений за допомогою методу аналізу чутливості та розрахунку рівня беззбитковості діяльності дозволив визначити основні фактори, які роблять найістотніший вплив на показник чистого приведенного доходу (аналіз чутливості). Такими факторами є середня ціна продукції та обсяг виробленої продукції в натуральному виразі: при зміні цих показників на 1%, показник NPV змінюється на 10,3 %. Також вагомий вплив на показник NPV справляють витрати змінні. Саме ці показники головним чином визначають рівень та динаміку NPV та вимагають підвищеної уваги до себе зі сторони менеджерів проєкту. Аналіз беззбитковості дозволив визначити, що в цілому рівень операційних ризиків проєкту незначний.

В результаті виконаних розрахунків щодо пошуку оптимальної структури капіталу (джерел фінансування проєкту) було встановлено, що максимальний рівень рентабельності власного капіталу при прийнятних значення строку окупності, чистого приведенного доходу та індексу доходності дає структура капіталу, у якій 50% інвестиційних ресурсів є власними, а 50% – позиковими.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Методичні вказівки до виконання і оформлення кваліфікаційної роботи магістра напряму підготовки 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» за освітньою програмою «Підприємництво і торгівля, товарознавство і експертиза в митній справі» денної та заочної форми навчання / Укл. Н.Й. Басюркіна, Я.Г. Верхівкер, В.А. Шалений. Одеса: ОНТУ, 2023. 40 с.
2. Методичні вказівки до виконання і оформлення кваліфікаційної роботи магістра напряму підготовки 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» за освітньою програмою «Економіка підприємства», «Управління бізнесом», «Міжнародна торгівля» та «Міжнародна торгівля зерном» денної та заочної форми навчання / Укл. Н.Й. Басюркіна, Т.В. Свистун. Одеса: ОНАХТ, 2016. 40 с.
3. Методичні вказівки до виконання і оформлення дипломної роботи – економічної частини міжкафедрального комплексного дипломного проєкту студентів напряму підготовки 076 «Підприємництво та торгівля» за освітньою програмою «Підприємництво і торгівля, товарознавство і експертиза в митній справі» денної та заочної форми навчання / Укл. Н.Й. Басюркіна, В.А. Шалений. Одеса: ОНТУ, 2023. 38 с.
4. Методичні вказівки до виконання курсової роботи «Управління проєктами» для студентів спеціальності 076 «Підприємництво та торгівля» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» / Укл. Н.Й. Басюркіна. Одеса : ОНТУ, 2023. 45 с.
5. Басюркіна Н.Й. «Антикризове управління підприємницькими структурами»: конспект лекцій для студентів за напрямом підготовки магістра 07 «Управління та адміністрування» спеціальністю 076 «Підприємництво та торгівля» освітньою програмою «Підприємництво і торгівля, товарознавство і експертиза в митній справі» / Н.Й. Басюркіна. Одеса : ОНТУ, 2023. 50 с.
6. Басюркіна Н.Й. «Управління проєктами»: конспект лекцій для студентів, що навчаються за спеціальністю 076 «Підприємництво та торгівля»

освітньою програмою «Підприємництво і торгівля, товарознавство і експертиза в митній справі» за напрямом підготовки магістра денної і заочної форм навчання / Н.Й. Басюркіна. Одеса : ОНТУ, 2023. 172 с.

7. Басюркіна Н.Й. Кон'юнктура світових ринків товарів та послуг : конспект лекцій для бакалаврів спеціальності 076 «Підприємництво та торгівля» денної та заочної форм навчання. Одеса: ОНТУ, 2023. – 27 с.

8. Вігуржинська С.Ю., Басюркіна Н.Й., Свистун Т. В. Економіка підприємства : навч. посібник / за ред. С.Ю. Вігуржинської. Одеса : ОНАХТ, 2018. 116 с.

9. Карпов В.А., Басюркіна Н.Й., Горбаченко С.А., Шевченко-Перепьолкіна Р.І. Проєктний аналіз : навч. посібник / за ред. проф. Карпова В.А. Київ: Видавничий дім «Кондор», 2019. 324 с.

10. Методи проведення спеціальних економічних розрахунків : підручник / Осіпов П.В., Басюркіна Н.Й., Дудка Т.В. та ін.; під ред. д.е.н., проф. Осіпова П.В. Одеса : Друк, 2010. 262 с.

11. Товарознавство споживчих товарів. Пакування. Митне оформлення: навч. посібник у 2 частинах. Я.Г. Верхівкер та інші. Херсон: Олді+, 2022, 324 с. <https://elc.library.onaft.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONANT.1836835>

12. Товарознавство споживчих товарів. Пакування. Митне оформлення. Лабораторний практикум до виконання лабораторних, практичних та самостійних робіт студентами СВО «Бакалавр» та «Магістр». Я.Г. Верхівкер та інші. Херсон: Олді+, 2021, 308 с. <https://elc.library.onaft.edu.ua/library/DocumentDescription?docid=OdONANT.1688690>

13. Трансформації вітчизняного підприємництва в умовах ризиків і загроз сьогодення /[Басюркіна Н.Й. та ін.]; за ред. д.е.н., проф. Басюркіної Н.Й.; Одеський нац. технологічний ун-т. Ів.-Франківськ : ОНТУ, 2023. 467 с.

14. Ефективність використання інноваційно-інвестиційного потенціалу продовольчого бізнесу / Басюркіна Н.Й. та ін.; за ред. к.е.н. Бровкіної Ю.О. Одеса : ОНАХТ, 2020. 218 с.

15. Інноваційно-інвестиційний розвиток бізнес-структур в Україні : монографія / Басюркіна Н.Й. та ін.; за ред. д.е.н. Басюркіної Н.Й. Одеса : ОНАХТ, 2019. 226 с.
16. Економічні трансформації бізнес-структур в Україні : монографія / Басюркіна Н.Й. та ін.; за ред. д.е.н. Басюркіної Н.Й. Одеса : ОНАХТ, 2018. 288 с.
17. Привабливість харчового бізнесу в Україні : монографія / Басюркіна Н.Й. та ін.; за ред. д.е.н. Басюркіної Н.Й. Одеса : ОНАХТ, 2017. 192 с.
18. Басюркіна Н.Й. Агропромислові формування в забезпеченні продовольчої безпеки : монографія. Одеса: ППРЕЕД НАНУ, 2013. 441 с.
19. Басюркіна Н.Й. Дудка Т.В., Меліх О.О. Адаптація харчових підприємств України до нестабільних умов господарювання : Монографія // Одеса : ОНАХТ, 2013. 160 с.
20. Обсяг реалізованої промислової продукції за видами діяльності. Державна служба статистики України: веб-сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>. (дата звернення: 30.09.2023).
21. Закон України «Про інвестиційну діяльність» [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/main/1560-12> (дата звернення: 30.09.2023).
22. Закон України «Про режим іноземного інвестування» [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/main/93/96-%D0%B2%D1%80>. (дата звернення: 30.10.2023).
23. Методичні вказівки до виконання і оформлення дипломної роботи – економічної частини міжкафедрального комплексного дипломного проекту студентів напряму підготовки 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» за освітньою програмою «Економіка підприємства» денної та заочної форми навчання / Укл. Н.Й. Басюркіна, Т.В. Свистун. Одеса: ОНАХТ, 2016. 38 с.

24. Методичні вказівки до виконання курсової роботи «Управління проектами» для студентів спеціальності 051 «Економіка» галузі знань 05 «Соціальні та поведінкові науки» і спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» / Укл. Н.Й. Басюркіна. Одеса : ОНАХТ, 2017. 45 с.

25. Басюркіна Н.Й. «Антикризове управління підприємницькими структурами»: конспект лекцій для студентів за напрямом підготовки магістра 07 «Управління та адміністрування» спеціальністю 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» освітньою програмою «Економіка підприємства» / Н.Й. Басюркіна. Одеса : ОНАХТ, 2017. 50 с.

26. Басюркіна Н.Й. «Управління проектами»: конспект лекцій для студентів, що навчаються за спеціальністю 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» освітньою програмою «Економіка підприємства» та спеціальністю 051 «Економіка» освітньою програмою «Економіка підприємства» за напрямом підготовки магістра денної і заочної форм навчання / Н.Й. Басюркіна. Одеса : ОНАХТ, 2017. 172 с.

27. Басюркіна Н.Й. Кон'юнктура світових ринків товарів та послуг : конспект лекцій для бакалаврів спеціальності 6.030504 «Економіка підприємства» денної та заочної форм навчання. Одеса: ОНАХТ, 2015. – 27 с.

28. Вігуржинська С.Ю., Басюркіна Н.Й., Свистун Т. В. Економіка підприємства : навч. посібник / за ред. С.Ю. Вігуржинської. Одеса : ОНАХТ, 2018. 116 с.

29. Карпов В.А., Басюркіна Н.Й., Горбаченко С.А., Шевченко-Перепьолкіна Р.І. Проектний аналіз : навч. посібник / за ред. проф. Карпова В.А. Київ: Видавничий дім «Кондор», 2019. 324 с.

30. Методи проведення спеціальних економічних розрахунків : підручник / Осіпов П.В., Басюркіна Н.Й., Дудка Т.В. та ін.; під ред. д.е.н., проф. Осіпова П.В. Одеса : Друк, 2010. 262 с.

31. Привабливість харчового бізнесу в Україні : монографія / Басюркіна Н.Й. та ін.; за ред. д.е.н. Басюркіної Н.Й. Одеса : ОНАХТ, 2017. 192 с.
32. Економічні трансформації бізнес-структур в Україні : монографія / Басюркіна Н.Й. та ін.; за ред. д.е.н. Басюркіної Н.Й. Одеса : ОНАХТ, 2018. 288 с.
33. Інноваційно-інвестиційний розвиток бізнес-структур в Україні : монографія / Басюркіна Н.Й. та ін.; за ред. д.е.н. Басюркіної Н.Й. Одеса : ОНАХТ, 2019. 226 с.
34. Ефективність використання інноваційно-інвестиційного потенціалу продовольчого бізнесу / Басюркіна Н.Й. та ін.; за ред. к.е.н. Бровкіної Ю.О. Одеса : ОНАХТ, 2020. 218 с.
35. Басюркіна Н.Й. Агропромислові формування в забезпеченні продовольчої безпеки : монографія. Одеса: ПІРЕЕД НАНУ, 2013. 441 с.
36. Басюркіна Н.Й. Дудка Т.В., Меліх О.О. Адаптація харчових підприємств України до нестабільних умов господарювання : Монографія // Одеса : ОНАХТ, 2013. 160 с.
37. Обсяг реалізованої промислової продукції за видами діяльності. Державна служба статистики України: веб-сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>. (да-та звернення: 30.10.2023).
38. Гойко А.Ф. Методи оцінки ефективності інвестицій та пріоритетні напрямки їх реалізації / А.Ф. Гойко. К. : ВІРА-Р, 1999. 320 с.
39. Кузнецова А.Я. Фінансування інвестиційно-інноваційної діяльності: [монографія] / А.Я. Кузнецова. Львів : Львів. банків. ін-т НБУ, 2005. – 320 с.12. Пересада А.А. Управління інвестиційним процесом / А.А. Пересада.– К. : Ліб-ра, 2002. – 472 с.
40. Проєктне фінансування : [підручник] / [А.А. Пересада, Т.В.Майорова, О.О. Ляхова]. – К. : КНЕУ, 2005. – 736 с.

41. Проектний аналіз : [навч. посібник] / [В.С. Рижиков, М.М. Яковенко, О.В. Латишева та ін.] ; за ред. В.С. Рижикова. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 384 с
42. Рябих Д.А. Процедури оцінки інвестиційних проектів при проектному фінансуванні / Д.А. Рябих // Фінансовий ринок України. – 2008. – No 9. – С. 173–183.
43. Сатир Л.М. Методичні підходи до оцінки інвестиційної діяльності підприємства / Л.М. Сатир // Всеукраїнський науково-виробничий журнал. – 2012. – No 3 (13). – С. 82–86.
44. Соболев В.М. Оцінка економічної ефективності альтернативних інвестиційних проектів у сучасних умовах / В.М. Соболев // Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. – 2008. – No 120. – С. 152–157.
45. Куклік К.А. Проектне фінансування як фактор сприяння розвитку підприємств через реалізацію інвестиційних проектів / К.А. Куклік // Наукові праці. – 2011. – No 39. – С. 66–70.
46. Економіка і право. Кудренко Н. В. Національний університет харчових технологій : Теоретико-методичні підходи щодо оцінювання економічної ефективності функціонування підприємств. 2018 р. – 455 с. С. 28-40.
47. Економіка підприємства. Навч. посібник. □ навч. посіб. з грифом МОН 12,94/38,83 ум. др. арк / Л.О. Болтянська, Л.О. Андрєєва, О.І. Лисак. – Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2015. – 668 с. (12,94/38,83 ум. др. арк.)
48. Економічна ефективність вирощування продукції – Режим доступу: <https://mirznani.com/a/12097-2/ekokonomchna-efektivnst-virobnitstva-kartopl-2/> (дата звернення: 30.10.2023).
49. Економічна наука – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/> (дата звернення: 30.10.2023).

50. Яворська Т. І. Формування виробничих витрат в особистих селянських господарствах / Т. І. Яворська // Економіка та управління АПК: наук. журнал / БНАУ. Біла Церква, 2011. Випуск 6 (89). С. 31–36
51. Грідасов В.М., Кривченко С.В., Ісаєва О.Є. Інвестування. Київ: Центр навч. літ-ри, 2004. 164 с.
52. Дорошенко Т. В. Сутність інвестицій як економічної категорії. Фінанси України. 2000. № 11. С. 114–118.
53. Лук 'яник М. М. Сутність інвестицій як економічної категорії. Вісник Сумського нац. аграрн. ун.-ту. Серія: Фінанси і кредит. 2003. №2. С. 107–110.
54. Закон України «Про інвестиційну діяльність» №1560-ХІІ від 18.09.1991 р. URL : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1560-12> (дата звернення: 13.09.2021)
55. Бондар В. С. Підходи щодо визначення економічної сутності терміна «інвестиції». Економіка, фінанси, право. 2013. № 12. С.25–27.
56. Тягунська Т.Д. Класифікація інвестицій. Формування ринкових відносин в Україні. 2006. №9 (64). С. 37–41.
57. Хрущ Н.А. Інвестиційна діяльність: сучасні стратегії і технології: монографія. Хмельницький: Вид-во ХНУ, 2004. 309 с.
58. Ткаченко А.М., Плаксина Є.М. Економічна сутність інвестицій. *Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності*. 2013. Вип. 1(2). С. 99–102
59. Щукін Б.М. Інвестиційна діяльність: навч. посібник. Київ: МАУП, 1998. 268 с.
60. Корнєва Н. А. Методичні підходи до побудови комплексної інтегральної оцінки інвестиційної привабливості на регіональному рівні. *Актуальні проблеми економіки*. 2007. № 2 (68). С. 106–111.
61. Балацький О.Ф., Теліженко О.М., Соколов М.О. Управління інвестиціями: навч. посібник. Суми: ВТД «Університетська книга», 2004. 232 с.

ДОДАТКИ

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет Експертизи, біотехнології, харчової інженерії, підприємництва та торгівлі

Кафедра Торговельного підприємництва, товарознавства та управління бізнесом

Ступінь вищої освіти – другий (магістр)

Спеціальність 076 «Підприємництво та торгівля»

Освітня програма «Підприємництво і торгівля, товарознавство та експертиза в митній справі»



ГРАФІЧНІ МАТЕРІАЛИ

ДО КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ МАГІСТРА

на тему: «Оцінка інвестиційної привабливості проєкту виробництва олійно-жирової продукції з різних сортів вишні»

Здобувачка: _____ Куркан Ольга Сергіївна
Підпис

Керівник: _____ к.е.н., доцент Шалений В.А.
Підпис

Одеса – 2023 р.

Діаграма Ганта для проєкту виробництва вишневої олії

Фаза проєкту	Комплекс задач та завдань (пакет робіт)	Тиждень												
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	...
Пред-інвестиційна фаза	Розробка концепції проєкту	■	■	■	■									
	Аналіз ринкової ситуації	■	■	■	■									
	Первинний моніторинг каналів збуту			■	■	■								
	Розробка технологічних режимів			■	■	■								
	Пошук персоналу					■	■	■						
	Пошук обладнання					■	■	■						
	Налагодження зв'язків з постачальниками ТМЦ (сировини, матеріалів, тари)					■	■	■						
Інвестиційна фаза	Закупівля та установка обладнання								■	■	■			
	Закупівля сировини та матеріалів									■	■	■		
	Набір персоналу										■	■	■	
Фаза реалізації проєкту	Виробництво продукції											■	■	■
	Контроль бізнес-процесів											■	■	■
	Моніторинг ринку та оновлення асортименту											■	■	■

Розрахунок обсягу виробленої продукції у вартісному виразі

Продукція	Змінний обсяг виробленої продукції, кг	Річний обсяг виробленої продукції, тон	Оптова ціна реалізації продукції (без ПДВ), грн.	Обсяг виробленої продукції, тис. грн
Олія вишнева(25мл)	8,5	2,5	1072,7	2681,7
Олія вишнева(100мл)	16,9	5,1	920	4692
Олія (250 мл)	33,9	10,2	690	7038
Олія (1л)	25,4	7,6	536,4	4076,6
Побічна продукція (макуха)		35,8	8	286,4
Разом	84,7	61,2		18774,7

**Розрахунок повної собівартості виробництва олії вишневої за
статтями калькуляції**

Стаття витрат	Сума, тис. грн.	Питома вага, %
Сировина	3017,2	23,8
Тара	1396,9	11
Енергетичні ресурси на технологічні цілі	2365,7	18,7
Оплата праці основних виробничих працівників	1751,2	13,8
Відрахування на соціальні заходи із заробітної плати основних виробничих працівників	385,3	3,1
Амортизація технологічного обладнання	1844,2	14,6
Загальновиробничі витрати	402,6	3,2
Адміністративні витрати	563,6	4,4
Витрати на збут	938,7	7,4
Разом	12665,4	100,0

**Розрахунок строку окупності інвестицій при використанні
процедури дисконтування**

Показники	Роки			
	1	2	3	4
Чистий прибуток, тис. грн.	5009,6	5009,6	5009,6	500,6
Амортизація, тис. грн.	1844,2	1844,2	1844,2	1844,2
Грошовий потік, тис. грн.	6853,8	6853,8	6853,8	6853,8
Приведений грошовий потік, тис. грн.	5688,6	4729,1	3906,7	3289,8
Сумарний приведений грошовий потік, тис. грн.	5688,6	10417,7	14324,4	17614,2

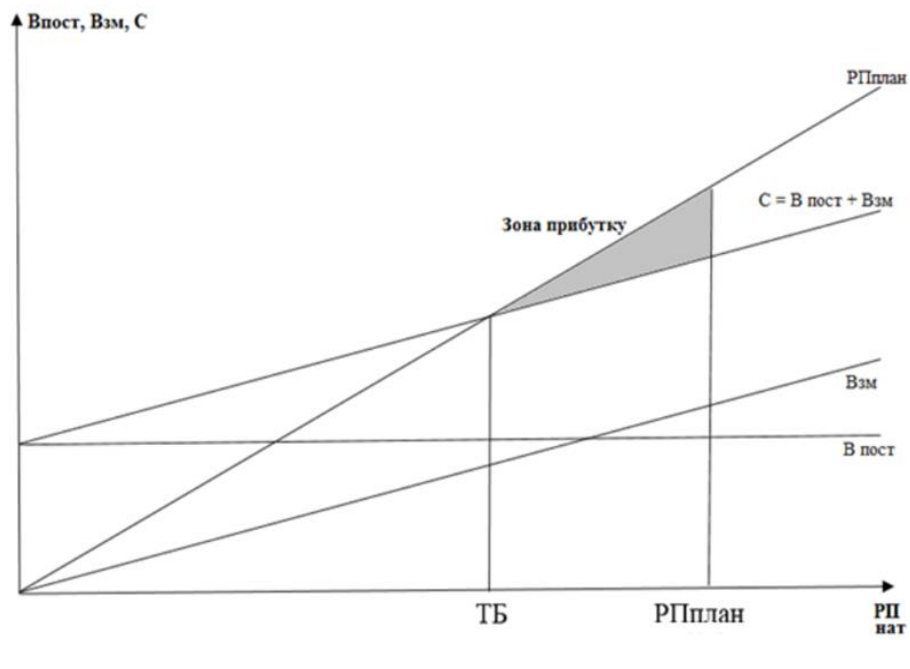
Розподіл витрат підприємства

Витрати	Сума, тис. грн	Належні сть витрат	Змінні витрати, тис. грн.	Постійні витрати, тис. грн.
Сировина та матеріали	3017,2	змінні	3017,2	
Тара та пакування	1396,9	змінні	1396,9	
Енергетичні ресурси на технологічні цілі	2365,7	змінні	2365,7	
Оплата праці основних виробничих працівників	1751,2	постійні		1751,2
Відрахування на соціальні заходи із заробітної плати основних виробничих працівників	385,3	постійні		385,3
Амортизація технологічного обладнання	1844,2	постійні		1844,2
Загальновиробничі витрати	402,6	постійні		402,6
Адміністративні витрати	563,6	постійні		563,6
Витрати на збут	938,7	постійні		938,7
Разом	12665,4		6779,8	5885,6

Показники ефективності інвестиційного проєкту при різній структурі капіталу (при 40%-вій ставці за кредитними ресурсами)

Показник	Структура капіталу (власний/позиковий)						
	100/0	90/10	80/20	70/30	60/40	50/50	40/60
Капітал (інвестиції), тис. грн, в тому числі	9772,6	9772,6	9772,6	9772,6	9772,6	9772,6	9772,6
Власний капітал, тис. грн.	9772,6	8795,3	7818,1	6840,8	5863,6	4886,3	3909,1
Позиковий капітал, тис. грн.	0	977,3	1954,5	2931,8	3909	4886,3	5863,6
Чистий прибуток, тис. грн.	5009,6	4689,1	4368,5	4047,9	3727,5	3406,9	3086,4
NPV, тис. грн.	8033,5	7056,2	6079	5535,7	4123,5	3147,2	3037
Індекс доходності	1,82	1,74	1,62	1,57	1,4	1,31	1,21
Термін окупності інвестиції, років	1,23	1,32	1,44	1,58	1,74	1,91	2,10
Рентабельність капіталу, %	51,3	47,9	44,7	41,4	38,2	34,8	31,5
Рентабельність власного капіталу, %	51,3	53,3	55,9	59,2	63,6	69,7	78,9

Точка Безбитковості проекту



Основні техніко-економічні та фінансові показники проекту

№ п/п	Показник	Значення при структурі капіталу (власний/позиковий)	
		100/0	50/50
1	Обсяг виробленої продукції (вишнева олія), тон	25,4	25,4
2	Обсяг виробленої продукції, тис. грн.	18774,7	18774,7
-	в т.ч. вишневої олії	18488,3	18448,3
3	Собівартість продукції, тис. грн, в тому числі	12665,4	14619,9
3.1	матеріальні витрати	6779,8	6779,8
3.2	витрати на оплату праці	2471,2	2471,2
3.3	відрахування на соціальні заходи (єдиний соціальний внесок)	543,7	543,7
3.4	амортизація	1844,2	1844,2
3.5	інші витрати	1026,5	2981
4	Прибуток, тис. грн.	6109,3	4154,8
5	Чистий прибуток, тис. грн.	5009,6	3406,9
6	Інвестиційні витрати, тис. грн.	9772,6	9772,6
6.1	Власні кошти, тис. грн.	9772,6	4886,3
6.2	Позикові кошти, тис. грн.	0	4886,3
7	Вартість основних засобів, тис. грн.	9220,8	9220,8
8	Чисельність персоналу, чол.	15	15
9	Фондовіддача, грн	2,04	2,04
10	Продуктивність праці, тис. грн./чол.	1251,6	1251,6
11	Середньомісячна заробітна плата, грн..	16474,7	16474,7
12	Витрати на 1 грн продукції, грн	0,675	0,792
13	Рентабельність продукції, %	48,2	28,4
14	Рентабельність інвестицій (капіталу), %	51,3	34,8
15	Рентабельність власного капіталу, %	51,3	69,7
16	Чистий приведений дохід (NPV), тис. грн..	8033,5	3869,9
17	Внутрішня ставка доходності (IRR), %	41	28
18	Індекс доходності (Id)	1,82	1,40
19	Термін окупності інвестицій, років	1,23	1,91
20	Точка беззбитковості		
20.1	тис. грн	9212,3	11639,8
20.2	тон переробки вишні	12,5	15,7
21	Коефіцієнт безпеки, %	51	38