

**НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ
«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ
ІМЕНІ ІГОРЯ СІКОРСЬКОГО»
Факультет менеджменту та маркетингу**

Кафедра менеджменту

«До захисту допущено»
Завідувачка кафедри

д.е.н., проф. Вікторія ДЕРГАЧОВА
«08» червня 2021 р.

ДИПЛОМНА РОБОТА
на здобуття ступеня бакалавра
за освітньо-професійною програмою
«Менеджмент і бізнес-адміністрування»
спеціальності 073 «Менеджмент»
на тему
«Інвестиційний проєкт впровадження нового продукту на
підприємстві»

Виконала студентка 4 курсу, групи УІ-71
Катерина КОЗАЧЕНКО

(підпис)

Керівник доцентка кафедри менеджменту:
к.е.н, доц. Жанна ЖИГАЛКЕВИЧ

(підпис)

Рецензент доцент кафедри математичного моделювання економічних систем:
к.т.н., доц. Ольга ЦЕСЛІВ

(підпис)

Засвідчую, що у цій дипломній роботі
немає цитат та вилучень з праць інших
авторів без відповідних посилань
студент(ка) _____
(підпис)

Київ – 2021 року

**Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»**

Факультет менеджменту та маркетингу

Кафедра менеджменту

Рівень вищої освіти – перший (бакалаврський)

Спеціальність **073 «Менеджмент»**

Освітньо-професійна програма **«Менеджмент і бізнес-адміністрування»**

Сертифікатна програма **«Менеджмент інвестицій та інновацій»**

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувачка кафедри

д.е.н., проф. Вікторія ДЕРГАЧОВА

«08» жовтня 2020 р.

**ЗАВДАННЯ
НА ДИПЛОМНУ РОБОТУ СТУДЕНТЦІ
Катерині КОЗАЧЕНКО**

1. Тема роботи: «Інвестиційний проєкт впровадження нового продукту на підприємстві»,

керівник роботи к.е.н., доц. Жанна ЖИГАЛКЕВИЧ

затверджені наказом по університету від 21.05.2021 р. №1248-с

2. Термін подання студентом роботи: 07.06.2021 р.

3. Вихідні дані до роботи: наукова та навчально-методична література, законодавчі та нормативні акти України, що регламентують інвестиційну діяльність підприємств, інформація про створення та розвиток ПрАТ «Чумак» фінансова звітність (Форма №1 «Баланс» та Форма №2 «Звіт про фінансові результати» за 2017-2019 рр.), інша статистична звітність підприємства, статистична інформація на сайті державної служби статистики України, дані аналітичної платформи YouControl.

4. Зміст пояснювальної записки:

а) теоретична частина:

- розглянути сутність та види інвестиційних проєктів на підприємствах;
- розкрити особливості фінансування інвестиційних проєктів та оцінки ефективності їх впровадження на підприємствах;

в) аналітична частина:

- здійснити дослідження господарсько-економічної діяльності підприємства;
- проаналізувати рівень конкурентоспроможності підприємства;
- оцінити потенціал підприємства;

в) рекомендаційна частина:

- розробити інвестиційний проєкт впровадження нового виду продукту на підприємства та надати детальну характеристику його реалізації;
- обґрунтувати ефективність розробки та реалізації запропонованого проєкту.

5. Перелік ілюстративного матеріалу

1. Теоретичні аспекти розробки інвестиційного проєкту;
2. Характеристика господарсько-економічної діяльності ПрАТ «Чумак»;
3. Аналіз конкурентоспроможності ПрАТ «Чумак»;
4. Оцінка виробничого потенціалу ПрАТ «Чумак»;
5. Оцінка ринкового потенціалу та фінансової стійкості ПрАТ «Чумак»;
6. Інвестиційний проєкт впровадження нового виду продукту на ПрАТ «Чумак»;
7. Витрати та терміни реалізації запропонованого інвестиційного проєкту;
8. Характеристика доходів від реалізації запропонованого інвестиційного проєкту;
9. Оцінка ефективності запропонованого інвестиційного проєкту.

6. Дата видачі завдання:

«08» жовтня 2020 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів виконання дипломної роботи	Термін виконання етапів роботи	Позначки керівника про виконання завдань
1.	Збір необхідної інформації щодо теоретичних та практичних засад розробки та реалізації інвестиційних проєктів	08.10.2020 – 25.12.2020	
2.	Розгляд теоретичних положень та практичного досвіду розробки та реалізації інвестиційних проєктів	26.12.2020 – 29.01.2021	
3.	Аналіз господарсько-економічної діяльності підприємства	30.01.2021 – 28.02.2021	
4.	Аналіз конкурентоспроможності підприємства	01.03.2021 – 31.03.2021	
5.	Оцінка потенціалу підприємства	01.04.2021 – 26.04.2021	
6.	Розробка інвестиційного проєкту впровадження нового виду продукту на підприємстві	27.04.2021 – 04.05.2021	
7.	Обґрунтування ефективності розробки та реалізації запропонованого проєкту	05.05.2021 – 14.05.2021	
8.	Оформлення дипломної роботи першого (бакалаврського) рівня вищої освіти	15.05.2021 – 30.05.2021	

Студент

(підпис)

Катерина КОЗАЧЕНКО

Керівник дипломної роботи

(підпис)

Жанна ЖИГАЛКЕВИЧ

РЕФЕРАТ

Дипломна робота на тему: «Інвестиційний проєкт впровадження нового продукту на підприємстві» містить 102 сторінки, 30 таблиць, 33 рисунки та 3 додатки. Перелік посилань нараховує 57 найменувань.

Метою роботи є вивчення теоретичних основ та розробка практичних рекомендацій щодо розроблення інвестиційного проєкту впровадження нового виду продукції на підприємстві.

Об'єктом дослідження є інвестиційний проєкт впровадження нової продукції на підприємстві.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних та практичних положень розроблення та реалізації інвестиційного проєкту впровадження нового виду продукції на підприємстві.

Методи дослідження. Виконання дипломної роботи здійснено на основі застосування загальних та спеціальних методів дослідження, а саме методів аналізу, синтезу, формалізації, класифікації, групування, табличний та графічний методи, коефіцієнтний і порівняльний аналізи, прогнозування, калькуляційний метод розрахунку собівартості та методи комп'ютерних технологій.

Результати роботи. Розроблено інвестиційний проєкт впровадження нового виду продукції, який передбачає виробництво соусу «Кечунез». Проведено оцінку його економічної ефективності та інвестиційної привабливості. Результатом реалізації запропонованого проєкту є підвищення конкурентоспроможності ПрАТ «Чумак», збільшення обсягів реалізації підприємства, а також зростання прибутків.

Рекомендації щодо використання результатів роботи. Результати дослідження можуть бути використані вітчизняними підприємствами харкової галузі для ефективного впровадження нових видів продукції.

Результати впровадження досліджень. Розроблені в дипломній роботі пропозиції були представлені на розгляд керівному складу ПрАТ «Чумак», де було визнано можливість їх практичного застосування.

Ключові слова: інвестиційний проєкт, інвестиції, новий продукт, конкурентоспроможність, ефективність, витрати, прибуток.

ABSTRACT

Bachelor's thesis includes 102 pages, 30 tables, 33 drawings, 3 attachments. The bibliography list consists of 57 items.

The purpose of the work is to study the theoretical foundations and develop practical recommendations for the development of an investment project for the implementation of a new type of product at the company.

The object of the research is an investment project of the implementation of new products at the company.

The subject of the research is a set of theoretical and practical provisions for the development and implementation of an investment project for the introduction of a new type of product at the provisions.

Research methods. Thesis work of the first (bachelor's) level is carried out on the basis of general and special research methods: analysis, synthesis, formalization, classification, grouping, tabular and graphical methods, coefficient and comparative analysis, forecasting, costing method and computer technology methods.

Results of work. The investment project was developed for the implementation of a new type of product at the company, which provides for the production of Kechunez sauce. And also the estimation of its economic efficiency and investment attractiveness is carried out. The result of the proposed project is to increase the competitiveness of PJSC «Chumak», increase sales of the company, as well as increase profits.

Recommendations for the use of work results. The results of the study can be used by enterprises of the food industry for the effective introduction of new products.

The results of research implementation. The proposals developed in the thesis were presented to the management of PJSC «Chumak», where the possibility of their practical application was recognized.

Key words: investment project, investments, new product, competitiveness, efficiency, costs, profit.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	8
1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗРОБЛЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПРОЄКТУ НА ПІДПРИЄМСТВІ	11
1.1 Сутність та види інвестиційних проєктів	11
1.2 Методи фінансування та оцінки інвестиційних проєктів	20
Висновки до розділу	28
2 ДОСЛІДЖЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРИВАТНОГО АКЦІОНЕРНОГО ТОВАРИСТВА «ЧУМАК».....	30
2.1 Характеристика ПрАТ «Чумак».....	30
2.2 Аналіз конкурентоспроможності ПрАТ «Чумак».....	42
2.3 Оцінка потенціалу ПрАТ «Чумак» щодо впровадження нового продукту ...	55
Висновки до розділу	65
3 РОЗРОБКА ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПРОЄКТУ НА ПРИВАТНОМУ АКЦІОНЕРНОМУ ТОВАРИСТВІ «ЧУМАК»	67
3.1 Характеристика проєкту впровадження нового продукту на ПрАТ «Чумак»	67
3.2 Оцінка інвестиційного проєкту впровадження нового продукту на ПрАТ «Чумак»	77
Висновки до розділу	86
ВИСНОВКИ	88
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	91
ДОДАТКИ	96

ВСТУП

Однією з найбільш пріоритетних та стратегічно важливих галузей в Україні є харчова промисловість. Вона обслуговує не тільки потреби національного рівня (забезпечення внутрішнього ринку якісними харчовими товарами майже на 90%), а й займає важливе місце у функціонуванні світового ринку завдяки експорту сировини, напівфабрикатів та готової продукції в інші країни. Харчова промисловість України складається з різноманітних галузей, яких існує більше 40. Серед основних варто виділити молочну, м'ясну, спиртову, макаронну, консервну та інші галузі. Виробництвом харчової продукції в Україні в 2019 році займалось понад 15 000 підприємств. В умовах високого рівня конкуренції на ринку для ефективного функціонування підприємства, зайняття лідируючих позицій та утримання конкурентоспроможності в порівнянні з іншими гравцями ринку, підприємствам вкрай важливо постійно розвиватись та покращувати фінансово-економічні, інноваційні та інші показники діяльності.

Процес інвестування є невід'ємною частиною розвитку компаній незалежно від їх розміру, організаційно-правової форми та інших параметрів. Реалізація інвестиційних планів компаній та організацій неможлива без розробки інвестиційного плану. Чітко та професійно розроблений інвестиційний проєкт слугує гарантією економічної ефективності його впровадження і реалізації.

Вагомий внесок у дослідження розробки інвестиційних проєктів зробили вчені: Базилевич В. та Мазур І. [2], Майорова Т. В. [3], Зімін А. І. [4], Попов В. П. та Семенов В. П. [5], Золотогоров В. Г. [6], Савчук В. П. [7], Васина А. А. [8], Тарасюк Г. М. [9], Пупенцова С. В. [13], Пересада А. А. [29], Вдовіченко А. А. та Черешньовська Г. М. [30], Прус Л. Р. [46] та інші.

Науковцями розглянуто та запропоновано концептуальні напрями розробки інвестиційних проєктів на підприємствах, підходи до їх реалізації, обґрунтовано методологічні принципи їх складення, а також розроблено методологічні підходи до здійснення оцінки інвестиційних проєктів та розрахунку інвестиційної привабливості проєкту. Проте пріоритетним напрямком наукових досліджень

залишаються практичні аспекти формування інвестиційних проєктів впровадження нового виду продукції на підприємствах, особливо харчової галузі в Україні.

Метою дипломної роботи є вивчення теоретичних основ та розробка практичних рекомендацій щодо розроблення інвестиційного проєкту впровадження нового виду продукції на підприємстві.

Відповідно до зазначеної мети поставлено такі задачі:

- розглянути сутність та види інвестиційних проєктів на підприємствах;
- розкрити особливості фінансування інвестиційних проєктів та оцінки ефективності їх впровадження на підприємствах.
- дослідити господарсько-економічну діяльність підприємства;
- проаналізувати рівень конкурентоспроможності підприємства;
- оцінити потенціал підприємства.
- розробити інвестиційний проєкт впровадження нового виду продукту на підприємства та надати детальну характеристику його реалізації;
- обґрунтувати ефективність запропонованого проєкту.

Об'єктом дослідження є інвестиційний проєкт впровадження нової продукції на підприємстві.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних та практичних положень розроблення та реалізації інвестиційного проєкту впровадження нового виду продукції на підприємстві.

Базою дослідження є Приватне акціонерне товариство «Чумак». Юридична адреса: Україна, 74800, Херсонська обл., місто Каховка, вулиця Козацька, 3.

Теоретичною основою дослідження є результати теоретичних, дослідницьких, дослідно-аналітичних і прикладних розробок вітчизняних і закордонних експертів, вчених і фахівців у сфері управління інвестиціями, аналітично оброблені статистичні дані про розвиток української економіки за 2015-2019 рр., а також роботу виконано відповідно до плані науково-дослідних робіт кафедри менеджменту НТУУ «КПІ ім. Ігоря Сікорського».

Методи дослідження. Для вирішення поставлених задач застосовувались загальні та спеціальні методи дослідження, а саме методи аналізу, синтезу, формалізації, класифікації, групування, табличний та графічний методи, коефіцієнтний і порівняльний аналізи, прогнозування, калькуляційний метод розрахунку собівартості та методи комп'ютерних технологій.

Інформаційну базу дослідження складають наукова та навчально-методична література, законодавчі та нормативні акти України, що регламентують інвестиційну діяльність підприємств, інформація про створення та розвиток ПрАТ «Чумак» фінансова звітність (Форма №1 «Баланс» та Форма №2 «Звіт про фінансові результати» за 2017-2019 рр.), інша статистична звітність підприємства, статистична інформація на сайті державної служби статистики України, дані аналітичної платформи YouControl.

Практична значущість. Результати дослідження можуть бути використані вітчизняними підприємствами харкової галузі для ефективного впровадження нових видів продукції, а особливо ПрАТ «Чумак», з відсотком рентабельності інвестицій понад 60%, що дозволить підприємствам збільшити обсяги продажів та прибутки, а також підвищити рівень конкурентоспроможності на ринку.

Апробація. Козаченко К. Д. Етапи розробки інвестиційних проєктів на підприємстві та їх особливості. *Економіка, фінанси, облік і право: актуальні питання і перспективи розвитку*. 2021. С. 163-165

1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗРОБЛЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПРОЄКТУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

1.1 Сутність та види інвестиційних проєктів

Стрімкий розвиток масштабів та інтенсивності економічних процесів у всьому світі зумовлює не менш стрімке зростання попиту на інвестиції як на макрорівні, так і на мікрорівні. Процес інвестування є невід’ємною частиною розвитку компаній незалежно від їх розміру, організаційно-правової форми та інших параметрів. Реалізація інвестиційних планів компаній та організацій неможлива без розробки інвестиційного плану. Чітко та професійно розроблений інвестиційний проєкт слугує гарантією економічної доцільності та ефективності його впровадження і реалізації.

Широкий спектр сфер застосування інвестицій обумовлює велику кількість різноманітних підходів до трактування поняття «інвестиційного проєкту» як у вітчизняній, так і в зарубіжній економічній літературі. Дослідження різних підходів до визначення даного поняття наведене в табл. 1.1.

Таблиця 1.1 – Підходи до визначення поняття «інвестиційного проєкту»

№	Автор	Визначення поняття
1	2	3
1	Закон України «Про інвестиційну діяльність»	Комплекс заходів (організаційно-правових, управлінських, аналітичних, фінансових та інженерно-технічних), визначених на основі національної системи цінностей і завдань інноваційного розвитку національної економіки та спрямованих на розвиток окремих галузей, секторів економіки, виробництв, регіонів, виконання яких здійснюється суб’єктами інвестиційної діяльності з використанням цінностей [1]
2	В. Д. Базилевич, І. І. Мазур	Цілеспрямоване, заздалегідь опрацьоване, заплановане створення та модернізація фізичних об’єктів, технологічних процесів, технічної та організаційної документації для них, матеріальних, фінансових та інших ресурсів, а також управлінських рішень і заходів їх виконання [2, с. 13]
3	Т. В. Майорова	Системно обмежений і закінчений комплекс заходів, документів і робіт, фінансовим результатом якого є прибуток (дохід), матеріально-речовим результатом – нові або реконструйовані фонди, або придбання та використання фінансових інструментів чи нематеріальних активів з подальшим отриманням доходу чи соціального ефекту [3, с. 351]
4	А. І. Зімін	Програма реалізації інвестицій, що пов’язана з обґрунтуванням економічної або іншої доцільності, об’єму та термінів реалізації вкладень, в тому числі зі складенням необхідної проектно-кошторисної документації та описом конкретних практичних дій з реалізації [4, с. 158]

Продовження таблиці 1.1

1	2	3
5	В.П. Попов та В.П. Семенов	Система взаємопов'язаних інвестиційних проектів, що мають спільні цілі, єдині джерела фінансування та органи управління [5, с. 37]
6	В.Г. Золотогоров	Комплексний план заходів, що включає проектування, будівництво, придбання технологій та обладнання, підготовку кадрів і т. д., спрямованих на створення нового або модернізацію діючого виробництва товарів (продукції, робіт, послуг) з метою отримання економічної вигоди [6, с. 62]
7	В.П. Савчук	Спеціальним чином оформлена пропозиція про зміну діяльності підприємства, що переслідує певну мету [7, с. 654]
8	Г. О. Васіна	Процес вкладення грошових коштів у реальне виробництво, яке наведене у вигляді системи взаємопов'язаних у часі і просторі та об'єднаних з ресурсами заходів і дій, що виконуються з метою його реалізації [8, с. 99]
9	Г. М. Тарасюк	Сукупність документів, що характеризують проект від його задуму до досягнення заданих показників ефективності та обсягу та включають передінвестиційну, інвестиційну, експлуатаційну і ліквідаційну стадії його реалізації; це будь-який комплекс заходів забезпечених інвестиціями [9, с. 23]

Складено автором на основі [1-9]

Розглянуті підходи до визначення поняття інвестиційного проекту мають як схожості, так і певні відмінності у трактуваннях. По-перше, інвестиційний проект неможливий без наявності інвестицій. По-друге, всі дослідники визначають даний термін з точки зору сукупності та тісного взаємозв'язку всіх елементів та етапів, а також комплексності. До того ж важливою ознакою інвестиційного проекту на думку більшості авторів є наявність мети (фінансової, економічної, соціальної і тд).

Отже, інвестиційний проект – це цілеспрямований комплексний план заходів, що спрямований на створення, розвиток або модернізацію засобів праці, предметів праці, технології або інших ресурсів, які задіяні у виробничому процесі, з метою отримання вигоди в майбутньому та який забезпечений інвестиціями.

А також, інвестиційний проект – це сукупність документів, які характеризують проект на всіх етапах, а також визначають практичний план дій по вкладенню капіталу та прогнозуванні показників результату.

Основними характеристиками інвестиційного проекту є [10]:

- чітко визначена мета та бажаний результат реалізації проекту;
- визначена кількісна оцінка результату;

- зміна наявного стану підприємства або певних процесів;
- обмеженість ресурсів та часу;
- унікальність запланованих дій та результату [10].

Процес розробки та реалізації інвестиційного проєкту поділений на декілька етапів, які мають свої підділі та вирішують конкретні задачі: передінвестиційний, інвестиційний, експлуатаційний (операційний або виробничий), а також ліквідаційно-аналітичний етапи [11]. Основні етапи розробки та реалізації інвестиційного проєкту відображені на рис. 1.1.

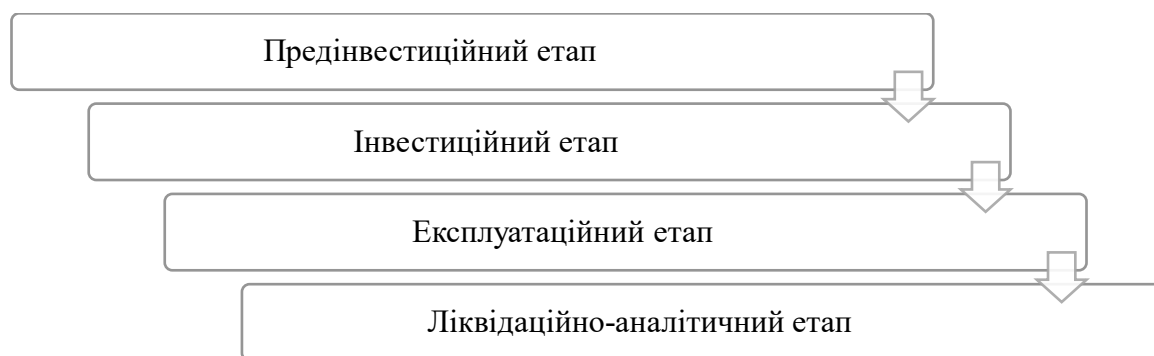


Рисунок 1.1 – Етапи розробки та реалізації інвестиційного проєкту
(розроблено автором на основі [11])

Передінвестиційний етап по своїй суті є підготовчим етапом та передбачає визначення інвестиційних можливостей і самого проєкту, і потенційного інвестора; пошук можливих варіантів їх реалізації з подальшим аналізом альтернативних варіантів та вибору найкращого з них, а також прийняття рішення про інвестування та безпосередня розробка плану дій з реалізації обраного проєкту.

Інвестиційний етап є першою стадією саме реалізації інвестиційного проєкту та передбачає проєктування, підбір персоналу, заключення договорів та початок створення або модернізації виробничих потужностей, будівництво об'єктів або реалізацію інших передбачених планом заходів.

Найдовшою фазою є експлуатаційний етап. Його ще називають операційним або виробничим, оскільки об'єкт інвестування безпосередньо впроваджується у процес виробництва або інший процес діяльності підприємства, створення або покращення якого було передбачене інвестиційним проєктом. Експлуатаційний етап передбачає досягнення запланованих результатів,

реалізацію оцінки досягнутих результатів, внесення необхідних коригувань з метою збільшення ефективності реалізації проєкту.

Останнім етапом реалізації інвестиційного проєкту є ліквідаційно-аналітичний етап. На даному етапі здійснюється три основні задачі: ліквідація можливих негативних наслідків, вивільнення оборотних засобів і переорієнтація виробничих потужностей, а також аналіз та оцінка результатів проєкту, його ефективності, відповідності планових та фактичних показників, ступеня достовірності прогнозів і надійності методик оцінки інвестиційного проєкту.

Основні задачі, які вирішуються при реалізації інвестиційного проєкту [4]:

- збільшення виробничого потенціалу підприємства в результаті ефективної реалізації інвестиційного проєкту. Вирішення даної задачі пов'язане з оновленням, якісним покращенням та кількісним збільшенням основних фондів, а також підвищенням технічного рівня та ефективності як виробництва, так і управління в цілому;
- мінімізація ризику інвестицій при реалізації інвестиційного проєкту, яка пов'язана з відсутністю повної та достовірної інформації, невизначеністю кон'юнктури та перспектив ринку, що в свою чергу призводить до збільшення ступеня ризику при здійсненні інвестиційного проєкту;
- досягнення максимально можливої фінансової віддачі, адже отриманий дохід є ключовим показником ефективності як реалізації безпосередньо інвестиційного проєкту, так і діяльності підприємства в цілому;
- оптимізація інвестиційних вкладень, тобто отримання максимально можливої віддачі інвестиційних вкладень;
- забезпечення фінансової стійкості та платоспроможності підприємства. Оскільки реалізації великих інвестиційних проєктів передбачає передачу значної кількості фінансових ресурсів на досить довгий період часу, це може призвести до зниження платоспроможності підприємства в короткостроковій перспективі. Більше того, реалізація інвестиційних проєктів підприємства, зазвичай, передбачає залучення позичкового капіталу, що призводить до

зменшення фінансової стійкості підприємства. Саме ці фактори зумовлюють необхідність проведення детального аналізу та точного прогнозування фінансової стійкості підприємства на всіх етапах реалізації інвестиційного проєкту [4].

Структура та зміст інвестиційного проєкту, а також його окремих частин як сукупності документів обирається в залежності від специфіки проєкту, сфери діяльності, наявності необхідної інформації, а також масштабності самого проєкту. По своїй суті інвестиційний проєкт є бізнес-планом, який є підставою для одержання фінансової підтримки від потенційних інвесторів [12].

Стандартний бізнес-план інвестиційного проєкту складається з [13]:

- загальних даних та ідеї проєкту;
- оцінки ринку та галузі;
- оцінки необхідних інвестицій (капіталовкладень);
- маркетингового плану (цінова політика, канали збуту і т.д.);
- виробничого плану (процес виробництва, необхідні ресурси і т.д.);
- організаційного плану (включає календарний план та підбір кадрів);
- оцінка та управління ризиками;
- фінансовий план;
- фінансово-економічна оцінка проєкту [13].

Процес розробки ефективного інвестиційного проєкту передбачає його вибір в залежності від певних характеристик та класифікаційних ознак, які обираються спираючись на специфіку і проєкту, і діяльності самого підприємства, і галузі, в якій функціонує підприємство та буде реалізовано інвестиційний проєкт.

У вітчизняній та зарубіжній економічній літературі виділяється велика кількість різноманітних класифікацій інвестиційних проєктів за численними класифікаційними ознаками. Детально розглянемо деякі з них: за цільовою спрямованістю, за напрямками виробничого розвитку, за формою здійснення реальних інвестицій, за обсягом інвестування, за терміном реалізації, за групами інвесторів, які беруть участь реалізації проєкту, за джерелами фінансування, за сумісністю реалізації, за напрямками інвестування, а також за рівнем ризику.

Основною класифікаційною ознакою є термін реалізації інвестиційних проєктів. Відповідно до неї всі проєкти поділяються на короткострокові, середньострокові та довгострокові. Значення тривалості реалізації кожного виду інвестиційного проєкту визначається різними вченими та дослідниками по-різному, але в середньому термін реалізації короткострокових проєктів становить менше одного року, середньострокових – від одного до трьох років, а реалізація довгострокових проєктів триває більше трьох років.

Інвестиційні проєкти в залежності від їх цільового спрямування поділяють на проєкти розвитку та санаційні проєкти (рис. 1.2) [14]. Проєкти розвитку підприємств мають на меті реалізацію довгострокових цілей підприємства. До даного виду проєктів відносяться проєкти, що пов'язані зі збільшенням обсягу виробництва, диверсифікацією виробництва або передбачають створення нових підприємств. Характерною особливістю проєктів санації є їх мета – запобігання банкрутству або, так зване, «фінансове оздоровлення». Інвестиційні проєкти санації проводяться лише вже функціонуючими підприємствами, які мають загрозу банкрутства. Поява необхідності розробки та реалізації проєкту санації може бути викликана суттєвою зміною кон'юнктури ринку, використання застарілої технологічної або технічної бази, неефективністю управління або іншими причинами. Проведення інвестиційного проєкту санації передбачає зміну структури підприємства, модернізацію бізнес-процесів, заміну старого обладнання на нове, проведення радикальних змін у виробничій, інноваційній або маркетинговій політиці, а у випадку критичної ситуації навіть злиття з іншим більш фінансово стійким підприємством [15].

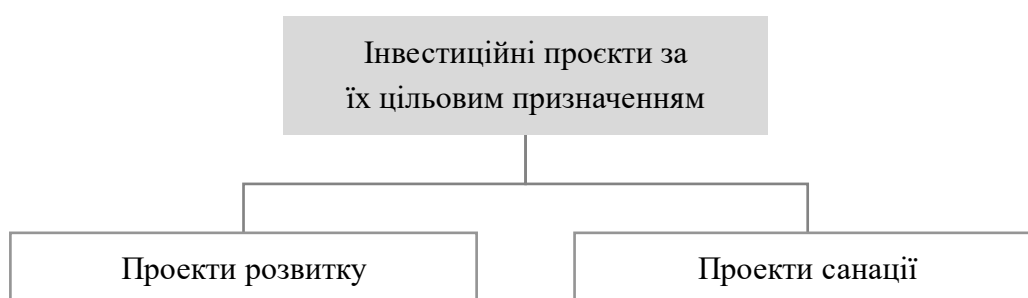


Рисунок 1.2 – Види інвестиційних проєктів за їх цільовим призначенням
(складено автором на основі [14])

Інвестиційні проєкти за обсягом інвестування поділяються на три види: невеликі інвестиційні проєкти з обсягом інвестицій до 100 тис. дол. США, середні інвестиційні проєкти з обсягом інвестицій від 100 тис. до 1 млн. дол. США, а також великі інвестиційні проєкти з обсягом інвестицій понад 1 млн. дол. США [16].

За напрямками виробничого розвитку виділяють дві групи інвестиційних проєктів: проєкти, які спрямовані на зростання обсягів виробництва (в тому числі диверсифікація продукції), а також проєкти, які мають на меті збільшення обсягів реалізації продукції (рис. 1.3). Серед них варто виділити проєкти освоєння нової продукції, проєкти створення або модернізації технології, проєкти збільшення обсягів виробництва, проєкти освоєння нових ринків збуту та інші [14].



Рисунок 1.3 – Види інвестиційних проєктів за напрямками виробничого розвитку
(складено автором на основі [14])

За рівнем ризику інвестиційні проєкти можна розділити на проєкти з ризиком нижче середнього (зазвичай, це проєкти, які спрямовані на зниження собівартості продукції), проєкти з середнім рівнем ризику, які спрямовані на збільшення обсягів виробництва продукції або диверсифікацію виробництва, проєкти з рівнем ризику вище середнього (це переважно проєкти, які спрямовані на виробництво нової продукції або освоєння нових ринків збуту), а також

високоризикові проєкти, до яких відносяться проєкти з дослідження, розробки та впровадження радикального нового виду продукції або технології [17].

За формою здійснення реальних інвестицій виокремлюють такі види [14]:

- проєкти, що передбачають придбання цілісних майнових комплексів (зазвичай, передбачають диверсифікацію продукції або освоєння нових ринків);
- проєкти, що передбачають будівництво нових об'єктів;
- проєкти, що передбачають реконструкцію підприємства та здійснюються із застосуванням сучасних науково-технічних відкриттів;
- проєкти, що передбачають модернізацію активної частини основних засобів та супроводжуються зміною обладнання, техніки та механізмів, які використовуються на підприємстві. Вони, в свою чергу, можуть бути спрямовані на відтворення основних виробничих засобів підприємства, придбання нових нематеріальних активів, що мають інноваційний характер, а також на забезпечення приросту матеріальних оборотних засобів [14].

Фінансування інвестиційного проєкту може здійснюватись за рахунок внутрішніх джерел підприємства, залучення додаткового власного капіталу, залучення позикового капіталу або лізингу, а також фінансування інвестиційного проєкту може бути здійснене за допомогою змішаної форми фінансування інвестиційних проєктів (рис. 1.4).

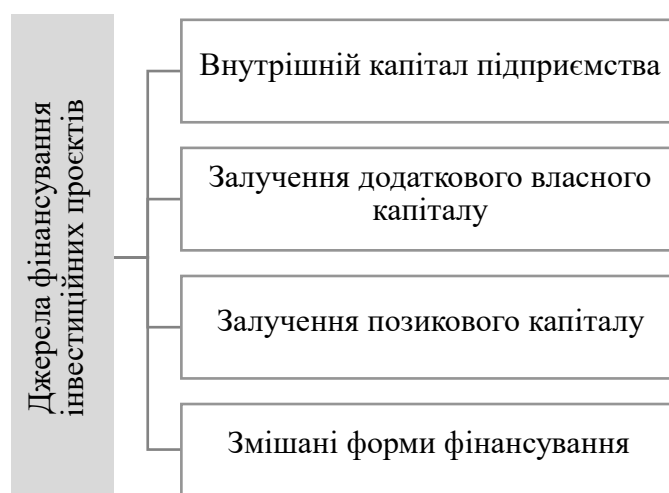


Рисунок 1.4 – Джерела фінансування інвестиційних проєктів
(складено автором на основі [18])

Інвестиційні проекти за сумісністю реалізації поділяються на ті, які не залежать від реалізації інших проектів підприємства, ті, що залежать від них, а також ті, які виключають можливість реалізації інших проектів підприємства [18].

Ще однією класифікаційною ознакою інвестиційних проектів є склад інвесторів, які беруть участь в процесі реалізації проекту [14]:

- проекти, які здійснюються безпосередньо підприємством без залучення додаткової сторонньої допомоги;
- проекти, які здійснюються із залученням вітчизняних інвесторів;
- проекти, які здійснюються із залученням іноземних інвесторів [14].

Остання класифікаційна ознака – напрямки інвестиційних проектів. За даною ознакою вони поділяються на виробничі, науково-технічні (науково-дослідні), комерційні, фінансові, екологічні та соціальні проекти.

Виробничі, науково-дослідні та комерційні проекти є тісно пов'язаними одне з одним, оскільки комерційні проекти можуть стати джерелом фінансування науково-дослідних проектів, які, в свою чергу, забезпечують більш ефективну реалізацію виробничих. Реалізація виробничих інвестиційних проектів передбачає вкладення коштів в створення нового, розширення, модернізацію або реконструкцію існуючого виробничого процесу на підприємстві. Науково-технічні проекти передбачають розробку та створення високоефективного обладнання та технологічних процесів. А комерційні проекти мають на меті отримання прибутку від здійснення інвестицій в результаті купівлі, продажу або використання майна.

Фінансові інвестиційні проекти пов'язані з придбанням цінних паперів та інших фінансових активів, формуванням їх портфелю, купівлею та реалізацією фінансових зобов'язань, а також з емісією та реалізацією цінних паперів.

Екологічні інвестиційні проекти включають проекти, які мають на меті охорону природи та навколишнього середовища, а також покращення діяльності виробництва з метою мінімізації шкідливого впливу на зовнішнє середовище.

Соціальні інвестиційні проекти спрямовані на досягнення суспільно корисних цілей, наприклад, покращення стану освіти, спорту, культури і т.д [4].

1.2 Методи фінансування та оцінки інвестиційних проєктів

Ключовим напрямком реалізації інвестиційного проєкту є вибір оптимального методу його фінансування. Підбір методу фінансування проєкту залежить від багатьох факторів: специфіка проєкту, наявність власних фінансових коштів у підприємства, фінансова стійкість підприємства, ризиковість проєкту і т.д.

У вітчизняній та зарубіжній літературі виділяють наступні основні методи фінансування інвестиційних проєктів (рис. 1.5): самофінансування, акціонування, державне (бюджетне) фінансування, державні зовнішні позики, кредитування (переважно довгострокове), лізинг, проєктне фінансування, венчурне фінансування, іпотека, а також змішані форми фінансування [4].



Рисунок 1.5 – Методи фінансування інвестиційних проєктів
(розроблено автором на основі [4])

Класичний метод фінансування інвестиційних проєктів – самофінансування, яке здійснюється за рахунок використання власних фінансових ресурсів підприємства. В даному випадку джерелами фінансування виступає чистий прибуток, а також амортизаційні відрахування. Головними перевагами самофінансування є збереження автономії підприємства та утримання його

фінансової стійкості, тобто знижується ризик банкрутства. Проте недолік самофінансування полягає в обмеженості розміру інвестицій, а тому даний метод фінансування, зазвичай, застосовується для невеликих інвестиційних проєктів [19].

Іншим відомим методом фінансування інвестиційних проєктів виступає акціонування. Воно здійснюється за рахунок емісії цінних паперів, тобто випуску акцій (звичайних або привілейованих). При реалізації даного методу інвесторами проєкту, тобто власниками акцій, можуть виступати як юридичні особи, так і фізичні. Власники акцій отримують привілеї у вигляді дивідендів та можливості участі в управлінні акціонерним товариством, а підприємство отримує необхідну суму коштів на початку реалізації проєкту з можливістю перенесення виплати заборгованості на тривалий термін. Крім того поширеною практикою застосування акціонерного фінансування виступає процес розширення акціонерного капіталу з метою масштабування проєкту. Отже, метод акціонерного фінансування є оптимальною альтернативою для великих інвестиційних проєктів з великим терміном окупності витрат [20].

Законом України «Про інвестиційну діяльність» передбачені чотири основні методи реалізації державної підтримки інвестиційних проєктів: «співфінансування реалізації інвестиційних проєктів за рахунок коштів державного бюджету, надання відповідно до законодавства для реалізації інвестиційних проєктів державних гарантій з метою забезпечення виконання боргових зобов'язань за запозиченнями суб'єкта господарювання, кредитування за рахунок коштів державного бюджету суб'єктів господарювання для реалізації інвестиційних проєктів, повної або часткової компенсації за рахунок коштів державного бюджету відсотків за кредитами суб'єктів господарювання для реалізації інвестиційних проєктів» [21].

Реалізація державної підтримки інвестиційних проєктів відбувається шляхом проведення відбору на конкурсній основі, а також передбачає проведення державної експертизи та оцінку економічної ефективності проєкту. Державне фінансування має два основні види: на поворотній і безповоротній основах [4].

Проведення фінансування інвестиційних проєктів державою є основою для створення сприятливого економічного середовища в країні, розвитку регіонів та певних секторів, а також є ефективним інструментом державного впливу на інвестиційну діяльність в країні в цілому.

Державні зовнішні запозичення з метою фінансування інвестиційних проєктів передбачають отримання кредитів (позик) від іноземних держав, іноземних фінансових установ та організацій на підставі міжнародних договорів України відповідно до Статті 16 Бюджетного кодексу України [22]. Проте наразі залучення іноземних інвестицій для України є гострою проблемою у зв'язку з падінням багатьох економічних показників після 2015 року [23].

Найпопулярнішим методом фінансування інвестиційних проєктів різного масштабу виступає кредитне (позикове) фінансування. Кредит – це суспільні відносини, що виникають між економічними суб'єктами у зв'язку з переданням один одному в тимчасове користування вільних коштів на засадах зворотності, платності та добровільності [24]. Різноманітність видів кредитування дозволяє підібрати підприємству найоптимальніший варіант в залежності від його потреб та можливостей. Основні види кредитів наведені на рис. 1.6.

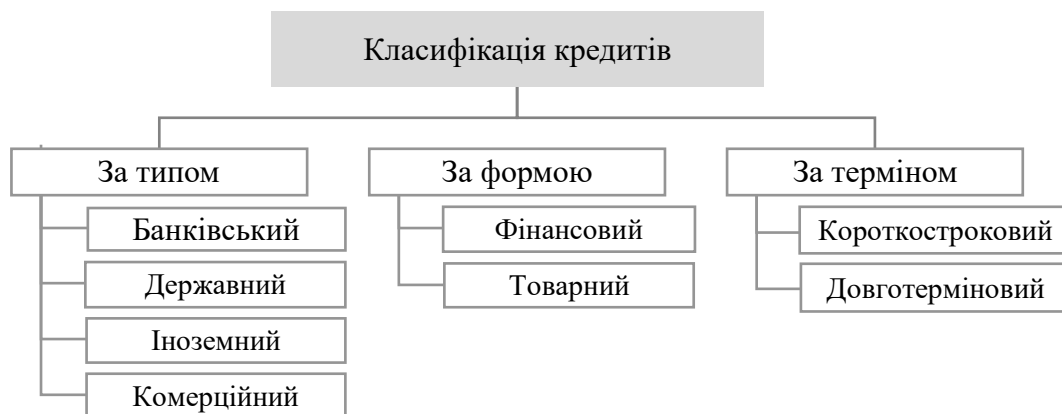


Рисунок 1.6 – Класифікація кредитів

(складено автором на основі [25])

Для фінансового забезпечення інвестиційних проєктів, зазвичай, використовується довгострокове кредитування. Даний тип кредитування передбачає аналіз та оцінку не тільки самого проєкту, а ще й зміни ринкової кон'юнктури та загального економічного становища в країні. Перевагами

довгострокового кредитування є залучення всієї необхідної суми коштів на початку реалізації проєкту, рівномірне боргове навантаження, можливість укладення договору на великий термін (наприклад, на весь період окупності інвестицій), а також можливість вибору між фіксованою та змінною ставками. А серед головних недоліків варто виділити необхідність виплати боргових зобов'язань в чітко обумовлені терміни та надання гарантій або застав для отримання кредиту.

Особливим методом фінансування інвестиційних проєктів є лізинг. Він являє собою форму ресурсного забезпечення інвестиційних проєктів та передбачає передачу у користування будь-яких матеріальних ресурсів. Варто зазначити, що предметом лізингу не можуть бути земельні ділянки та інші природні об'єкти, єдині майнові комплекси підприємств та їх відокремлені структурні підрозділи (філії, цехи, дільниці) [26]. Використання такого методу фінансування дозволяє прискорити реалізацію інвестиційного проєкту, а також усунути необхідність значних капітальних вкладень.

В залежності від терміну укладення договору виділяють види лізингу [4]:

- рейтинг (короткострокова оренда на строк до 1 року);
- хайринг (середньострокова оренда на строк від 1 до 3 років);
- безпосередньо лізинг (довгострокова оренда від 3 років) [4].

Проєктне фінансування особливий вид фінансування, який застосовують виключно у розрізі інвестиційних проєктів. Його характерною ознакою є те, що сам інвестиційний проєкт виступає способом обслуговування боргових зобов'язань, тобто кошти видаються не під заставу майна або гарантії, а під грошовий потік, який з'явиться внаслідок реалізації інвестиційного проєкту. З точки зору традиційного кредитування така позика є малозабезпеченою та ризиковою. Практика застосування проєктного фінансування виокремлює три його види [27]:

- проєктне фінансування, при якому інвестор бере на себе всі ризики, що пов'язані з реалізацією проєкту, через що ціна капіталу є високою;
- проєктне фінансування, при якому інвестор не приймає на себе ніяких ризиків, що забезпечує низьку вартість капіталу для підприємства;

- проєктне фінансування змішаного типу, за якого всі ризики проєкту розподіляються між сторонами певним чином за їх сумісною згодою [27].

Одним з найбільш ризикових видів фінансування інвестиційних проєктів є венчурне фінансування, основною задачею якого є сприяння зростанню конкретного бізнесу шляхом надання певних сум грошових коштів в обмін на частку в статутному капіталі або який-небудь пакет акцій компанії. Венчурний капітал вкладається в акції новостворених або швидкозростаючих компаній, які мають перспективи отримання високої дохідності. Ціллю венчурного фінансування є отримання значного надприбутку від вкладеного капіталу. Як правило, венчурними називаються ті підприємства, діяльність яких пов'язана з проведенням наукових досліджень, науково-технологічних та інженерних розробок, створенням та впровадженням нововведень. До переваг венчурного фінансування варто віднести те, що компанії, які розвиваються і через це є високоризиковими, все рівно можуть отримати фінансування, а також відсутня необхідність внесення застави та виплати процентів за користування [28].

Окрему увагу варто приділити інвестиційному банківському кредиту, який забезпечений заставою нерухомості – іпотека. Застава нерухомого майна в банківській практиці вважається найбільш надійним способом забезпечення виплати боргових зобов'язань по кредиту, в той же час застава нерухомого майна є дуже ризиковим для самого підприємства, яке буде реалізовувати інвестиційний проєкт. Виокремлюють два основні види іпотечних кредитів при фінансуванні інвестиційних проєктів: постійний іпотечний кредит та кредит зі змінними виплатами, який має декілька підвидів, що наведені на рис. 1.7 [29].

При укладенні договору іпотеки важливу роль відіграє оцінка ефективності інвестиційного проєкту, тобто проводиться інвестиційний аналіз, який комплексно аналізує інвестиційну привабливість запланованого проєкту.

Зімін А.І. зазначає, що оцінювати інвестиційну привабливість проєкту необхідно з урахуванням чотирьох основних компонентів: обсяг початкових вкладень (invested capital – IC), потенційні вигоди у вигляді майбутніх грошових

надходжень від операційної діяльності (cash flow – CF), термін реалізації проєкту (N років) та ліквідаційна вартість проєкту (reverse value – RV). Критерії оцінки економічної ефективності інвестиційного проєкту наочно відображаються за допомогою фінансового профілю інвестиційного проєкту (рис. 1.8) [4].

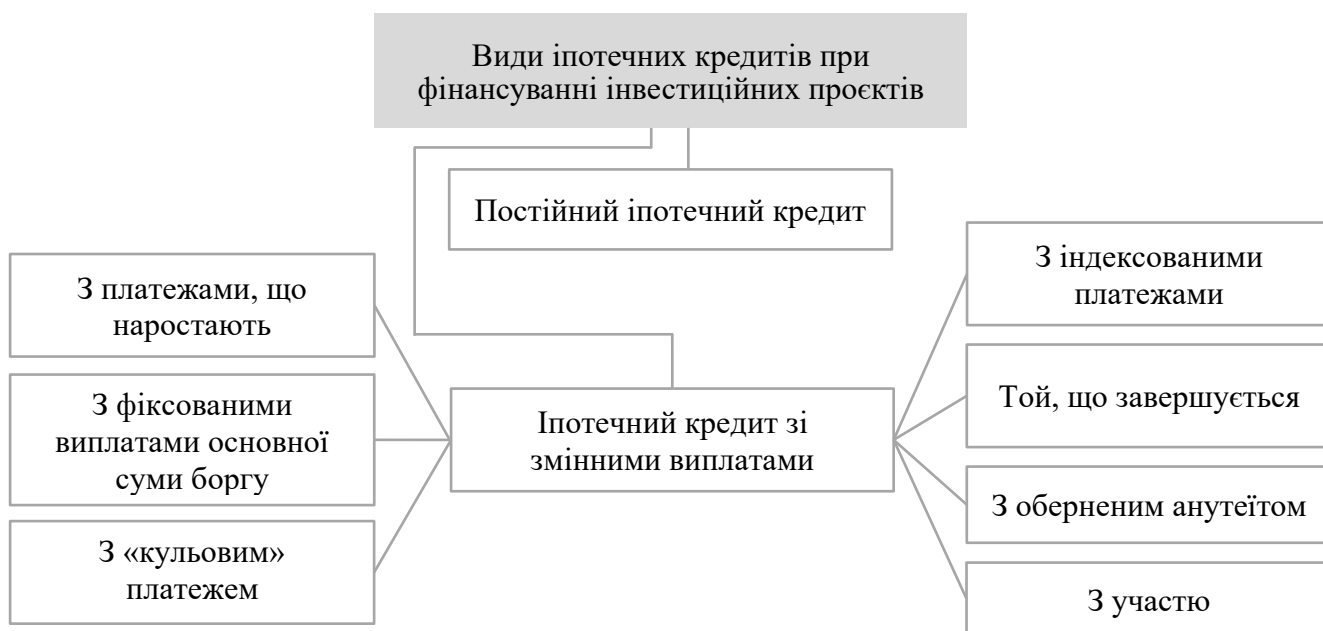


Рисунок 1.7 – Види іпотечних кредитів при фінансуванні інвестиційних проєктів (складено автором на основі [29])

Всі методи оцінки ефективності інвестиційного проєкту можна поділити на дві групи: статистичні та динамічні методи. Особливістю статистичних методів є те, що розрахунок показників відбувається на основі недисконтованих грошових потоків, а характерною ознакою динамічних методів є те, що вони включають зміну вартості грошей в часі та шляхом дисконтування або нарощування (компаундингу) приводять всі грошові потоки до однакового періоду [30].

На практиці широко застосовуються саме динамічні методи. Ключовими серед них варто виділити такі показники: чистої теперішньої вартості (NPV), індекс прибутковості проєкту (IR), внутрішню норму дохідності (IRR), термін окупності інвестицій (DPP), а також розрахунок коефіцієнту ефективності інвестицій [30].

Метод розрахунку чистої теперішньої вартості інвестиційного проєкту (NPV) визначає інтегральний економічний ефект інвестицій та характеризує абсолютний результат всього процесу інвестування.

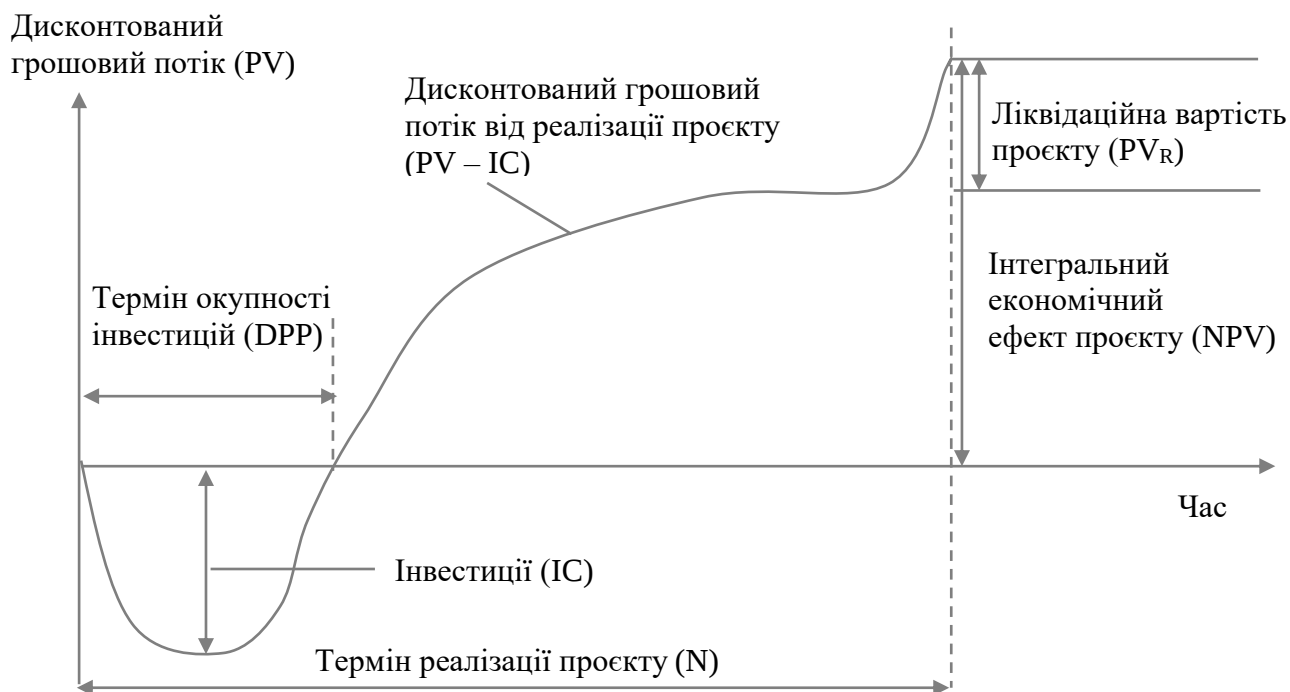


Рисунок 1.8 – Фінансовий профіль інвестиційного проєкту [4]

Розрахунок чистої теперішньої вартості здійснюється за формулою (1.1):

$$NPV = \sum_{k=1}^n \frac{B_t - C_t}{(1 + i)^n} - IC, \quad (1.1)$$

де B_t – вигоди проєкту в квартал t ;

C_t – витрати проєкту в квартал t ;

i – ставка дисконту;

IC – первісні інвестиції.

Аналіз результатів ґрунтується на тому, що якщо отримане значення чистої теперішньої вартості становить більше 0, то проєкт можна приймати; якщо дорівнює нулю, то проєкт не призведе ні до збитків, ні до прибутку; а якщо NPV менше 0, тоді проєкт є збитковим і його варто відхилити. Позитивне значення NPV відображає розмір доходу, який отримає інвестор понад очікуване значення.

Варто зауважити, що при прогнозуванні доходів необхідно враховувати всі надходження, які можуть бути пов'язані з проєктом. Наприклад, якщо після завершення реалізації проєкту планується надходження коштів у вигляді ліквідаційної вартості обладнання, то вони повинні бути враховані у відповідний період. А також можна підвищити точність розрахунку чистої теперішньої

вартості, якщо як момент дисконтування грошового потоку обрати не кінець року, а наприклад, середину року. Таким чином буде враховано, що проєкт приносить дохід безперервно, а не тільки в кінці розрахункового періоду.

Розрахунок індексу рентабельності інвестицій відбувається на основі значення чистої теперішньої вартості і представлений як співвідношення дисконтованих доходів (позитивного NPV) до дисконтованих втрат (негативного NPV) та розраховується за формулою (1.2):

$$PI = \frac{NPV_+}{NPV_-} \text{ або } \frac{\sum_{t=1}^n \frac{B_t - C_t}{(1+i)^n}}{IC} \quad (1.2)$$

Проєкт приймається, якщо отримане значення індексу рентабельності становить більше 1, та відхиляється, якщо значення PI вийшло менше одного. В разі отримання значення PI рівного нулю, проєкт є ні прибутковим, ні збитковим.

Внутрішня норма прибутковості (IRR) визначається як коефіцієнт дисконтування, при якому чиста приведена вартість проєкту (NPV) дорівнює нулю. Показник внутрішньої норми прибутковості розраховується за формулою (1.3):

$$IRR = A + \frac{a * (B - A)}{(a - b)}, \quad (1.3)$$

де A – величина ставки дисконту, при якій NPV позитивна;

a – величина позитивної NPV, при величині ставки дисконту A;

B – величина ставки дисконту, при якій NPV негативна;

b – величина негативної NPV, при величині ставки дисконту B.

Одним з найбільш популярних показників, який використовується для аналізу інвестиційних проєктів, є розрахунок терміну окупності. Під терміном окупності розуміють період часу від початку реалізації інвестиційного проєкту до моменту, коли накопичений дохід дорівнює величині інвестицій. Розрахунок терміну окупності інвестиційного проєкту проводиться за формулою (1.4):

$$DPP = t + \frac{KVP_t}{PV_{t+1}}, \quad (1.4)$$

де t – квартал останнього від'ємного значення кумулятивної вартості;

KPV_t – кумулятивна вартість t кварталу (останнє від'ємне значення), грн.;

PV_{t+1} – дисконтована вартість грошового потоку у $t+1$ кварталі, грн.

В результаті розрахунку терміну окупності проєкт приймається лише в тому разі, якщо отриманий період окупності знаходиться в межах норми, яка була визначена підприємством або іншими зацікавленими сторонами.

Метод розрахунку коефіцієнта ефективності інвестицій (ARR) ґрунтується на розрахунку співвідношення величини середньорічного чистого прибутку до величини інвестицій. При чому виділяють два методи розрахунку: по відношенню до середнього значення інвестицій та по відношенню до початкових інвестицій. Використання методики заснованої на початкових інвестиціях може спричинити заниження значення отриманого результату, оскільки не враховуються амортизація основних фондів, нематеріальних активів, а також через зміну робочого капіталу. Проте використання цього методу є більш простим. Коефіцієнт ефективності інвестицій розраховується за формулою (1.5):

$$ARR = \frac{P * (1 - t)}{IC + RV} * 100\% , \quad (1.5)$$

де P – середньорічний прибуток від реалізації проєкту;

t – ставка оподаткування;

RV – ліквідаційна вартість проєкту.

Отже, оцінка ефективності інвестиційних проєктів є вкрай важливим етапом інвестиційного аналізу та реалізації інвестиційного проєкту в цілому. При чому зі збільшенням масштабності проєкту, збільшується вагомість здійснення цього процесу та необхідність отримання максимально точних результатів.

Кожен метод оцінки ефективності проєктів має свої переваги та недоліки, а також особливості застосування, тому важливо проводити оцінку ефективності комплексно з урахуванням декількох різноманітних показників одночасно.

Висновки до розділу

Таким чином, досліджено вітчизняну та зарубіжну економічну літературу та визначено основну сутність поняття інвестиційного проєкту, а саме на основі підходів різних авторів до даного трактування, сформовано, що інвестиційний

проект це цілеспрямований комплексний план заходів, що спрямований на створення, розвиток або модернізацію засобів праці, предметів праці, технологій або інших ресурсів, які задіяні у виробничому процесі, з метою отримання вигоди в майбутньому та який є забезпечений інвестиціями. Також інвестиційний проект розглядається як сукупність документів, які характеризують проект на всіх етапах, а також визначають практичний план дій по вкладенню капіталу та прогнозуванню показників результату.

Було охарактеризовано інвестиційний проект зі сторони його основних характеристик, задач, етапів розробки та реалізації, а також структури як документу. Наведено детальну класифікацію інвестиційних проектів за такими класифікаційним ознаками як цільова спрямованість, напрями виробничого розвитку, форми здійснення реальних інвестицій, обсяг інвестування, термін реалізації, групи інвесторів, які беруть участь реалізації проекту, джерела фінансування, сумісність реалізації, напрями інвестування та рівень ризику.

Проведено дослідження та визначено, що основними методами фінансування інвестиційних проектів є самофінансування, акціонування, державне (бюджетне) фінансування, державні зовнішні позики, кредитування (переважно довгострокове), лізинг, проектне фінансування, венчурне фінансування, іпотека як особливий вид кредитування, а також змішані форми фінансування. Кожен метод фінансування інвестиційних проектів детально описано із зазначення особливостей застосування, переваг та недоліків кожного з них.

А також було визначено, що основними методами оцінки ефективності інвестиційних проектів є показник чистої теперішньої вартості (NPV), індекс прибутковості проекту (IR), внутрішня норма дохідності (IRR), термін окупності інвестицій (DPP), а також коефіцієнт ефективності інвестицій. Описано їх сутність, алгоритм розрахунку, аналіз результатів та особливості застосування.

2 ДОСЛІДЖЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРИВАТНОГО АКЦІОНЕРНОГО ТОВАРИСТВА «ЧУМАК»

2.1 Характеристика ПрАТ «Чумак»

Однією з найбільш пріоритетних та стратегічно важливих галузей в Україні є харчова промисловість. Вона обслуговує не тільки потреби національного рівня (забезпечення внутрішнього ринку якісними харчовими товарами майже на 90%), а й займає важливе місце у функціонуванні світового ринку завдяки експорту сировини, напівфабрикатів та готової продукції в інші країни. Харчова промисловість України складається з різноманітних галузей, яких існує більше 40. Серед основних варто виділити молочну, м'ясну, спиртову, макаронну, консервну та інші галузі. Виробництвом харчової продукції в Україні в 2019 році займалось понад 15 000 підприємств, а загальний обсяг реалізації склав 443 176,2 млн. грн. без ПДВ, який за 5 років збільшився на 56,68% (рис. 2.1) [23].

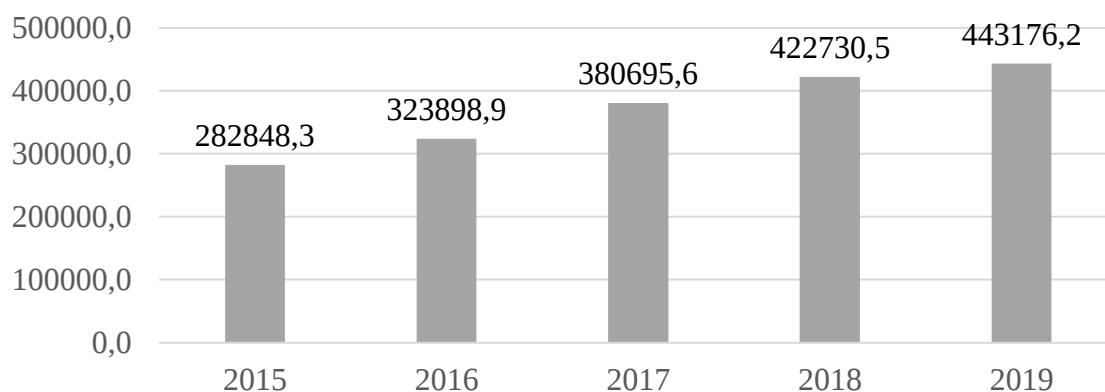


Рисунок 2.1 – Обсяг реалізації харчової продукції по роках, млн. грн.

(складено автором на основі [23])

Аналіз графіку свідчить про позитивну тенденцію зростання обсягу реалізації харчової продукції українськими підприємствами протягом 5 років. Дана динаміка обумовлена постійним зростанням чисельності населення та відповідно збільшенням попиту, зростанням експорту харчових продуктів в різні країни, а також зміною потреб, особливо в бік більш різноманітного асортименту.

Однією з найкрупніших харчових виробничих підприємств України є компанія ПрАТ «Чумак», яка присутня на національному ринку близько 25 років та 22 роки на міжнародному. Основними напрямками діяльності є виробництво кетчупів, соусів, майонезів, томатної пасты, соків, соняшникової олії, консервованих овочів і макаронних виробів, а також виготовлення ВТМ-продукції.

Загальна характеристика підприємства наведена в табл. 2.1.

Таблиця 2.1 – Загальна характеристика ПрАТ «Чумак»

Зміст відомостей	Інформація про компанію
Повна назва підприємства	Приватне акціонерне товариство Чумак
Скорочена назва підприємства	ПрАТ «Чумак»
Поштова та юридична адреси підприємства	Україна, 74800, Херсонська обл., місто Каховка, вулиця Козацька, будинок 3
Реєстр	24106105

Складено автором на основі [31]

Засновниками є шведські підприємці Йохан Боден і Карл Стурен, які уперше приїхали в Україну в 1993 році. На батьківщині обоє займалися сімейним бізнесом по виробництву овочів. Спочатку компанія носила назву South Food, Inc. Це було спільне підприємство шведських підприємців і Фонду державного майна України. А 29 травня 1996 року компанія стала називатися «Чумак» [32].

Нині ПрАТ «Чумак» – це компанія зі шведським капіталом, головне керівництво якої представлене президентом та засновником компанії – Карлом Стуреном, який є почесним консулом Швеції в Каховці, директором корпоративного розвитку та другим співзасновником компанії – Йоханом Боденом, а також генеральним директором – Левчуком Андрієм Володимировичем. Перелік засновників (учасників ПрАТ «Чумак») наведено в табл. 2.2.

Таблиця 2.2 – Засновники (учасники) ПрАТ «Чумак»

№	Назва/ім'я	Адреса	Розмір внеску до статутного капіталу
1	Чумак Холдінгс Лімітед	Кіпр, місто Лімасол	349 092 520 грн.
2	Боден Йохан Свен Річард	Україна, смт Любимівка (Херсонська область)	10 грн.
3	Драгон Капітал Інвестментс Лімітед	Кіпр, місто Нікосія	10 грн.
4	ДРГН Лімітед	Кіпр, місто Нікосія	10 грн.
5	Концентра Лімітед	Кіпр, місто Нікосія	10 грн.

Складено автором на основі [33]

Асортимент ПрАТ «Чумак» представлений 20 позиціями (Додаток А): маринади, кетчупи, томатна паста, 100% натуральні соуси-приправи, засмажки, заправки, соуси-приправи, азіатські соуси-приправи, майонез і майонезні соуси, макарони різних видів, соки, песто, в'ялені томати, дитячий натуральний сік фрузі, консервовані та мариновані овочі, гірчиця та десерти [34].

Важливим етапом дослідження господарсько-економічної діяльності будь-якого підприємства є аналіз динаміки зміни його основних фінансово-економічних показників, а саме обсягів собівартості реалізованої продукції, обсягу валового доходу від реалізації продукції та обсяг чистого прибутку від реалізації продукції підприємством в конкретному році. Для характеристики діяльності підприємства та проведення мінімального аналізу основних фінансово-економічних показників підприємства варто дослідити їх у розрізі мінімум трьох років для того, щоб була можливість відслідкувати певні тенденції зміни значень. Основні фінансово-економічні показники, такі як собівартість виготовленої продукції, валовий дохід та чистий прибуток ПрАТ «Чумак» наведені в табл. 2.3.

Таблиця 2.3 – Основні фінансово-економічні показники ПрАТ «Чумак»

Показник, грн.	2017 рік	2018 рік	2019 рік	Відхилення 2018/2017		Відхилення 2019/2018	
				Абсолютне	Відносне	Абсолютне	Відносне
Собівартість	827 614	1 031 927	1 141 758	204 313	25	109 831	11
Валовий дохід	376 888	456 489	470 322	79 601	21	13 833	3
Чистий прибуток	28 696	100 337	124 444	71 641	250	24 107	24

Розраховано автором на основі [31]

Отже, спостерігаємо позитивну тенденцію збільшення основних фінансово-економічних показників. Собівартість виготовленої продукції в 2019 році збільшилась на 11%% в порівнянні з минулим періодом, валовий дохід зріс на 3%, а чистий прибуток – на 24%. Варто звернути увагу на те, що в 2018 році спостерігається стрімке зростання чистого прибутку в порівнянні з минулим роком та становить 250%. Зростання цих показників характеризує ПрАТ «Чумак» як стабільну компанію, яка постійно та стрімко розвивається.

Для того, щоб визначити майбутню поведінку організації потрібно мати уявлення як про її внутрішнє, так і про зовнішнє середовища, її потенціал і тенденції розвитку. Зовнішнє середовище організації – це сукупність факторів, які

знаходяться поза межами організації, але певним чином впливають на неї. Більшість сучасних теорії управління визначають, що зовнішнє середовище є важливіше за внутрішнє. Зовнішнє середовище це джерело забезпечення організації ресурсами, необхідними для підтримання її внутрішнього потенціалу на визначеному рівні для досягнення цілей.

Фактори зовнішнього середовища поділяються на дві групи: макросередовище, так зване середовище опосередковано дії, що включає політичні, економічні, науково-технічні фактори, тенденції ресурсного забезпечення, демографічні, природні та соціально-культурні фактори, та детальна характеристика якого наведена в табл. 2.4, та мікросередовище, так зване середовище прямої дії, яке включає споживачів, постачальників, посередників, конкурентів, а також контактні аудиторії.

Таблиця 2.4 – Основні чинники зовнішнього макросередовища (середовища опосередкованої дії) підприємства

Чинник	Характеристика чинника та його вплив
1	2
Політичні фактори	– державна економічна політика, політична стабільність та міжнародні угоди в країні впливають на довіру до виробника та його товару, можливість виходу товару/організації на світовий ринок та його конкурентоспроможність; – зміни в податковій політиці держави впливають на ціну товару, що в свою чергу впливає на споживацький попит та на доходи виробника.
Економічні фактори	– рівень економічного розвитку впливає на можливості і загрози організації, що проявляється в конкурентному тиску на неї; – темп інфляції впливає на непередбачуваність подій, пов'язаних з компанією; – рівень безробіття впливає на склад та конкурентоспроможність персоналу; – рівень доходів населення впливає на споживацький попит; – коливання курсу національної валюти впливає на конкурентоспроможність продукції організації на світовому ринку.
Науково-технічні фактори	– інновації в галузі створення товарів; – інновації в технології; – інновації в менеджменті та маркетингу; – роботизація та комп'ютеризація у виробництві впливають на ефективність та продуктивність використання ресурсів, на якість виготовленої продукції, а також на обсяги випуску та реалізації виготовленої продукції.
Тendenції ресурсного забезпечення	– рівень забезпечення ресурсами; – доступність ресурсів; – власний врожай; – зв'язки з постачальниками. Всі ці фактори впливають на виробничі можливості підприємства, обсяг випуску продукції, а також на рівень задоволення споживчого попиту.

Продовження таблиці 2.4

1	2
Демографічні фактори	– народжуваність та смертність; – проблеми міжетнічних відносин; – чисельність населення; – середня тривалість та умови життя; – імміграція та еміграція. Кожен з цих факторів впливає на потенційну кількість споживачів, склад та структуру персоналу підприємства, а також на споживчий попит.
Природні фактори	– обсяги викидів шкідливих речовин; – надійність та екологічна безпека виробничих систем; – утилізаційна придатність; – стан природного середовища, в якому знаходиться підприємство.
Соціально-культурні фактори	– освітній рівень; – соціальна забезпеченість; – криміналізація в суспільстві; – купівельні звички; – соціальна відповідальність. Ці фактори впливають на смаки споживачів, на структуру та обсяг попиту, на можливість його задоволення, а також на структуру та склад штату.

Розроблено автором на основі [35, 36]

Середовище прямої дії безпосередньо формує задачі для операційної діяльності підприємства. Основними суб'єктами мікросередовища будь-якого підприємства є п'ять елементів: споживачі, постачальники, посередники, конкуренти, а також контактні аудиторії.

Споживачі ПрАТ «Чумак» складають доволі широку групу, оскільки охоплюють різноманітні верстви населення України незалежно від їх статі, вікової категорії, місця проживання, рівня доходів та освіти, посади або інтересів. Значний розмір потенційної аудиторії обумовлений широким асортиментом продукції, яка виготовляється ПрАТ «Чумак» навіть в межах різної товарної номенклатури. Наприклад, підприємство виготовляє макаронні вироби в двох напрямках: макарони під ТМ «Чумак» для частини населення з середнім рівнем доходу та макарони під ТМ «Pasta Prima» для частини населення з вищим рівнем доходів.

Серед цільової аудиторії ПрАТ «Чумак» також варто виділити сектор B2B, який включає різноманітних дистриб'юторів, а також клієнтів ВТМ на національному та міжнародному ринках (наприклад, компанії АТБ, Метро, WOG, COOP, McDonalds Білорусь) [32]. ВТМ – це виробництво продукції відомими брендами на замовлення мереж під власної торговою маркою для продажу

виключно цими мережами. ВТМ – це унікальна можливість виробництва якісної продукції за низькими цінами завдяки суттєвому зменшенню витрат на різноманітні напрямки (побудова заводів та цехів, забезпечення безперервного виробництва, витрати на рекламу та посередників) та інше.

Робота з постачальниками ПрАТ «Чумак» реалізується в двох напрямках: побудова тісних та довготривалих взаємовідносин з місцевими фермерами, а також проведення тендерних закупок через додаткові сервіси: закупівля сировини та матеріалів проводиться за допомогою системи E-tender, а закупівля транспортних послуг проводиться за допомогою – Logist Office [37]. Також ПрАТ «Чумак» імпортує деяку сировину, матеріали та обладнання з Китаю, Греції, Італії, Нідерландів, Польщі, Іспанії, Туреччини та Великобританії.

Переважає більшість ресурсів компанії надходить безпосередньо від фермерів. На початку співпраці з ними в компанії був створений цілий відділ, що включав близько 20 працівників. Спершу цей відділ інвестував у фермерів: вони робили передфінансування, працювали кредитні лінії, давали насіння та навіть засоби захисту від шкідників. Тісна співпраця призвела до зростання самої компанії. Раніше ПрАТ «Чумак» фінансував своїх постачальників сільськогосподарської сировини, а тепер навпаки. Нині підприємство укладає контракти із відстрочкою платежів і розраховується з ними протягом року. А склад агровідділу зменшився з двадцяти працівників до двох, оскільки зникла потреба у супроводі фермерських господарств. [38]

Посередники ж ПрАТ «Чумак» представлені численними як малими і середніми, так і великими підприємствами оптової та роздрібною торгівлі. Найвідоміші з них це супермаркети «АТБ», «Сільпо», «Метро», «Foga» та інші.

Серед основних конкурентів ПрАТ «Чумак» варто виділити:

- торгова марка «Торчин»;
- торгова марка «Щедрий Дар»;
- торгова марка «Олейна»;
- торгова марка «Верес»;

- торгова марка «Королівський смак».

Проте слід зауважити, що конкуренти ПрАТ «Чумак» мають менший асортимент продукції і є більш вузьконаправленими. Наприклад, під ТМ «Торчин» виготовляються лише холодні соуси, ТМ «Олейна» та ТМ «Щедрий Дар» спеціалізуються на виробництві соняшникової олії, а торгова марка «Верес» сконцентрована переважно на виробництві консервованих овочів (табл. 2.5).

Таблиця 2.5 – Порівняльна характеристика ПрАТ «Чумак» та його основних конкурентів із зазначенням обсягу реалізації та чистого прибутку у 2019 році

№	Найменування юридичної особи	Торгові марки	Основний вид діяльності	Обсяг реалізації, тис. грн.	Чистий прибуток, тис. грн.
1	ПрАТ «Чумак»	Чумак, Фрузі, Байдики, Pasta Prima, Сметанез, Дарина	Перероблення та консервування фруктів і овочів, виробництво макаронних виробів і подібних борошняних виробів, прянощів і приправ, а також оптова торгівля фруктами й овочами та іншими продуктами харчування	1 800 000	170 000
2	ПрАТ «Волиньхолдінг»	Торчин	Виробництво прянощів і приправ, а також оптова торгівля іншими продуктами харчування	1 300 000	85 000
3	ПрАТ «Поез-Кернел груп»	Щедрий Дар	Виробництво олії та тваринних жирів, оптова торгівля зерном, необробленим тютюном, насінням і кормами для тварин, а також молочними продуктами, яйцями, харчовими оліями та жирами	800 000	63 000
4	ДП «Сантрейд»	Олейна, Розумниця	Виробництво олії та тваринних жирів, оптова торгівля зерном, необробленим тютюном, насінням і кормами для тварин, а також молочними продуктами, яйцями, харчовими оліями та жирами	23 000 000	- 330 000
5	ТОВ «ВЕРЕС»	Верес	Вирощування зернових культур, бобових культур, насіння олійних культур, овочів і баштанних культур, коренеплодів і бульбоплодів, тютюну, прядивних культур, пряних, ароматичних і лікарських культур, продуктів борошно- круп'яної промисловості	270 000	84 000
6	ПП «Віктор і К»	Королівський смак	Виробництво олії та тваринних жирів, прянощів і приправ, харчових продуктів, а також перероблення та консервування фруктів і овочів	2 500 000	79 000

Розроблено автором на основі [33, 39-43]

Аналіз фінансових показників ПрАТ «Чумак» та його конкурентів демонструє переважання ПрАТ «Чумак» за показником отриманого чистого прибутку у 2019 році, який є більшим за конкурентів більше, ніж у 2 рази та становить 170 млн. грн. При цьому обсяг виробництва ПрАТ «Чумак» є середнім у порівнянні з його основними конкурентами.

Однією з найбільш відомих в Україні і за кордоном позицій щодо виокремлення чинників внутрішнього середовища, є розроблена Г. Лівітта теорія «Діаманта», відповідно до якої основними змінними внутрішнього середовища виступають завдання або місія, структура, технологія, а також персонал (рис. 2.2). Г. Лівітта підкреслював значення кожного елементу та взаємозв'язків, наявних між ними – зміна в одному з них обумовлює трансформацію в інших [44].

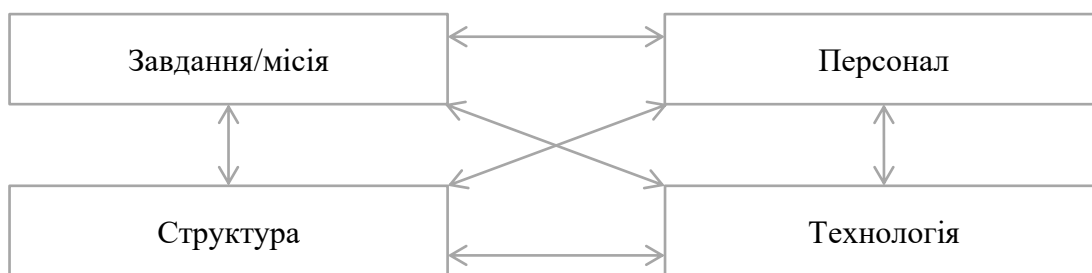


Рисунок 2.2 – Модель аналізу внутрішнього середовища «діамант» Г.Лівітта
(складено автором на основі [44])

Бачення ПрАТ «Чумак» відображено в слогані компанії «З лану до столу!» та компанія наголошує, що вони «вкладають душу у вдосконалення якостей та смаку ваших улюблених страв» [45]. Місія компанії полягає у створення доступної здорової їжі. Вони застосовують власні знання та досвід, постійно покращують інструменти, технології та обладнання, а також забезпечують постійне професійне зростання з метою вирощування та збору найкращих плодів для виробництва готової продукції, підвищення ефективності виробництва та реалізації на основі розуміння потреб та вподобань споживачів [45]. Також ПрАТ «Чумак» прагне будувати стабільні та надійні довгострокові відносини як з споживачами, так і з постачальниками та іншими партнерами.

Сьогоднішній «Чумак» має штат постійних робітників, кількість яких перевищує 650 осіб, а в період збору врожаю ця цифра сягає 1 500 працівників. До

того ж підприємство співпрацює з місцевими господарствами та фермерами, чисельність яких становить близько 15 000 робітників [46].

Організаційна структура ПрАТ «Чумак» поділяється на декілька рівнів. Найвищий з них – рада акціонерів, яка відповідає за вибір наглядової ради. Наглядова рада функціонує між засіданнями ради акціонерів та вирішує більшість питань. Наглядовою радою обирається Генеральний директор, який фактично є керівником підприємства та діє в межах своїх повноважень.

Наглядова рада ПрАТ «Чумак» об'єднує експертів з багаторічним досвідом управління компаніями України та Східної Європи: Олександр Муктяну (голова наглядової ради ПрАТ «Чумак» та партнер інвестиційного фонду «Dragon Capital»), Джордж Логуш (віце-президент «Kraft International» і голова правління ПрАТ «Крафт Фудз Україна»), Тарас Лукарчук (генеральний директор з нових ринків «Крафт Фудз»), Девід Остбі (менеджер інвестиційного фонду «East Capital»), Йохан Боден (директор з корпоративного розвитку та засновник компанії ПрАТ «Чумак») та Карл Стурен (генеральний директор та засновник ПрАТ «Чумак») [47].

На підприємстві функціонують шість відділів: фінансовий, комерційний, виробничий, відділ персоналу та маркетингу, департамент якості та екології, а також відділ експорту, який включає менеджерів та представників з різних країн.

Головний офіс ПрАТ «Чумак» розташований в українському місті Каховка Херсонської області, що забезпечує доступ до виробничих потужностей та постійний контроль за всіма процесами виробництва продукції. Виробничі потужності ПрАТ «Чумак» розташовані на родючих полях України, в центрі найбільшої в світі системи зрошення.

Підприємство знаходиться на Півдні України, в частині, яка являє собою транзитну зону з потужною багатгалузевою транспортною системою. Транспортна система складається з автомобільного, залізничного, морського та річкового транспорту. Це дає можливість вільного доступу не тільки до українського ринку, а й зарубіжного, і забезпечує безперешкодну побудову комунікацій на національному і міжнародному ринку.

Компанія має 6 філій, що розташовані по всій території України та одну філію на території Республіки Білорусь. На даний момент до складу компанії входить каховський завод з переробки томатів, завод по рафінуванню і розливу соняшникової олії, а також каховська макаронна фабрика. Продукція експортується в Азербайджан, Бангладеш, Вірменію, Білорусь, Канаду, Чехію, Данію, Гвінею, Грузію, Угорщину, Ізраїль, Казахстан, Південну Корею, Латвію, Литву, Сінгапур, Оман, Монголію, ОАЕ і Республіку Маврикій [32]. Варто зауважити, що компанія «Чумак» має найбільший у Центральній та Східній Європі завод з переробки свіжих томатів. Загальна площа орендованих земель компанії становить 142 тис. кв.м.

Ідея забезпечення благополуччя працівників як професійного, так і соціального проголошено в місії ПрАТ «Чумак». Реалізація соціальної підтримки працівників підприємства відбувається шляхом організації та проведення різноманітних корпоративних заходів, святкувань, а також розробки та реалізації унікальних програм лояльності працівників таких як «Подорожуй разом з Чумак!». Суть цієї програми полягає в тому, що кожного місяця проводиться розіграш чотирьох безкоштовних путівок на закордонну подорож. Також варто зауважити, що переможці мають змогу навіть придбати путівку для членів своєї родини, вартість якої компанія частково сплачує [48].

Технології, які використовуються ПрАТ «Чумак» не стоять на місці, вони постійно змінюються та вдосконалюються. Підприємство зробило великий внесок в поліпшення технології вирощування овочів завдяки впровадженню унікальної системи крапельного зрошення. До того ж підприємство постійно працює над вдосконаленням технологій виробництва продукції: впровадження пастеризації інгредієнтів, заміна цукру на стевію і т.д.

«Ми використовуємо наші унікальні знання та досвід для вирощування та відбору самих кращих плодів південноукраїнських полів для наших продуктів», – наголошує ПрАТ «Чумак» на своєму корпоративному сайті [45].

ПрАТ «Чумак» використовує сучасні технології та обладнання лідерів харчової індустрії, таких як Tetra Pak, Volpak, Bossar, Selo та інших. Для переробки томатів на заводі «Чумак» використовується обладнання та технології провідних європейських виробників, що забезпечує виключну ефективність переробки томатів та високу якість продукції. Компанія не стоїть на місці та постійно впроваджує інновації, нову техніку та технології. Наприклад, ПрАТ «Чумак» у 2008 році впровадив нову технології. Виробництва майонезу без консервантів, а в 2018 – успішно запустились нові виробничі лінії: фасування в PET тару та в популярну порційну тару «ДІП ПАК» [45].

ПрАТ «Чумак» зробила великий внесок у покращення технології вирощування овочів усього Херсонського регіону, вперше представивши в Україні систему крапельного зрошення. Із Швеції було привезено труби для системи зрошення для того, щоб вкрити 20 га землі. Результати застосування даної технології були приголомшливими, оскільки фермерам вдалось зібрати 80 т томатів з одного гектару, що вдвічі перевищило рекорд радянських часів та було в п'ять разів вище попередніх результатів ПрАТ «Чумак» [49].

Виробничий процес є повністю безпечним та сертифікований відповідно до стандартів ДСТУ ISO 9001:2009, ДСТУ STU ISO 22000:2007 і BRC Global, регулярно проходить перевірки клієнтів і незалежні аудити [32]. Модель системи управління якістю ПрАТ «Чумак» відображено на рис. 2.3.

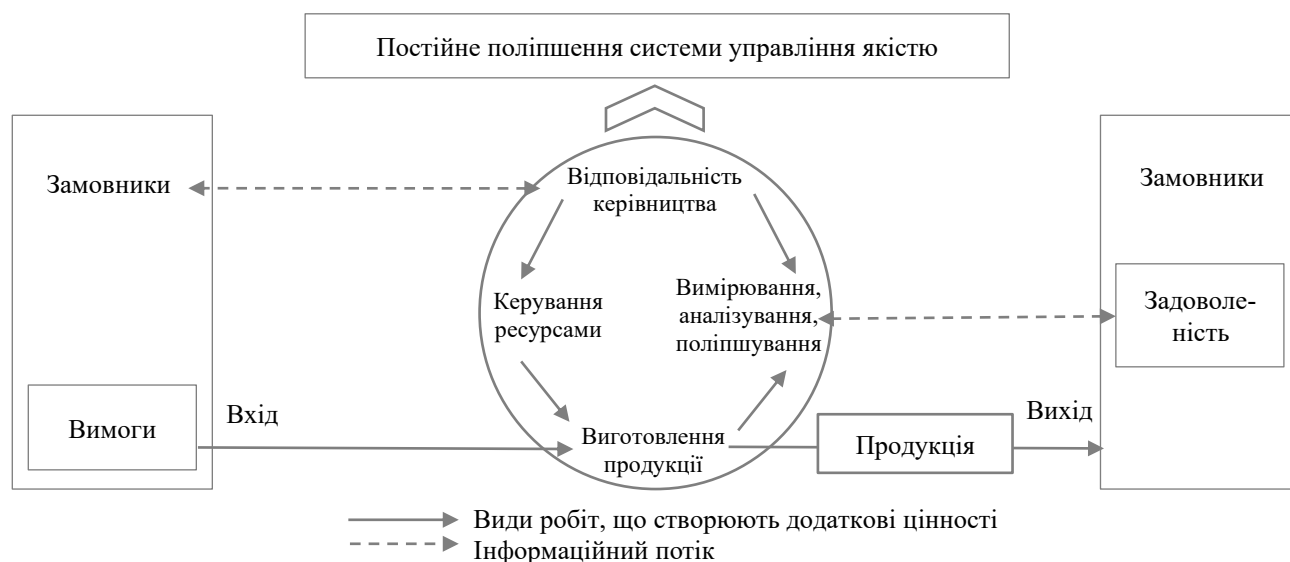


Рисунок 2.3 – Модель системи управління якістю ПрАТ «Чумак» [50]

Відповідно до ДСТУ ISO 9001:2009 та ДСТУ ISO 22000:2007 ПрАТ «Чумак» контролює забезпечення ресурсами для створення, керування та підтримання інфраструктури і робочого середовища. Характеристики продуктів підприємства містяться в документах і включають назву продукту, склад, біологічні, хімічні та фізичні характеристики, які стосуються безпечності харчових продуктів, визначенні строки придатності та умови зберігання, пакування, а також спосіб використання [52, 53]. Також ПрАТ «Чумак» проходила SQMS аудит компанії Макдональдс, аудит на відповідність вимог FSMA, а також аудит соціальної відповідальності SMETA.

Проведемо комплексний аналіз внутрішнього та зовнішнього середовищ ПрАТ «Чумак» за допомогою проведення SWOT-аналізу, який передбачає виокремлення можливостей та загроз і сильних і слабких сторін підприємства. Результати проведення SWOT-аналізу наведені в табл. 2.6.

Таблиця 2.6 – Матриця SWOT-аналізу ПрАТ «Чумак»

		Зовнішнє середовище підприємства	
		Можливості (O)	Загрози (T)
Внутрішнє середовище	Сила (S)	1. Вертикально інтегрована модель побудови всіх бізнес-процесів дозволяє ефективно контролювати всю діяльність 2. Вигідне географічне розташування сприяє доступу до необхідних ресурсів та сприяє зниженню логістичних витрат 3. Широкий асортимент продукції дозволяє охоплювати широке коло аудиторії 4. Вдосконалення технологічних процесів та оновлення обладнання підтримують конкурентоспроможність продукції	1. Зниження прибутків населення пририває активному продажу груп товарів, які орієнтовані на споживачів з низьким рівнем доходу 2. Поява сильних гравців на ринку стимулюватиме впровадження змін та інновацій на підприємстві 3. Співпраця з численними постачальниками сприятиме розширенню бази партнерів
	Слабкість (W)	1. Найм працівників на сезону роботи сприяє зменшенню витрат на оплату праці та відповідно на собівартість продукції 2. Функціонування великої кількості відділів забезпечують постійний аналіз та оцінку стану підприємства з різних сторін	1. Низький рівень врожайності через погані природні умови 2. Нестабільність економіки України, що знижує інвестиційну привабливість 3. Кардинальна зміна споживчих переваг та смаків

Розроблено автором

Отже, поєднання сильних сторін ПрАТ «Чумак» із зовнішніми можливостями підприємства сприяє забезпеченню ефективного функціонування та постійного розвитку підприємства навіть при настанні несприятливих умов.

2.2 Аналіз конкурентоспроможності ПрАТ «Чумак»

В умовах ринкової економіки невід’ємною частиною діяльності будь-якого підприємства є аналіз його конкурентоспроможності. В першу чергу, актуальність проведення даного аналізу обумовлена необхідністю визначення сильних та слабких сторін підприємства, а також його конкурентних переваг на ринку. Результати такого аналізу лягають в основу формування стратегії розвитку підприємства, а також впливають на його вихід на нові ринки, вибір контрагентів для співпраці та здійснення інвестиційної діяльності.

На сучасному етапі розвитку науки в цілому та економіки в особливості існує велика кількість різноманітних методик та інструментів оцінки конкурентоспроможності підприємств. Найвідомішими методами оцінки конкурентоспроможності є графічні, матричні, розрахункові та комбіновані.

Серед сучасних інструментів оцінки конкурентоспроможності варто виділити онлайн ресурси, одним з яких є аналітична система YouControl для аналізу підприємств. Можливості даної системи дозволяють формувати повне дос’є на компанії України на основі відкритих даних, відстежувати зміни в державних реєстрах та візуалізувати зв’язки між афілійованими особами [54]. Саме тому для аналізу конкурентоспроможності ПрАТ «Чумак» обрано систему YouControl.

Одним із основних інструментів системи YouControl є експрес-аналіз. Його можливості передбачають аналіз будь-якої компанії по більше, ніж 500 факторам, які можуть вплинути на співпрацю і характеризують рівень ретельності, з якою рекомендується здійснювати перевірку досліджуваної компанії її контрагентам.

В результаті проведення експрес-аналізу ПрАТ «Чумак» було виявлено, що йому відповідає оцінка В. Отримане значення даного показника в цілому характеризує стан та надійність компанії як задовільні, але рекомендується звернути увагу на декілька виявлених сигналів відносно діяльності компанії серед обчислених факторів. Не виявлено проблем по 514 універсальним факторам. Проте потрібно звернути увагу на такі фактори [33]:

- засновники/учасники в так званих «офшорах» (Сінгапур та Кіпр);
- за останні 12 місяців компанія провела 60-65 операцій з «офшорами», а також до 3 операцій з країнами під санкціями;
- судові рішення, пов'язані з контрагентом [33].

Подальше проведення експрес-аналізу контрагента передбачає проведення фінансового та ринкового скорингів, а також визначення його кредитного ліміту.

Фінансовий скоринг – це швидка та зручна система оцінки платоспроможності компанії. Оцінка фінансового скорингу ПрАТ «Чумак» визначена на рівні В і становить 2,7 з 4 балів в 2019 році. При цьому ймовірність настання несприятливих фінансових наслідків є помірною, а фінансова стійкість компанії знаходиться на достатньому рівні. Графік змін оцінки фінансового скорингу ПрАТ «Чумак» протягом 2015-2019 років відображено на рис. 2.4.

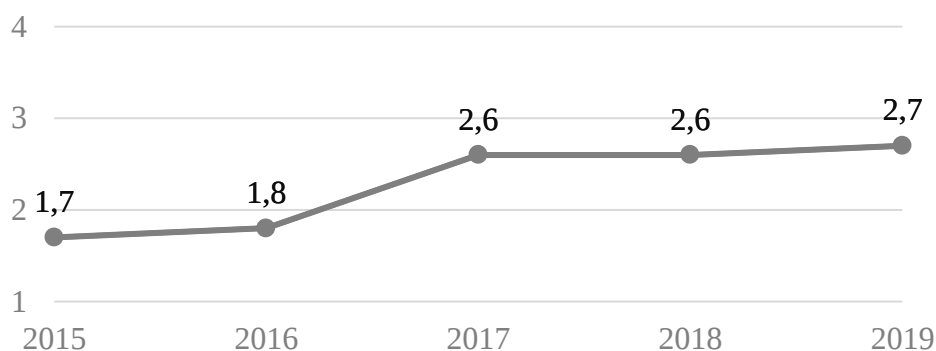


Рисунок 2.4 – Значення оцінки фінансового скорингу ПрАТ «Чумак»
протягом 2015-2019 років
(складено автором на основі [33])

Проаналізувавши отриманні результати можна зробити висновок про високий рівень платоспроможності компанії та, відповідно, її фінансової надійності. До того ж значення показника фінансового скорингу постійно зростає, що свідчить про позитивну динаміку розвитку компанії.

Ринковий скоринг – це індекс ринкової потужності компанії, який відображає ринкову частку компанії, її місце в галузі та динаміку росту у порівнянні з конкурентами [54]. Даний індекс відображає потужність компанії відносно інших підприємств у галузі. Ринковий скоринг ПрАТ «Чумак» протягом 2015-2019 років наведено на рис. 2.5.

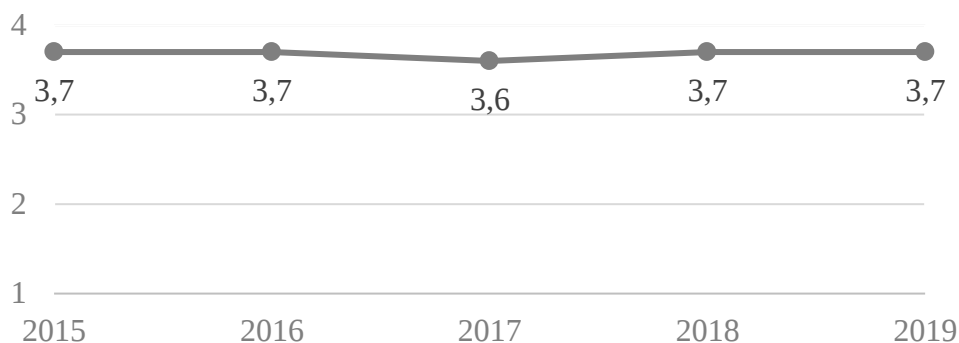


Рисунок 2.5 – Значення оцінки ринкового скорингу ПрАТ «Чумак»
протягом 2015-2019 років
(складено автором на основі [33])

Значення ринкового скорингу ПрАТ «Чумак» знаходиться на рівні А, що відповідає оцінці 3,7 з 4 балів в 2019 році. Це означає, що частка ринку, яку займає ПрАТ «Чумак», складає близько 9%. При цьому ринкова потужність компанії є високою, а потенціал до лідерства характеризується провідними позиціями на ринку. Отримані фактори свідчать про чільне місце підприємства в галузі, а також про значну потужність компанії в порівнянні з іншими підприємствами.

Остання складова експрес-аналізу передбачає характеристику кредитного ліміту. Вона дає уявлення про те, який максимальний обсяг кредиту можна видати компанії, щоб у неї були фінансові можливості повністю і в строк повернути його. Кредитний ліміт складається з рівня обачності та комфортного рівня. Комфортний рівень (зелена лінія) – це верхня межа обсягу кредиту. Він показує, який кредит можна видати при заданому максимальному значенні боргового навантаження. Рівень обачності (червона лінія) – межа обсягу кредиту при більш поблажливих умовах, але яку компанія все рівно спроможна сплатити. [54]

Діапазон кредитного ліміту ПрАТ «Чумак» відображено на рис. 2.6.

Дані про комфортний рівень відсутні або становлять 0 грн., а рівень обачності становить 211,5 млн. грн в 2019 році. Отже, можемо зробити висновок, що безпечний рівень кредитування або сума, яку компанія зможе повернути, становить трохи більше 200 млн. грн., що є позитивним показником.

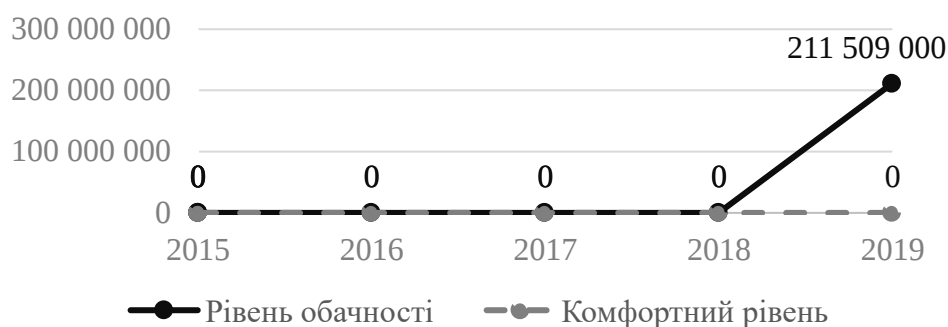


Рисунок 2.6 – Діапазон кредитного ліміту ПрАТ «Чумак»
протягом 2015-2019 років, грн.
(складено автором на основі [33])

Для комплексного аналізу конкурентоспроможності ПрАТ «Чумак» було проведено дослідження аналогічних показників (експрес-аналіз, ринковий та фінансовий скоринги, а також діапазон кредитного ліміту) у основних конкурентів підприємства, таких як ПрАТ «Волиньхолдінг», ПрАТ «Поез-Кернел груп», ДП «Сантрейд», ПП «Віктор і К», а також ТОВ «Верес».

Експрес-аналіз ТОВ «Верес» показав оцінку С, тобто рекомендується здійснити ретельну оцінку надійності компанії з огляду на численні і вагомні сигнальні фактори аналізу з критичними значеннями. Не виявлено проблем по 512 універсальним факторам. Проте потрібна особлива увага до таких факторів [42]:

- обмежена компетенція посадових осіб: згідно статуту без згоди загальних зборів не має права придбавати, продавати або передавати в іпотеку нерухоме майно, надавати або отримувати позики, кредити, поруки або гарантії, укладати договори на суму що перевищує ту, яка вказана у статуті підприємства;
- засновники/учасники в так званих «офшорах», а саме Кіпр;
- за останні 12 місяців компанія провела до 3 операцій з «офшорами»;
- широкий перелік зареєстрованих видів діяльності;
- судові рішення, пов'язані з контрагентом [42].

Оцінка фінансового скорингу ТОВ «Верес» визначена на рівні В і становить 2,8 балів в 2019 році. При цьому ймовірність настання несприятливих фінансових наслідків є помірною, а фінансова стійкість компанії знаходиться на достатньому рівні. Графік змін фінансового скорингу ТОВ «Верес» відображено на рис. 2.7.

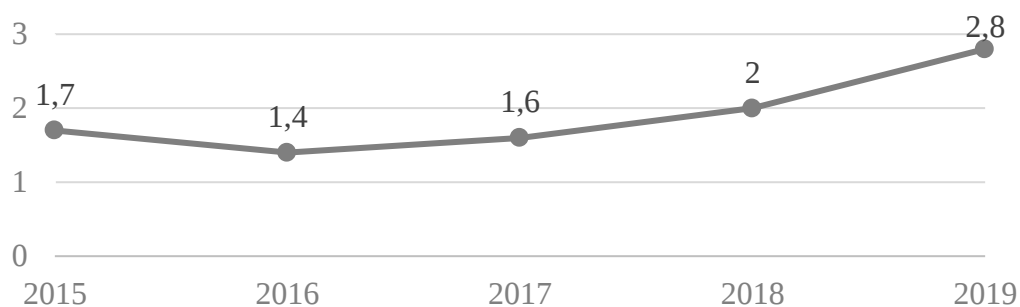


Рисунок 2.7 – Значення оцінки фінансового скорингу ТОВ «Верес»
протягом 2015-2019 років
(складено автором на основі [42])

Проаналізувавши отриманні результати можна зробити висновок про високий рівень платоспроможності компанії та, відповідно, її фінансової надійності. До того ж значення показника фінансового скорингу постійно зростає, що свідчить про позитивну динаміку розвитку компанії.

Ринковий скоринг ТОВ «Верес» наведено на рис. 2.8, а дані про діапазон кредитного ліміту даного підприємства відсутні в системі YouControl.

Значення ринкового скорингу ТОВ «Верес» знаходиться на рівні А, що відповідає оцінці 3,4 з 4 можливих балів в 2019 році. Це означає, що частка ринку ТОВ «Верес» складає близько 8,5%. При цьому ринкова потужність компанії є високою, а потенціал до лідерства характеризується провідними позиціями ТОВ «Верес» на ринку. Отримані фактори свідчать про чільне місце підприємства в галузі, а також про значну потужність компанії в порівнянні з іншими підприємствами в галузі.

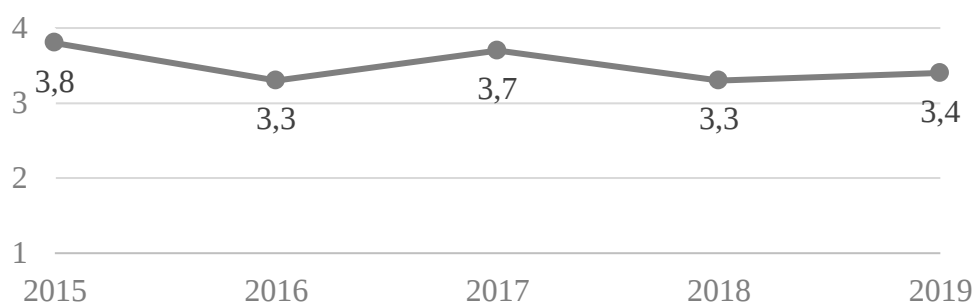


Рисунок 2.8 – Значення оцінки ринкового скорингу ТОВ «Верес»
протягом 2015-2019 років
(складено автором на основі [42])

Експрес-аналіз ПрАТ «Волиньхолдінг» показав оцінку D, тобто у компанії виявлені надзвичайно критичні сигнали, що можуть вказувати на порушення нормального режиму її функціонування, тому рекомендується посилені перевірки надійності перед співпрацею. Не виявлено проблем по 512 універсальним факторам. Проте потрібна особлива увага до таких факторів [39]:

- підприємство знаходиться в стані припинення;
- обмежена компетенція посадових осіб;
- за останні 12 місяців компанія провела до 55 операцій з «офшорами»;
- часті інституційні зміни;
- судові рішення, пов'язані з контрагентом [39].

Оцінка фінансового скорингу ПрАТ «Волиньхолдінг» визначена на рівні А і становить 3,4 бали з 4 можливих в 2019 році. При цьому ймовірність настання несприятливих фінансових наслідків є низькою, а фінансова стійкість компанії знаходиться на високому рівні. Графік змін значення оцінки фінансового скорингу ПрАТ «Волиньхолдінг» відображено на рис. 2.9.



Рисунок 2.9 – Значення оцінки фінансового скорингу ПрАТ «Волиньхолдінг» протягом 2015-2019 років
(складено автором на основі [39])

Проаналізувавши отриманні результати можна зробити висновок про стабільний високий рівень платоспроможності ПрАТ «Волиньхолдінг» та, відповідно, високу фінансову надійність підприємства.

Ринковий скоринг ПрАТ «Волиньхолдінг» наведено на рис. 2.10.

Значення ринкового скорингу ПрАТ «Волиньхолдінг» знаходиться на рівні А, що відповідає оцінці 3,3 з 4 можливих балів в 2019 році. Це означає, що частка

ПрАТ «Волиньхолдінг» складає близько 8%. При цьому ринкова потужність компанії є високою, а потенціал до лідерства характеризується провідними позиціями ПрАТ «Волиньхолдінг» на ринку. Отримані фактори свідчать про чільне місце підприємства в галузі, а також про значну потужність компанії.

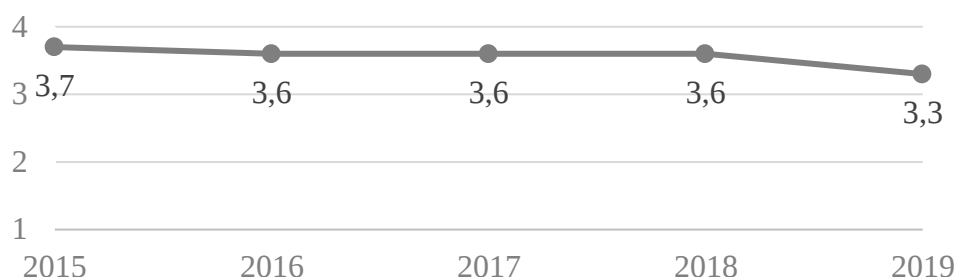


Рисунок 2.10 – Значення оцінки ринкового скорингу ПрАТ «Волиньхолдінг» протягом 2015-2019 років

(складено автором на основі [39])

Діапазон кредитного ліміту ПрАТ «Волиньхолдінг» відображено на рис. 2.11. В 2019 році і комфортний рівень, і рівень обачності підприємства впали до 0 грн, що пов'язане зі станом припинення підприємства. До цього протягом 2014-2018 рр. середнє значення комфортного рівня становило близько 220 млн. грн., а рівня обачності – близько 455,8 млн. грн. Отже, прослідковується негативна тенденція зміни діапазону кредитного ліміту ПрАТ «Волиньхолдінг».

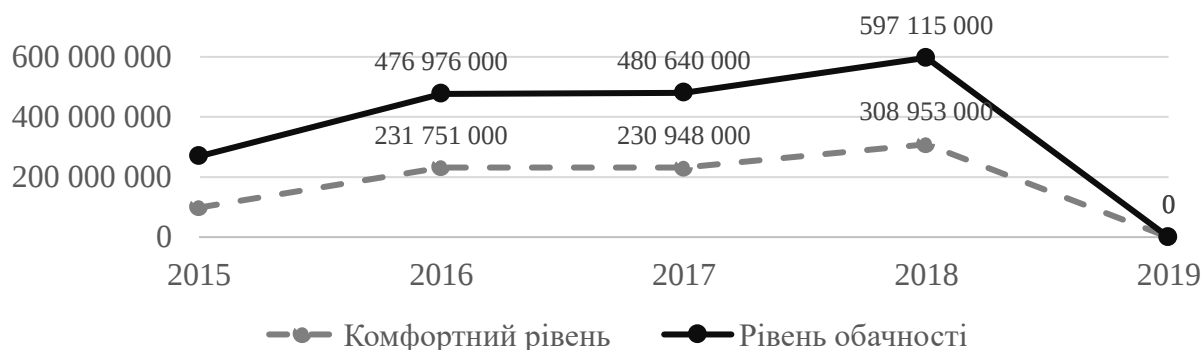


Рисунок 2.11 – Діапазон кредитного ліміту ПрАТ «Волиньхолдінг» протягом 2015-2019 років, грн.

(складено автором на основі [39])

Експрес-аналіз ПрАТ «Поез-Кернел груп» показав оцінку С, тобто рекомендується здійснити ретельну оцінку надійності компанії з огляду на

численні і вагомі сигнальні фактори експрес-аналізу. Не виявлено проблем по 511 універсальним факторам. Проте потрібна особлива увага до таких факторів [40]:

- широкий перелік зареєстрованих видів діяльності;
- судові рішення, пов'язані з контрагентом;
- наявні кримінальні провадження щодо злочинів у сфері господарської діяльності, сфері обігу наркотичних засобів, психотропних речовин, їх аналогів або прекурсорів та інші злочини проти здоров'я населення, проти авторитету органів державної влади, органів місцевого самоврядування, об'єднань громадян та злочини проти журналістів, а також проти правосуддя [40].

Оцінка фінансового скорингу ПрАТ «Поез-Кернел груп» визначена на рівні С і становить 2,2 бали з 4 можливих в 2019 році. При цьому ймовірність настання несприятливих фінансових наслідків є середньою, а фінансова стійкість компанії знаходиться на задовільному рівні. Графік змін значення оцінки фінансового скорингу ПрАТ «Поез-Кернел груп» відображено на рис. 2.12.



Рисунок 2.12 – Значення оцінки фінансового скорингу ПрАТ «Поез-Кернел груп» протягом 2015-2019 років

(складено автором на основі [40])

Проаналізувавши отриманні результати можна зробити висновок про середній рівень платоспроможності та фінансової надійності даного підприємства.

Ринковий скоринг ПрАТ «Поез-Кернел груп» наведено на рис. 2.13.

Значення ринкового скорингу ПрАТ «Поез-Кернел груп» знаходиться на рівні А, що відповідає оцінці 3,8 з 4 можливих балів. Це означає, що частка ПрАТ «Поез-Кернел груп» складає близько 9,5%. При цьому ринкова потужність компанії є високою, а потенціал до лідерства характеризується провідними

позиціями ПрАТ «Поез-Кернел груп» на ринку. Отримані фактори свідчать про чільне місце підприємства в галузі, а також про значну потужність компанії.

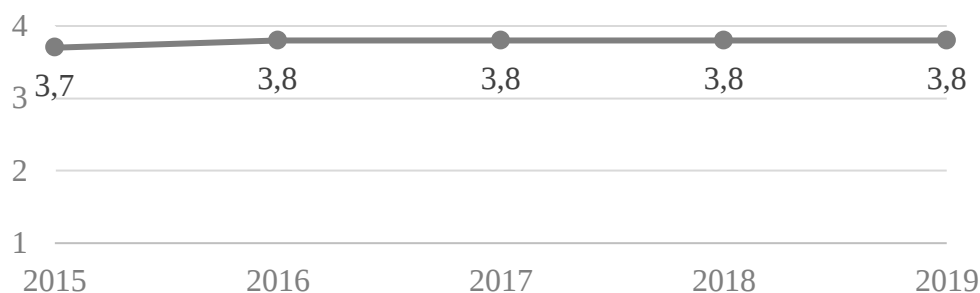


Рисунок 2.13 – Значення оцінки ринкового скорингу ПрАТ «Поез-Кернел груп» протягом 2015-2019 років
(складено автором на основі [40])

Експрес-аналіз ПП «Віктор і К» показав оцінку В, тобто рекомендується звернути увагу на декілька виявлених сигналів відносно діяльності компанії серед обчислених факторів експрес-аналізу. Не виявлено проблем по 507 універсальним факторам. Проте потрібна особлива увага до таких факторів [43]:

- компанія торгує з країнами під санкціями;
- кількість судових справ, в яких контрагент є відповідачем зросла на 1 справу, в порівнянні з попереднім роком;
- за останні 12 місяців компанія провела 300 операцій з «офшорами»;
- широкий перелік зареєстрованих видів діяльності;
- судові рішення, пов'язані з контрагентом;
- наявні кримінальні провадження щодо злочинів проти власності, проти встановленого порядку несення військової служби (військові злочини), а також в сфері господарської діяльності [43].

Оцінка фінансового скорингу ПП «Віктор і К» визначена на рівні В і становить 2,9 бали з 4 можливих в 2019 році. При цьому ймовірність настання несприятливих фінансових наслідків є помірною, а фінансова стійкість компанії знаходиться на достатньому рівні. Графік змін значення оцінки фінансового скорингу ПП «Віктор і К» протягом 2015-2019 років відображено на рис. 2.14.



Рисунок 2.14 – Значення оцінки фінансового скорингу ПП «Віктор і К»
протягом 2015-2019 років
(складено автором на основі [43])

Проаналізувавши отриманні результати можна зробити висновок про падіння значення рівня платоспроможності ПП «Віктор і К» та, відповідно, зниження значення фінансової надійності компанії.

Ринковий скоринг ПП «Віктор і К» наведено на рис. 2.15.

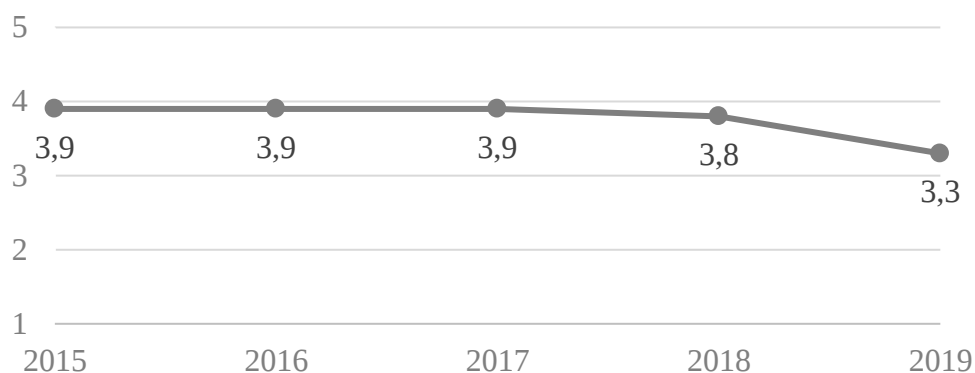


Рисунок 2.15 – Значення оцінки ринкового скорингу ПП «Віктор і К»
протягом 2015-2019 років
(складено автором на основі [43])

Значення ринкового скорингу ПП «Віктор і К» знаходиться на рівні А, що відповідає оцінці 3,3 з 4 можливих балів в 2019 році. Це означає, що частка ПП «Віктор і К» складає близько 8%. При цьому ринкова потужність компанії є високою, а потенціал до лідерства характеризується провідними позиціями ПП «Віктор і К» на ринку. Проте простежується динаміка зниження значення оцінки ринкового скорингу ПП «Віктор і К», що свідчить про чільне місце підприємства в галузі, але з характерною динамікою до втрати цих позицій.

Діапазон кредитного ліміту ПП «Віктор і К» відображено на рис. 2.16. В період з 2015 по 2017 рік простежується стрімке зниження діапазону кредитного ліміту для ПП «Віктор і К», проте з 2017 по 2019 роки значення даного показника знову почало зростати, що свідчить про позитивну динаміку.

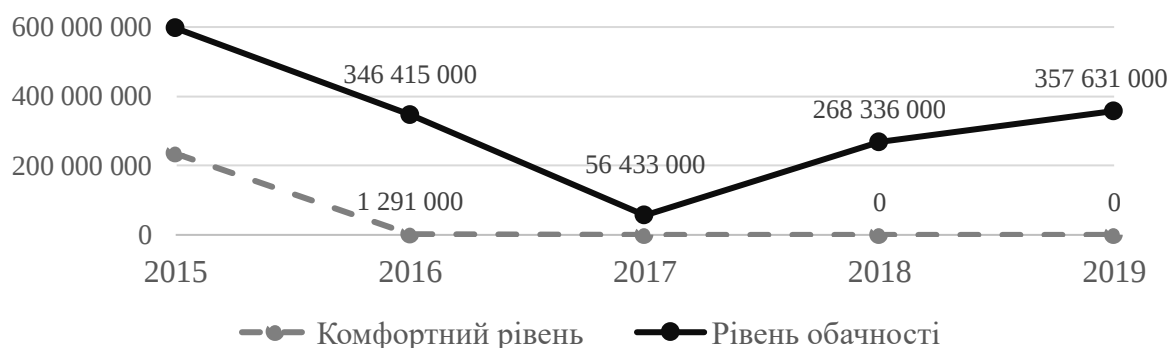


Рисунок 2.16 – Діапазон кредитного ліміту ПП «Віктор і К»
протягом 2015-2019 років, грн.
(складено автором на основі [43])

Експрес-аналіз ДП «Сантрейд» показав оцінку В, тобто рекомендується звернути увагу на декілька виявлених сигналів відносно діяльності компанії серед обчислених факторів експрес-аналізу. Не виявлено проблем по 508 універсальним факторам. Проте потрібна особлива увага до таких факторів [41]:

- обмежена компетенція посадових осіб;
- судові рішення, пов'язані з контрагентом;
- кількість судових справ, в яких контрагент є відповідачем, зросла на 10 справ (200%) в порівнянні з попереднім роком;
- за останні 12 місяців компанія провела 650 операцій з «офшорами»;
- наявні кримінальні провадження щодо злочинів проти власності, а також щодо злочинів у сфері службової діяльності та професійної діяльності, пов'язаної з наданням публічних послуг [41].

Оцінка фінансового скорингу ДП «Сантрейд» визначена на рівні С і становить 2,0 бали з 4. При цьому ймовірність настання несприятливих фінансових наслідків є середньою, а фінансова стійкість знаходиться на помірному рівні [41].

Значення ринкового скорингу ДП «Сантрейд» знаходиться на рівні А, що відповідає оцінці 3,7 з 4 балів в 2019 році. Це означає, що частка ДП «Сантрейд» складає близько 9%. При цьому ринкова потужність компанії є високою, а потенціал до лідерства характеризується провідними позиціями на ринку [41].

Узагальнююча порівняльна характеристика ПрАТ «Чумак» та його основних конкурентів (ПрАТ «Волиньхолдінг», ПрАТ «Поез-Кернел груп», ДП «Сантрейд», ПП «Віктор і К» та ТОВ «Верес») наведена в табл. 2.7.

Таблиця 2.7 – Порівняння ПрАТ «Чумак» та його основних конкурентів

№	Критерій	ПрАТ «Чумак»	ТОВ «Верес»	ПрАТ «Волиньхолдінг»	ПрАТ «Поез-Кернел груп»	ДП «Сантрейд»	ПП «Віктор і К»
1	Експрес-аналіз	В	С	Д	С	В	В
2	Кількість проблемних факторів	4	5	5	6	8	10
3	Фінансовий скоринг	2,7	2,8	3,4	2,2	2,0	2,9
4	Ймовірність несприятливих фінансових наслідків	Помірна	Помірна	Низька	Середня	Середня	Помірна
5	Фінансова стійкість	Достатня	Достатня	Високий	Задовільний	Задовільний	Достатня
6	Ринковий скоринг	3,7	3,4	3,3	3,8	3,7	3,3
7	Ринкова потужність	Висока					
8	Потенціал до лідерства	Провідні позиції на ринку					
9	Кредитний ліміт, млн. грн.	211,5	-	0	-	-	357,6

Розроблено автором

Отже, аналіз зведеної порівняльної таблиці свідчить про те, що ПрАТ «Чумак» займає чільне місце серед своїх конкурентів по більшості оцінюваних критеріїв, характеризується кращими показниками у комплексі, а також має найменшу кількість проблемних факторів серед своїх конкурентів.

Для наочної візуалізації положення ПрАТ «Чумак» на ринку серед конкурентів було проведено аналіз конкурентоспроможності графічним методом. Цей метод базується на побудові так званої «Радіальної діаграми конкурентоспроможності» або «Багатокутника конкурентоспроможності».

Для оцінки обрано основних конкурентів компанії таких як ПрАТ «Волиньхолдінг», ПрАТ «Поез-Кернел груп», ДП «Сантрейд», ПП «Віктор і К» та ТОВ «Верес». Для оцінки конкурентоспроможності ПрАТ «Чумак» було обрано 8-

бальну шкалу та дев'ять критеріїв оцінки: кваліфікація персоналу, розміщення, дотримання термінів поставок, сучасні технології та устаткування, умови оплати і додаткові послуги, ціни, якість продукції, імідж компанії і рекламна підтримка. Для проведення аналізу графічним методом були залучені 3 експерти (Додаток Б).

Результат оцінки конкурентоспроможності ПрАТ «Чумак» в порівнянні з його конкурентами графічним методом наведено на рис. 2.17.

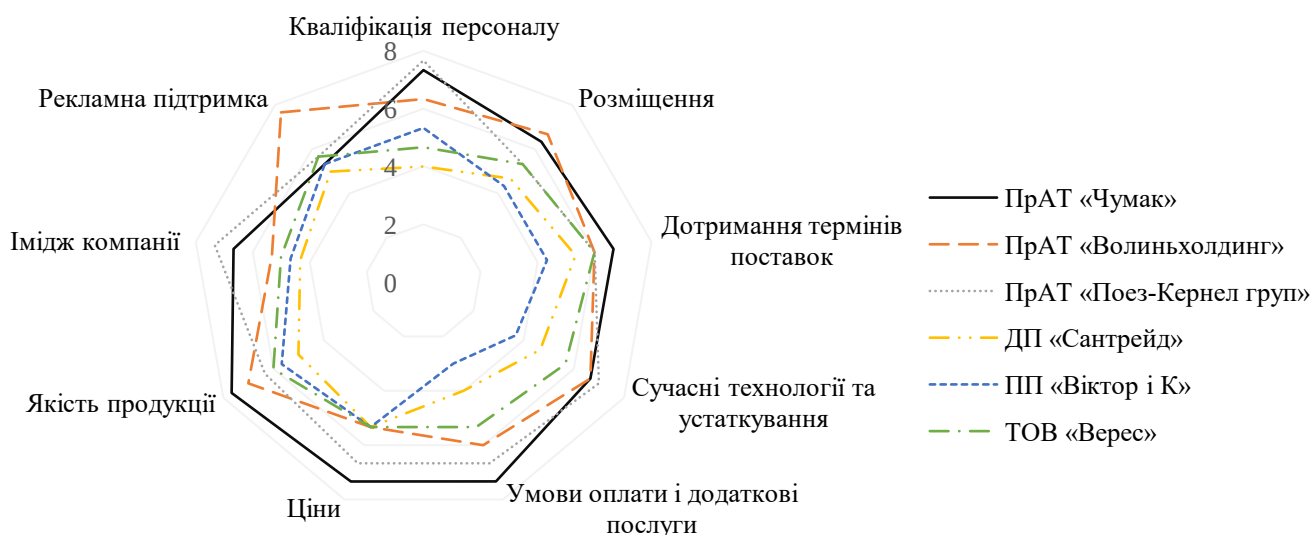


Рисунок 2.17 – Радіальної діаграми конкурентоспроможності ПрАТ «Чумак» (розроблено автором)

Результати проведення оцінювання графічним методом демонструють зайняття лідируючих позицій ПрАТ «Чумак» в порівнянні з його основним конкурентами. Найбільший відрив спостерігається по ціні та якості продукції, а також умовам оплати та додатковим послугам і дотриманню термінів поставок.

Також для комплексного аналізу конкурентоспроможності ПрАТ «Чумак» варто проаналізувати ключові фактори успіху (КФУ) – це ті дії щодо реалізації стратегії, конкурентні можливості, результати діяльності, що кожна фірма повинна забезпечувати (чи прагнути до цього), щоб бути конкурентоспроможною [55].

Аналіз ключових факторів успіху ПрАТ «Чумак» та його основних конкурентів наведено в табл. 2.8 за результатами проведення експертної оцінки (Додаток Б).

Таблиця 2.8 – Аналіз КФУ ПрАТ «Чумак» та його основних конкурентів

Ключові фактори успіху	Оцінка фактору	ПрАТ «Чумак»		ТОВ «Верес»		ПрАТ «Волинь-холдінг»		ПрАТ «Поез-Кернел груп»		ДП «Сантрейд»		ПП «Віктор і К»	
		Рейтинг	Загальна оцінка	Рейтинг	Загальна оцінка	Рейтинг	Загальна оцінка	Рейтинг	Загальна оцінка	Рейтинг	Загальна оцінка	Рейтинг	Загальна оцінка
Якість продукції	0,40	5	2	5	2	3	1,2	4	1,6	5	2	3	1,2
Обсяги продажів	0,15	4	0,6	4	0,6	3	0,45	4	0,6	4	0,6	3	0,45
Частка ринку	0,15	5	0,75	4	0,6	4	0,6	5	0,75	4	0,6	4	0,6
Ціна продукції	0,30	4	1,2	4	1,2	4	1,2	5	1,5	4	1,2	4	1,2
Всього	1,00	-	4,55	-	4,4	-	3,45	-	4,45	-	4,4	-	3,45

Розраховано автором

Провівши аналіз ключових факторів успіху ПрАТ «Чумак» в порівнянні з основними конкурентами в харчовій галузі можна зробити висновок, що ПрАТ «Чумак» займає лідируючі позиції та розвивається в правильному напрямку. Для того, щоб позиція компанії була більш стабільною та високою, варто докласти зусиль до розвитку фактору обсягів продажу (наприклад, за рахунок випуску нового виду продукції), а також зменшити ціну продукції (наприклад, за рахунок оптимізації витрат або повторного використання відходів).

2.3 Оцінка потенціалу ПрАТ «Чумак» щодо впровадження нового продукту

Одним з підходів до оцінки потенціалу підприємства є оцінка його господарського стану та основних фінансово-економічних показників на основі річної фінансової звітності. Оцінка потенціалу підприємства включає аналіз таких показників як забезпеченість ресурсами, чисельність персоналу, рентабельність продукції, рівень завантаження виробничих потужностей, знос основних засобів, наявність основних і виробничих фондів тощо [54].

Оцінку потенціалу ПрАТ «Чумак» щодо впровадження нового продукту було здійснено на основі комплексного підходу, який містить три складові:

- оцінка виробничого потенціалу, яка включає аналіз використання основних фондів, аналіз собівартості, а також аналіз трудового потенціалу;
- оцінка ринкового потенціалу (включає аналіз частки та обсягу ринку, торгової марки та бренду, а також ділової репутації і комунікаційної діяльності);
- оцінка ключових фінансових показників.

Аналіз використання основних фондів, як один з етапів оцінки виробничого потенціалу, передбачає дослідження розміру та структури основних засобів, а також динаміки їх розвитку за певний період часу (табл. 2.9 та рис. 2.18-2.19).

Таблиця 2.9 – Розмір основних засобів ПрАТ «Чумак» в 2017-2019 роках

Найменування основних засобів	Всього основних засобів на кінець періоду, тис. грн.			Відхилення 2018/2017		Відхилення 2019/2018	
	2017 рік	2018 рік	2019 рік	Абсолютне, тис. грн.	Відносне, %	Абсолютне, тис. грн.	Відносне, %
1. Виробничого призначення:	160 445	526 168	619 379	365 723	228	458 934	18
будівлі та споруди	51 814	155 442	178 830	103 628	200	127 016	15
машини та обладнання	93 573	327 506	393 007	233 933	250	299 434	20
транспортні засоби	11 151	33 453	36 798	22 302	200	25 647	10
земельні ділянки	0	0	0	0	0	0	0
інші	3 907	9 768	10 744	5 861	150	6 837	10
2. Невиробничого призначення:	378	848	928	470	124	550	9
будівлі та споруди	328	720	792	392	120	464	10
машини та обладнання	8	23	26	15	190	18	10
транспортні засоби	0	0	0	0	0	0	0
земельні ділянки	0	0	0	0	0	0	0
інвестиційна нерухомість	0	0	0	0	0	0	0
інші	42	105	110	63	150	68	5
Усього	160 823	527 016	620 307	366 193	228	459 484	18

Розраховано автором на основі [56]

В 2018 році простежується стрімке зростання розміру основних засобів ПрАТ «Чумак» як виробничого, так і невикористаного призначення. Загальний приріст основних засобів у цьому році становить 228% (366,2 млн. грн), при цьому збільшення основних засобів виробничого призначення становить 228%, а

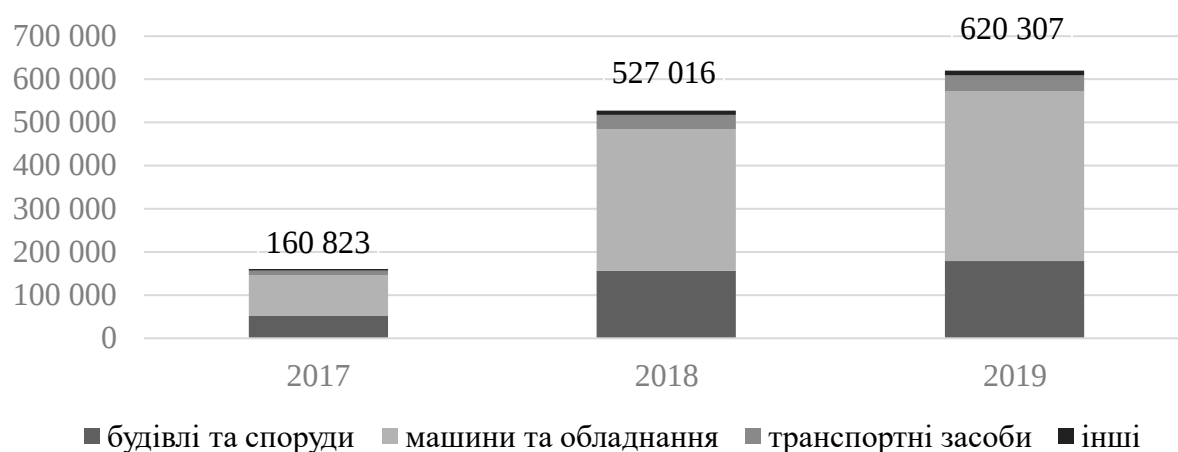


Рисунок 2.18 – Динаміка зміни розміру основних засобів ПрАТ «Чумак» протягом 2017-2019 років, тис. грн.

(складено автором на основі [56])

невиробничого – 124%. Так стрімке зростання може бути обумовлене двома факторами: по-перше, в цьому році було запущено дві нові виробничі лінії в Каховці (фасування в PET тару та в популярну порційну тару «ДІП ПАК»), а по-друге, приєднання ПрАТ «Чумак» до української філії Wilmar International, однієї з найбільших агропромислових компаній в Азії, – Delta Wilmar [32].

В 2019 році також простежується динаміка зростання розміру основних засобів, проте не такими швидкими темпами як в 2018 році. Загальне зростання розміру основних засобів в 2019 році становило 18%, при цьому збільшення основних засобів виробничого призначення становить 18%, а невикористаного – 9%.



Рисунок 2.19 – Зміна структури основних засобів ПрАТ «Чумак» протягом 2017-2019 років, тис. грн.

(складено автором на основі [56])

Проаналізувавши графіки, можемо зробити висновок, що структура основних засобів ПрАТ «Чумак» протягом трьох років була незмінною.

Рівень обслуговування господарського процесу та забезпечення його безперебійності на підприємстві характеризує структура та обсяг його оборотних активів. Структура, розмір та зміна оборотних активів ПрАТ «Чумак» протягом 2017-2019 років відображені в табл. 2.10.

Таблиця 2.10 – Розмір оборотних активів ПрАТ «Чумак» в 2017-2019 роках

Найменування оборотних активів	Всього оборотних активів на кінець періоду, тис. грн.			Відхилення 2018/2017		Відхилення 2019/2018	
	2017 рік	2018 рік	2019 рік	Абсолютне, тис. грн.	Відносне, %	Абсолютне, тис. грн.	Відносне, %
Запаси	322 993	303 679	252 992	-19 314	-6	-50 687	-17
Дебіторська заборгованість за продукцію/товари	203 058	283 717	308 123	80 659	40	24 406	9
Дебіторська заборгованість за розрахунками:							
за виданими авансами	50 273	29 438	23 841	-20 835	-41	-5 597	-19
з бюджетом	25 340	14 012	0	-11 328	-45	-14 012	-100
Інша поточна дебіторська заборгованість	10 586	4 676	3 285	-5 910	-56	-1 391	-30
Гроші та їх еквіваленти	2 013	8 948	29 338	6 935	345	20 390	228
Інші оборотні активи	13 034	0	0	-13 034	-100	0	0
Усього	627 297	644 470	617 579	17 173	3	-26 891	-4

Розраховано автором на основі [56]

В період з 2017 по 2018 роки простежується загальне зростання оборотних активів ПрАТ «Чумак» за рахунок значного зростання дебіторської заборгованості за продукцію, в той час як в 2019 спостерігається зменшення розміру оборотних активів підприємства за рахунок зменшення запасів та меншого приросту дебіторської заборгованості за продукцію в порівнянні з минулим роком. Така динаміка свідчить про зменшення оборотності активів ПрАТ «Чумак».

В структурі оборотних активів ПрАТ «Чумак» протягом 2017 та 2018 років переважала частка запасів, а в 2019 році – дебіторська заборгованість за продукцію/товари. Варто зазначити, що в 2019 році простежується стрімке зростання грошей та їх еквівалентів, а також спостерігаємо наявність повністю погашеної дебіторської заборгованості за розрахунками з бюджетом.

Результати оцінки ефективності використання основних засобів та оборотних активів ПрАТ «Чумак» в 2017-2019 роках наведено в табл. 2.11.

Таблиця 2.11 – Показники ефективності використання основних засобів та оборотних активів ПрАТ «Чумак» протягом 2017-2019 років

№	Показник	Значення показника			Відхилення 2018/2017		Відхилення 2019/2018	
		2017 рік	2018 рік	2019 рік	Абсолютне	Відносне	Абсолютне	Відносне
1	Фондомісткість	0,12	0,37	0,30	0,25	208,33%	-0,07	-18,92%
2	Фондоозброєність	210,65	803,38	746,50	592,73	281,38%	-56,88	-7,08%
3	Фондовіддача	8,55	2,69	3,29	-5,86	-68,54%	0,60	22,30%
4	Механоозброєність виробництва	0,08	0,23	0,24	0,15	187,50%	0,01	4,35%
5	Коефіцієнт зносу основних засобів	84,99	13,63	20,93	-71,36	-83,96%	7,30	53,56%
6	Коефіцієнт придатності основних засобів	15,00	86,37	79,07	71,37	475,80%	-7,30	-8,45%
7	Рентабельність основних засобів	20,45%	15,19%	25,37%	-0,05	-25,72%	0,10	67,02%
8	Середній період оборотності	191,10	161,50	139,85	-29,60	-15,49%	-21,65	-13,41%
9	Коефіцієнт оборотності оборотних активів	1,91	2,26	2,61	0,35	18,32%	0,35	15,49%
10	Коефіцієнт завантаження оборотних активів	0,52	0,44	0,38	-0,08	-15,38%	-0,06	-13,64%
11	Коефіцієнт ефективності оборотних активів	0,05	0,12	0,20	0,07	140,00%	0,08	66,67%
12	Рентабельність оборотних активів	5%	12%	20%	0,07	140,00%	0,08	66,67%

Розраховано автором

Аналіз показників ефективності використання основних засобів та оборотних активів на ПрАТ «Чумак» в 2017-2019 роках свідчить про переважно позитивну динаміку розвитку підприємства. Так, спостерігаємо постійне зростання механоозброєності виробництва (на 4,35% в 2019 році), коефіцієнту оборотності оборотних активів (15,49% в 2019 році) та коефіцієнту ефективності оборотних коштів (на 66,67% в 2019 році), а також постійне падіння середнього періоду оборотності (на 13,41% в 2019 році) та коефіцієнту завантаження оборотних активів (на 13,64% в 2019 році), що є позитивною характеристикою. Також в 2018 році стрімко зменшився коефіцієнт зносу основних засобів (на 83,96%) та стрімко

зріс коефіцієнт їх придатності (на 475,80%), що пов'язане з їх оновленням на підприємстві, проте в 2019 році значення цих показників трохи зменшилось. До того ж 2019 році відбулись позитивні зміни у показників фондомісткості та фондovіддачі, а фондоозброєність ПрАТ «Чумак» в цьому році навпаки зменшилась. Варто зауважити, що рентабельність основних засобів зросла на 67,02% в 2019 році, а рентабельність оборотних активів зростала протягом всього досліджуваного періоду (в 2018 році на 140,00%, а в 2019 році – на 66,67%).

Оцінка собівартості включає визначення таких основних показників як матеріаломісткість та матеріаловіддача. Значення та динаміка цих показників на ПрАТ «Чумак» протягом 2017-2019 років відображені на рис. 2.20.

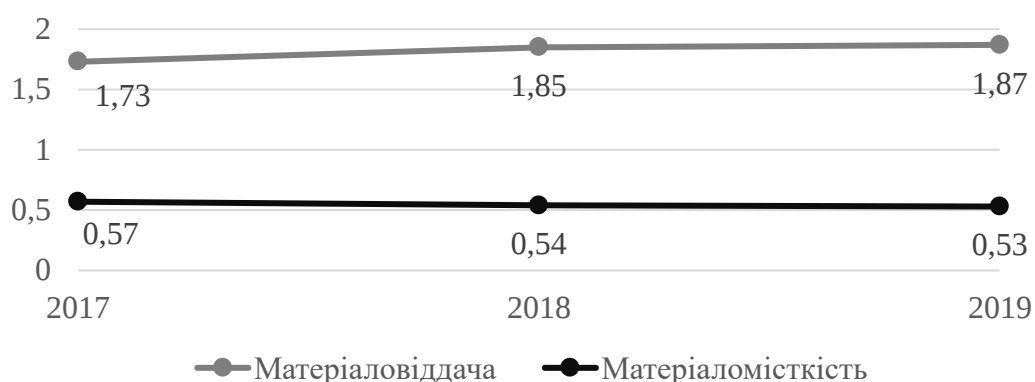


Рисунок 2.20 – Значення показників матеріаловіддачі та матеріаломісткості продукції ПрАТ «Чумак» протягом 2017-2019 років
(розроблено автором)

Показник матеріаловіддачі має динаміку до зростання, а матеріаломісткості постійно зменшується, що є позитивною тенденцією. Можемо зробити висновок, що на 1 гривню матеріальних ресурсів ПрАТ «Чумак» припадає 1,87 грн. виготовленої продукції в 2019 році або іншими словами на 1 гривню виготовленої продукції припадає 0,53 грн. матеріальних ресурсів.

Показник питомої ваги матеріальних ресурсів у структурі собівартості продукції ПрАТ «Чумак» протягом 2017-2019 років відображено на рис. 2.21. Бачимо, що структура собівартості продукції ПрАТ «Чумак» складається на 80% з матеріальних витрат, а також простежується динаміка падіння питомої ваги матеріальних витрат у структурі собівартості виготовленої продукції.

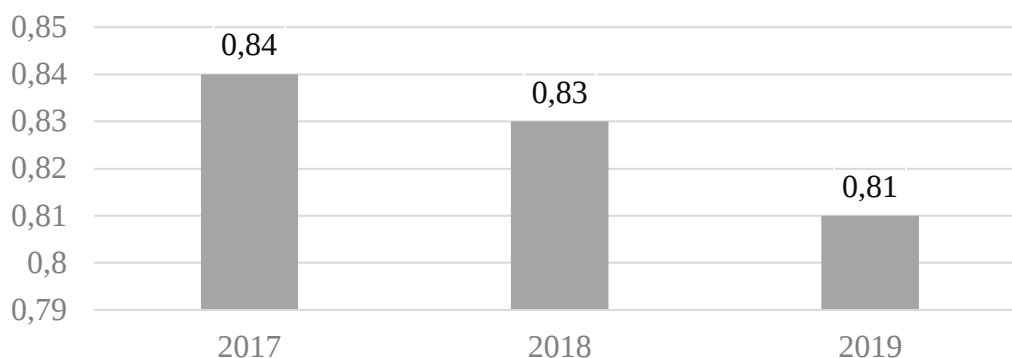


Рисунок 2.21 – Питома вага матеріальних ресурсів у структурі собівартості продукції ПрАТ «Чумак» протягом 2017-2019 років, %
(розроблено автором)

Ключовою метрикою оцінки трудового потенціалу будь-якого підприємства є продуктивність праці. Показниками продуктивності праці на підприємстві є виробіток, тобто кількість продукції, що виробляється одним працівником, та трудоємність (обернений показник до виробітку). Величина та зміна середнього річного виробітку на одного працівника ПрАТ «Чумак» зображена на рисунку 2.22.

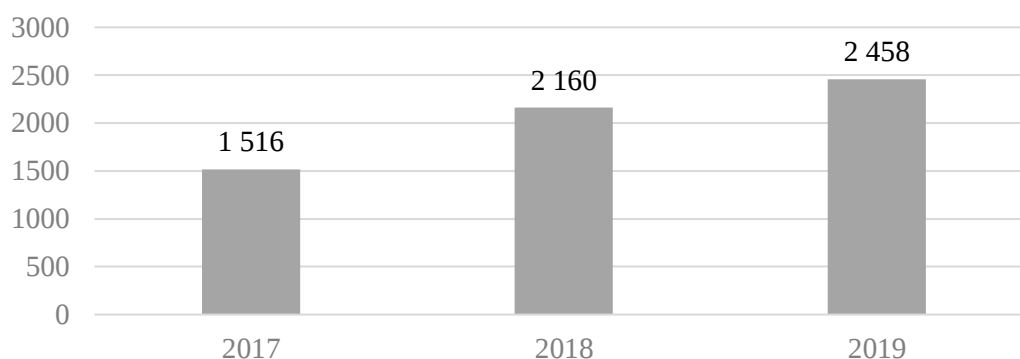


Рисунок 2.22 – Продуктивність праці на ПрАТ «Чумак» в 2017-2019 році, тис. грн.
(розроблено автором на основі [56])

Отже, продуктивність праці ПрАТ «Чумак» постійно зростає, що є позитивним показником його діяльності. В 2019 році продуктивність праці підприємства збільшилась на 13,79% та становила 2 458 тис. грн. виготовленої продукції на одного працівника підприємства.

Оцінка ринкового потенціалу включає дослідження індексу MarketScore, частки підприємства у секторі, частки ринку, частки на субринку, місця компанії в секторі, на ринку та на субринку, абсолютного та відносного приросту виручки за

рік, а також абсолютного середньорічного приросту та сукупного середньорічного темпу зростання виручки за 3 роки (табл. 2.12).

MarketScore – це скоринговий індекс ринкової потужності компанії, розрахований аналітичним відділом YouControl, що ґрунтується на 10 індикаторах, які комплексно відображають ринкову частку компанії, її місце в галузі та динаміку росту у порівнянні з конкурентами (діапазон значень даного індексу 1-4) [54].

Частка у секторі – це ринкова частка компанії у межах сукупної виручки сектору її основної діяльності (вказує на загальний масштаб діяльності компанії та рівень її впливу на економіку країни в цілому), частка ринку – відносна частка компанії у межах сукупної виручки на ринку з точки зору її основної діяльності (вказує на ринкову потужність компанії), а частка на субринку – дозволяє оцінити виручку компанії відносно субринку її основної діяльності, який знаходиться на рівень нижче від ринку згідно КВЕД (характеризує ринкову потужність компанії з точки зору вузького сегменту ринку) [54].

Місце в секторі – це порядковий номер (ранг) компанії серед інших фірм у секторі її основної діяльності, поранжованих за виручкою, місце на ринку – порядковий номер (ранг) компанії серед інших фірм на ринку її основної діяльності, поранжованих за виручкою, а місце на субринку – порядковий номер (ранг) компанії серед інших фірм на її ключовому сегменті ринку, поранжованих за виручкою (чим менше значення, тим більшою є компанія) [54].

Таблиця 2.12 – Основні показники оцінки ринкового потенціалу ПрАТ «Чумак» протягом 2015-2019 років

№	Назва показника	Значення показника				
		2015 рік	2016 рік	2017 рік	2018 рік	2019 рік
1	2	3	4	5	6	7
1	Індекс MarketScore	A/3,7	A/3,7	A/3,6	A/3,7	A/3,7
2	Частка в секторі, %	0,08	0,08	0,08	0,08	0,09
3	Частка ринку, %	1,62	5,56	5,09	5,40	5,68
4	Частка на субринку, %	19,97	13,33	13,64	14,62	15,14
5	Місце компанії в секторі	171	167	181	166	150
6	Місце компанії на ринку	12	2	3	3	3
7	Місце компанії на субринку	2	1	1	1	1
8	Абсолютний приріст виручки за рік, млн. грн.	166,9	96,2	111,6	283,9	212,4

Продовження таблиці 2.12

1	2	3	4	5	6	7
9	Відносний приріст виручки за рік, %	20,1	9,7	10,2	23,6	14,3
10	Абсолютний середньорічний приріст виручки за 3 роки, млн. грн.	130,2	157,7	124,9	163,9	202,6
11	Сукупний середньорічний темп зростання виручки за 3 роки, %	18,0	20,8	13,2	14,3	15,9

Джерело: [33]

Індекс MarkerScore у ПрАТ «Чумак» є майже незмінним протягом 5 років та знаходиться на рівні 3,7 балів, що свідчить про високу ринкову потужність компанії. Динаміка зміни частки в секторі та частки на ринку ПрАТ «Чумак» характеризується постійним зростанням протягом 5 років, за цей період частка в секторі зросла на 12,5%, а частка на ринку – на 250%. Проте частка на субринку стрімко зменшилась в 2016 році в порівнянні з 2015 роком, але ПрАТ «Чумак» поступово розвивається, щоб досягти минулого показника. Місце ПрАТ «Чумак» в секторі, на ринку та на субринку з кожним роком покращується. До того ж варто зауважити, що протягом 5 років компанія займає передові місця на ринку.

Абсолютний приріст виручки ПрАТ «Чумак» за рік характеризується постійним зростанням, а в 2019 році він склав 212,4 млн. грн, проте з огляду на відносний приріст виручки спостерігається зменшення темпів його зростання. Аналогічна ситуація простежується з абсолютним середньорічним приростом виручки та сукупним середньорічним темпом зростання виручки ПрАТ «Чумак» за 3 роки. Так, абсолютний середньорічний приріст виручки ПрАТ «Чумак» за 3 роки в 2019 році склав 202,6 млн. грн, а сукупний середньорічний темп зростання виручки компанії за 3 роки в 2019 році становить 15,9%.

Стосовно якісних показників ринкового потенціалу ПрАТ «Чумак» в 2018 році бренд «Чумак» було визнано одним з найдорожчих брендів в Україні. За рейтингом видання НВ та компанії MPP Consulting, Чумак зайняв 16 сходинку серед найдорожчих брендів країни, піднявшись з 23 місця та збільшивши свою вартість на 50% [32]. Протягом всього періоду діяльності ПрАТ «Чумак» компанія

збільшувала свою цінність, пізнаваність, а також лояльність до бренду за рахунок проривних технологій та інновацій в сфері виробництва харчової продукції, а саме ПрАТ «Чумак» першими в Україні почали виготовляти кетчуп, вона є першим постачальником McDonald's в країнах СНД, однією з перших почала фасувати свої продукції в еко-тари, турбуючись про екологію, зробила великий внесок у покращення технології вирощування овочів Херсонського регіону, вперше представивши в Україні систему крапельного зрошення, володіє найбільшим в Європі полем огірків, першими в Україні запустили фабрику з повним циклом виробництва томатного соку, має найбільший у Центральній та Східній Європі завод з переробки свіжих томатів та багато іншого (рис. 2.23).

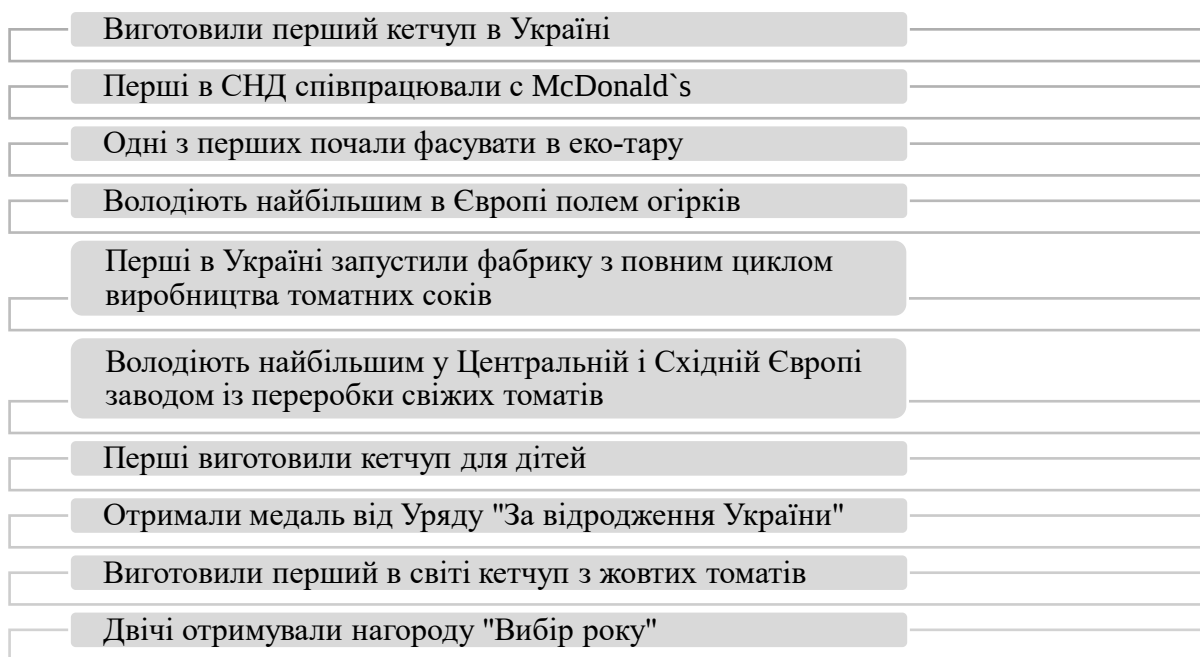


Рисунок 2.23 – Якісні показники ринкового потенціалу ПрАТ «Чумак»
(розроблено автором на основі [32])

Оцінка ключових фінансових показників ПрАТ «Чумак» включає визначення коефіцієнту платоспроможності (автономії), коефіцієнту маневреності власного капіталу, коефіцієнту фінансування, коефіцієнту абсолютної ліквідності, показнику покриття та рентабельності продажу продукції.

Показники фінансової стійкості ПрАТ «Чумак» та динаміка їх зміни протягом 2017-2019 років відображені в табл. 2.13.

Таблиця 2.13 – Показники фінансової стійкості ПрАТ «Чумак»

№	Назва показника	Значення показника			Норма	Відхилення 2018/2017		Відхилення 2019/2018	
		2017 рік	2018 рік	2019 рік		Абсолютне	Відносне	Абсолютне	Відносне
1	Коефіцієнт автономії	0,55	0,61	0,78	> 0,5	0,06	10,91%	0,17	27,87%
2	Коефіцієнт маневреності капіталу	1,51	1,62	1,62	> 0	0,11	7,28%	0,00	0,00%
3	Коефіцієнт фінансування	0,83	0,99	1,12	> 1	0,16	19,28%	0,13	13,13%
4	Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,03	0,03	0,04	> 0,2	0,00	0,00%	0,01	33,33%
5	Коефіцієнт покриття	2,12	2,21	2,29	> 2	0,09	4,25%	0,08	3,62%
6	Рентабельність продажу продукції	2,38	5,64	7,72	> 0	3,26	136,97%	2,08	36,88%

Розраховано автором

Після проведення оцінки ключових фінансових коефіцієнтів можемо зробити висновок, про позитивну тенденцію зміни всіх показників фінансової стійкості ПрАТ «Чумак» протягом 2017-2019 років. До того ж варто зауважити, що в 2019 році всі показники перевищували своє нормативне значення, що також є позитивною характеристикою розвитку та потенціалу ПрАТ «Чумак». Коефіцієнти автономії, абсолютної ліквідності та рентабельності продажів продукції в 2019 році зросли приблизно на 30%, коефіцієнт фінансування зріс на 13,13%, коефіцієнт покриття – на 3,62%, а коефіцієнт маневреності капіталу залишився незмінним.

Отже, ПрАТ «Чумак» характеризується високим ступенем незалежності від зовнішніх джерел фінансування, також має високу здатність виконувати свої фінансові зобов'язання та йому характерна низька ймовірність банкрутства. До того ж підприємство характеризується високим ступенем роботи на ринку.

Висновки до розділу

Дослідивши загальну характеристику ПрАТ «Чумак» було визначено, що підприємство функціонує на національному та міжнародному ринках більше 25

років забезпечуючи внутрішній та зовнішній ринки натуральною та якісною харовою продукцією, що представлена близько 20 позиціями, серед яких основними є кетчупи, майонези, томатна паста, соуси та макаронні вироби.

Аналіз зовнішнього середовища показав, що група споживачів продукції ПрАТ «Чумак» є доволі широкою, що обумовлено широким асортиментом продукції, яка виготовляється підприємством. Особливим сектором є ВТМ-клієнти, для яких ПрАТ «Чумак» на замовлення виготовляє продукцію під їх власним брендом. В ході виконання роботи було розглянуто забезпечення співпраці підприємства зі своїми постачальниками та партнерами. А також було досліджено основних конкурентів підприємства та надано їх загальну характеристику, а також порівняння основних фінансово-економічних показників.

В роботі було досліджено внутрішнє середовище компанії, а саме організаційну структуру компанії, наведено завдання та місію ПрАТ «Чумак», охарактеризовано основні технології, застосовувані на підприємстві та проведено SWOT-аналіз з визначенням сильних та слабких сторін підприємства, а також його можливостей та загроз, які можуть виникнути.

Проведено аналіз конкурентоспроможності ПрАТ «Чумак» на основі даних аналітичної платформи YouControl. Аналіз конкурентоспроможності підприємства здійснювався на основі його порівняння з конкурентами (ПрАТ «Волиньхолдінг», ПрАТ «Поез-Кернел груп», ДП «Сантрейд», ПП «Віктор і К», а також ТОВ «Верес»). Було визначено, що ПрАТ «Чумак» займає чільне місце серед своїх конкурентів на ринку, що визначає високий рівень його конкурентоспроможності.

Оцінка потенціалу ПрАТ «Чумак» здійснювалась в трьох напрямках: оцінка виробничого потенціалу, ринкового потенціалу та фінансової стійкості. В результаті оцінки було визначено, що ПрАТ «Чумак» характеризується постійним розвитком та збільшенням своєї потужності, а отже має значний потенціал.

3 РОЗРОБКА ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПРОЄКТУ НА ПРИВАТНОМУ АКЦІОНЕРНОМУ ТОВАРИСТВІ «ЧУМАК»

3.1 Характеристика проєкту впровадження нового продукту на ПрАТ «Чумак»

Висока конкуренція та вибагливі споживачі диктують умови розвитку компаній в ХХІ сторіччі. Вже багато років поспіль споживачі вимагають від ринку товар, який активно ігнорується українськими виробниками. Бажання споживачів настільки сильне, що вони вимушені самостійно задовольняти свою потребу. Компанія ПрАТ «Чумак» буде першою українською компанією, яка нарешті задовольнить одну з найочевидніших потреб споживачів: виробництво нового соусу «Кечунез», що являє собою суміш кетчупу та майонезу.

Новий продукт «Кечунез» задовольнить потребу найвибагливіших споживачів, яким недостатньо кетчупу та майонезу поодиноці. Інноваційний та якісний продукт зі «старим» новим смаком доповнить будь-яку страву та додасть їй домашньої атмосфери та ностальгії за дитинством і молодістю.

Розробка, виробництво та реалізація нового виду продукту «Кечунезу» не потребують освоєння та впровадження кардинально нових технологій та техніки. Оскільки новий продукт буде складатись з вже існуючих, рецептура та технологічна карта основних інгредієнтів вже відомі, а отже єдиною задачею на етапі розробки буде пошук «ідеальної» пропорції кетчупу та майонезу.

Основною перевагою нового продукту є розширення різноманітності смаків соусів ТМ «Чумак», а саме забезпечення потреби споживачів в готовому соусі, який складається з кетчупу та майонезу в одній упаковці. Це в свою чергу спричинює ряд додаткових переваг для споживачів:

- більш широкий вибір соусів;
- економія коштів на придбанні кетчупу та майонезу окремо;
- економія часу на змішуванні соусу з кетчупу та майонезу окремо.

Новий продукт «Кечунез» буде виготовлений з високоякісних та свіжих продуктів, які збираються на родючих південних полях України, а отже продукт буде не просто смачним, а й 100% натуральним, якісним та корисним.

Наразі розглядається два варіанти виготовлення упаковки продукту:

1. Стандартна упаковка «дой пак»;
2. Специфічна упаковка з можливістю використання соусів як разом, так і поодиноці з однієї упаковки.

Для нового товару ПрАТ «Чумак» буде використовуватись тип конкурентних переваг – диференціація, тобто здатність виділятися, виробляючи товар, який відрізняється та має нестандартний набір властивостей, що реально цікавлять покупця. Для забезпечення конкурентоспроможності нового продукту, всі необхідні гарантії, умови та обслуговування його покупців будуть аналогічними до всього іншого асортименту ТМ «Чумак».

Для забезпечення конкурентоспроможності нового продукту на ринку та зниження ризиків появи конкурентів з аналогічним продуктом дуже важливо детально проаналізувати його сильні та слабкі сторони (табл. 3.1). На основі проведеного аналізу визначається унікальна торгова пропозиція, яка буде складати основу (ядро) маркетингової стратегії, а отже просування та розвиток продукту.

Таблиця 3.1 – Аналіз можливих властивостей товару

Переваги продукту		Слабкі сторони продукту	
Унікальна перевага	Що її забезпечує	Недоліки	Методи їх подолання
1. Вибір бажаного смаку	Різноманітний асортимент соусів	1. Низький попит	Розробка маркетингової стратегії та проведення активної PR-компанії
2. Економія грошей	Відсутність необхідності придбання окремо кетчупу та майонезу	2. Поява конкурентів з аналогічним продуктом	Постійний розвиток та покращення продукту, активна реклама
3. Економія часу	Відсутність необхідності змішування кетчупу та майонезу	3. Стереотип про шкідливість споживання продукту	Інформування про корисні властивості нового продукту
4. Якісна та корисна продукція	Використання натуральних інгредієнтів зібраних з українських полів		

Розроблено автором

УТП – це унікальна торгова пропозиція, яка характерна лише даному товару, виокремлює його серед конкурентів і забезпечує товару перспективу, і це те, чого не може запропонувати або рекламувати конкурент.

Отже, УТП нового продукту «Кечунезу» під ТМ «Чумак» є високоякісний, натуральний та корисний продукт, який нарешті забезпечить давню потребу споживачів та подарує відчуття задоволення та ностальгії за молодістю.

Оскільки планується вивід абсолютно нового продукту на ринок, то доцільно обрати стратегію розвиваючого маркетингу, суть якого полягає в перетворенні потенційного (тобто вже наявного) попиту на реальний. Наступним етапом є визначення каналів розподілу товару, тобто сукупності підприємств та окремих осіб, які будуть забезпечувати просування товару від виробника до споживача. Новий продукт буде традиційно реалізовуватись від виробника до найбільших продовольчих магазинів України (АТБ, Сільпо, Фора, Ашан, Novus), а також до локальних магазинів та супермаркетів через оптових клієнтів.

Рекламна компанія буде охоплювати онлайн та офлайн сфери. З метою збільшення пізнаваності будуть використовуватись базові (основні) види реклами, а також специфічні для виокремлення серед конкурентів. До базової реклами відноситься нативна реклама, банери та білборди в найбільш людних точках міст, реклама в метро (банери, роздруківки, відео- та аудіоматеріали), реклама на ТВ. Застосування специфічної реклами передбачає проведення спільних акцій та знижок із суміжними сферами, участь в трейд-шоу, проведення дегустацій в торгових та торгово-розважальних центрах.

З метою збільшення пізнаваності буде активно використовуватись реклама з використанням Google і Instagram ресурсів, а також будуть використовуватись можливості Viber. В першу чергу потрібно буде створити потужний сайт, Сторінку на Facebook, Instagram-акаунт та спільноту в Viber, які будуть наповнені контентом та вже підготовлені до зустрічі з потенційними клієнтами.

Використання Google ресурсів передбачає SEO-оптимізацію сайту, з метою видачі його в пошуку вище за конкурентів, а також налаштування контекстної

реклами. Реклама буде налаштовуватись з використанням двох основних підходів: сегментування (виділення різних груп аудиторій та подальше налаштування реклами з врахуванням їх основних потреб, так званих «болей») та ремаркетинг (повторний запуск реклами на людей, які вже якось взаємодіяли з нашим сайтом).

Використання Instagram ресурсів передбачає декілька напрямків роботи: створення контенту, використання базових безкоштовних інструментів просування Instagram (хештеги та геотеги), налаштування таргетингової реклами, а також робота з лідерами думок. Найбільший акцент робиться на останні два напрямки. Створення контенту передбачає створення привабливого візуалу, який буде викликати або бажання придбати продукт, або підвищувати лояльність цільової аудиторії до нас, та написання корисних, залучаючих та продажних текстів. Таргетингова реклама буде використовуватись також з використанням підходів сегментування та ретаргетингу. Робота з лідерами думок передбачає підвищення пізнаваності і формування лояльності в аудиторії до нашого бренду.

Використання Viber передбачає створення Viber-спільноти для підвищення лояльності клієнтів. І також використання офіційної реклами Viber, яка є дешевою, проте охоплює велике коло людей на основі нативних підходів.

Структура учасників проекту по впровадженню нового виду продукції включає виробничий, фінансовий, маркетинговий відділи, відділ персоналу та департамент якості, а також має зовнішнього учасника. Повна організаційна структура виконавців проекту відображена на рис. 3.1.

Визначення необхідного бюджету для реалізації проекту складається з розрахунку видаткової частини та дохідної. Видаткова частина передбачає розрахунок собівартості виробництва продукції, витрат на рекламу і просування товарів, а також витрат на організацію та функціонування системи збуту. Дохідна частина бюджету являє собою проектування надходжень від продажів.



Рисунок 3.1 – Організаційна структура учасників проекту
(розроблено автором)

Оскільки новий продукт буде міксом вже існуючих (кетчупу та майонезу), то попередній приблизний розрахунок витрат на його виробництво буде здійснено на основі пошуку середнього арифметичного витрат на виробництво цих двох продуктів. Дані для розрахунку та результат визначення повної собівартості однієї упаковки «Кечунезу» (250 гр) наведені в табл. 3.2.

Таблиця 3.2 – Визначення повної собівартості нового продукту «Кечунез»

№	Показник	Значення показника
1	Собівартість реалізованої продукції в 2019 році, грн.	826 695 000
2	Відсоток реалізації майонезу до всієї реалізованої продукції в 2019 році, %	27
3	Відсоток реалізації кетчупу до всієї реалізованої продукції в 2019 році, %	33
4	Обсяг реалізації майонезу в 2019 році, тонн	9 655
5	Обсяг реалізації кетчупу в 2019 році, тонн	15 991
6	Собівартість однієї упаковки майонезу (250 гр), грн.	5,78
7	Собівартість однієї упаковки кетчупу (250 гр), грн.	4,26
8	Собівартість однієї упаковки «Кечунезу» (250 гр), грн.	5,02

Розраховано автором

Провівши розрахунок повної собівартості на основі знаходження середнього арифметичного собівартостей виробництва кетчупу та майонезу, було визначено, що собівартість однієї упаковки «Кечунезу» становитиме 5,02 грн.

Детальна характеристика всіх статей витрат та елементів ціни нового продукту наведені в табл. 3.3. Розрахунок собівартості та ціни продукції буде

здійснюватись для одиниці продукції, а також для випуску пробної партії, яка складатиме 100 000 штук (25 тон). Варто зазначити, що матеріальні витрати ПрАТ «Чумак» складають близько 80% у складі собівартості продукції.

Визначення витрат на виробництво і реалізацію продукції, а також встановлення ціни на продукцію наведено в табл. 3.3.

Таблиця 3.3 – Розрахунок собівартості і ціни продукції

№	Найменування статей витрат і елементів ціни	Розмір витрат	
		на од. прод., грн.	на програму, грн.
1.	Матеріальні витрати, всього:	4,02	402 000,00
1.1.	Сировина і основні матеріали.	2,62	262000,00
1.2.	Допоміжні матеріали.	-	-
1.3.	Покупні та комплектуючі вироби.	-	-
1.4.	Паливо для технологічних цілей	0,51	51000,00
1.5.	Енергія для технологічних цілей	0,89	89000,00
1.6.	Транспортно - заготівельні витрати (12% от п. 1.1.).	0,47	47 280,00
1.7.	Зворотні відходи (віднімаються).	-	-
2.	Заробітна плата основних виробничих робітників, всього:	0,114	11 440,00
2.1.	Основна зарплата основних виробничих робітників.	0,104	10 400,00
2.2.	Додаткова зарплата основних виробничих робітників (10% от п. 2.1.).	0,010	1 040,00
3.	Нарахування на зарплату (22% від п. 2.).	0,025	2 516,80
4.	Інші змінні витрати.	-	-
5.	Разом змінні витрати (Σ п.1 + п.2 + п.3 + п.4).	4,160	415 956,80
6.	Загальновиробничі витрати (ОПР – 14% від п.2.1.).	0,015	1 456,00
7.	Загальногосподарські витрати (ОХР – 12% від п. 2.1.).	0,012	1 248,00
8.	Інші виробничі витрати.	-	-
9.	Разом виробнича собівартість.	4,19	418 660,80
10.	Комерційні витрати (20% от п. 9).	0,84	83 732,16
11.	Разом постійні витрати (Σ п.6 + п.7 + п.8 + п.10).	0,86	86 436,16
12.	Разом повна собівартість (п.5 + п.11)	5,02	502 392,96
13.	Прибуток (при плановому рівні накопичення):	4,27	427 034,02
	– для мінімального рівня ціни – 85%.	13,35	1 334 858,09
	– для максимального рівня ціни – 128%.		
14.	Оптова ціна:	9,29	929 426,98
	– при 85%	18,37	1 837 251,05
	– при 128%		
15.	ПДВ (20%):	1,86	185 885,40
	– при 85%	3,67	367 450,21
	– при 128%		
16.	Відпускна ціна підприємства:	11,15	1 115 312,37
	– при 85%	22,05	2 204 701,27
	– при 128%		

Розраховано автором

Отже, при реалізації продукції з урахуванням максимального рівня ціни оптова ціна становитиме 9,29 грн, а відпускна ціна становитиме 22,05 грн.

Розрахунок витрат по оплаті роботи кожного з учасників проекту відображено в табл. 3.4 із зазначенням погодинної ставки, кількості учасників на одній посаді, а також тривалості участі.

Таблиця 3.4 – Розрахунок витрат по оплаті роботи учасників проекту

№	Посада	Ставка, грн/год	Кількість, осіб	Тривалість участі, год	Оплата всього, грн
1	Проектний менеджер	150	1	116,88	17 532
2	Інженер-технолог	120	1	172	20 640
3	Маркетолог	60	3	194	34 920
4	HR-менеджер	100	1	8	800
5	Фінансовий аналітик	120	1	144	17 280
6	Спеціаліст з якості	105	1	128	13 440
7	Працівник цеху	55	2	104	11 440
8	Дизайнер-підрядчик	120	1	64	7 680
Разом:			11	-	123 732

Розраховано автором

Отже, бачимо, що найбільше витрат йде на оплату роботи маркетологів та інженера-технолога, а найменше на HR-менеджера. Така ситуація з працівниками обумовлена тим, що інженер-технолог та маркетологи працюють найбільшу кількість годин над проектом і мають значний вплив на нього. А HR-менеджер потрібен лише на початку роботи над проектом.

При формуванні інвестиційного проекту впровадження нового виду продукції важливо розробити календарний план його реалізації. Важливість його складення обумовлена тим, що календарний план встановлює час очікуваного фінансування, визначає по дням реалізацію всіх етапів, а також являє виробничу програму та графік поставок. Календарний план впровадження нового виду продукції на ПрАТ «Чумак» наведено в табл. 3.5.

Таблиця 3.5 – Календарний план впровадження нового виду продукції

№	Назва етапу	Тривалість, дні	Дата початку	Вартість, грн..
1	2	3	4	5
1	Формування ідеї проекту	2	02.07.2021	5 351,2
2	Обґрунтування проекту	2	04.07.2021	7 722,4
3	Аналіз можливостей	3	02.07.2021	10 315,8
4	Утвердження проекту	0	05.07.2021	58

Продовження таблиці 3.5

1	2	3	4	5
5	Визначення основних завдань	2	06.07.2021	5 266,05
6	Визначення відповідальних осіб	1	10.07.2021	1 014
7	Визначення строків виконання	1	10.07.2021	618,8
8	Визначення необхідних ресурсів	2	10.07.2021	3 104,8
9	Утвердження плану	0	11.07.2021	50
10	Розробка стратегії маркетингу	7	12.07.2021	20 143,82
11	Створення прототипів	5	12.07.2021	32 463
12	Тестування	3	19.07.2021	5 023,93
13	Виробництво	10	24.07.2021	502 392,96
14	Запуск реклами	7	08.08.2021	7 695,02
15	Старт продажів	6	17.08.2021	18 779,2
Всього:				619 998,98

Розраховано автором

Загальна тривалість реалізації проекту по впровадженню нового виду продукції до старту продажів становить 32 дні. Для оптимізації проекту, а також швидшої реалізації деякі процеси виконуються паралельно. При цьому також відсутнє перенавантаження самих працівників та ресурсів.

Отже, загальний розмір інвестицій, який необхідний для реалізації проекту становить 619 998,98 грн. Для їх залучення буде застосоване самоінвестування.

Найбільша частка витрат припадає на матеріальних ресурси і для виробництва тестової партії становить 402 000 грн. Найбільша концентрація матеріальних витрат спостерігається на етапі виробництва і становить 502 392,96 грн. На другому місці за розміром матеріальних витрат знаходиться етап створення прототипів продукту – 32 463 грн. На інших етапах матеріальні витрати незначні, оскільки етап виробництва є одним з найважливіших та матеріалоемних етапів всього проекту.

Паливо та електроенергія для виконання проекту складаються з витрат на обслуговування комп'ютерів, а також виробничого та фасувального обладнання. Загальна вартість всіх витрат на паливо та електроенергію склали 140 000 грн.

Витрати на службові відрядження відсутні, оскільки відсутня необхідність наявності службових відряджень для реалізації даного проекту.

Спецобладнання для експериментальних робіт застосовується лише на етапах створення прототипів та їх тестування і буде представлено верстатами та інструментами, необхідними для проведення НДДКР.

Інші витрати представлені витратами на оплату використання послуг Інтернет, затвердженням нормативно-технічної документації, а також на забезпечення захисту об'єктів інтелектуальної власності, що будуть представляти собою новий продукт «Кечунез».

Дохідна частина бюджету являє собою проектування надходжень від продажів. План продажів продукції у вартісному та натуральному вимірах здійснюватиметься на основі планування бажаної виручки. Розрахунок бажаної виручки від реалізації нового продукту, соусу «Кечунез», здійснювався на основі середнього арифметичного значення обсягів реалізації кетчупу та майонезу у вартісному вимірі в 2018-2019 роках та складає 25% від отриманого результату, а саме 180 млн. грн в перший рік реалізації проєкту. Також середньорічний відсоток зростання обсягів реалізації даної продукції в 2018-2019 роках становив 24,5%, отже такий самий відсоток зростання заплановано для нового проєкту. Варто зауважити, що обсяг виручки в розрізі кожного місяця зростає нелінійно, оскільки даному продукту характерні певні піки сезонності. Результати планування виручки від продажів та очікуваного об'єму продажів наведено в табл. 3.6.

Таблиця 3.6 – План доходів та витрат від реалізації проєкту

Назва продукції	1 рік (помісячно)												2 рік	3 рік
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
Очікуваний об'єм продажів, тис. шт.	150	190	236	458	1120	975	853	812	717	576	463	1615	10163	12653
Ціна продажів, грн за шт.	22,05													
Виручка від продажів, млн. грн.	3,3	4,2	5,2	10,1	24,7	21,5	18,8	17,9	15,8	12,7	10,2	35,6	224,5	279,

Розраховано автором

Проаналізувавши план продажів, бачимо, що очікується доволі позитивна тенденція зростання обсягу продажів з кожним року. Зростання обсягу продажів

прогнозується в середині літа, коли люди виїжджають на відпочинок і попит на продукт зростає, а також на Новий рік. Оскільки ТМ «Чумак» асоціюється у споживачів зі стабільністю, то було прийнято рішення не збільшувати ціну з кожним роком для того, щоб стабілізувати попит та продажі. Проте передбачається зменшення собівартості за рахунок масштабу виробництва, що також буде додатковим фактором збільшення прибутку.

Важливим етапом характеристики інвестиційного проекту є прогнозування доходів і витрат, на основі якого буде здійснено фінансовий аналіз та оцінку ефективності проекту. Він є важливим і для самого підприємства, і для інвесторів, і для кредиторів і для тих, хто буде втілювати проект в життя. Незалежно від спеціалізації або розміру компанії, фінансовий аналіз дозволяє виявити її слабкі сторони і запобігти можливі фінансові проблеми.

Загальний план доходів та витрат від реалізації нового виду продукції «Кечунез» на ПрАТ «Чумак» наведено в табл. 3.7.

Таблиця 3.7 – План доходів та витрат від реалізації нового виду продукції

Показники	1 рік (помісячно)												2 рік	3 рік
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
1. Виручка від реалізації, млн. грн.	3,3	4,2	5,2	10,1	24,7	21,5	18,8	17,9	15,8	12,7	10,2	35,6	224,5	279,0
2. ПДВ, млн. грн.	0,6	0,7	0,9	1,7	4,1	3,6	3,1	3,0	2,6	2,1	1,7	5,9	37,4	46,5
3. Собівартість, млн. грн.	0,8	1,0	1,2	2,3	5,6	4,9	4,3	4,1	3,6	2,9	2,3	8,1	51,0	63,5
4. Прибуток від реалізації, млн. грн.	2,5	3,2	4,0	7,8	19,1	16,6	14,5	13,8	12,2	9,8	7,9	27,5	173,5	215,5
5. Податок на прибуток, млн. грн.	0,5	0,6	0,7	1,4	3,4	3,0	2,6	2,5	2,2	1,8	1,4	4,9	31,2	38,8
6. Чистий прибуток, млн. грн.	2,1	2,7	3,3	6,4	15,6	13,6	11,9	11,3	10,0	8,0	6,5	22,5	142,3	176,7

Розраховано автором

Отже простежується лінійне зростання виручки та чистого прибутку ПрАТ «Чумак» від реалізації нового продукту «Кечунез» протягом 3 років.

3.2 Оцінка інвестиційного проєкту впровадження нового продукту на ПрАТ «Чумак»

Оцінка інвестиційного проєкту впровадження нового продукту є важливим етапом, адже вона дозволяє не тільки визначити інвестиційну привабливість проєкту та ефективність його реалізації, а ще дає змогу оцінити доцільність виробництва нового запропонованого продукту на постійній основі, а не лише протягом перших трьох років.

Критичний обсяг виробництва або точка беззбитковості відображає величину виручки від реалізації продукції проєкту, при якій повністю покриваються всі витрати на виробництво, не отримуючи при цьому прибутку. Розрахунок проводиться за формулами (3.1) та (3.2):

$$Q_{\text{кр}} = \frac{FC}{P - AVC}, \quad (3.1)$$

де $Q_{\text{кр}}$ – критичний обсяг виробництва в натуральному вираженні;

FC – постійні витрати на виробництво продукції, тис. грн.;

P – ціна одиниці продукції, тис. грн.;

AVC – змінні витрати на виробництво одиниці продукції, тис. грн.;

$$Q'_{\text{кр}} = Q_{\text{кр}} * P, \quad (3.2)$$

де $Q'_{\text{кр}}$ – критичний обсяг виробництва у вартісному вираженні.

$$Q_{\text{кр}} = \frac{FC}{P - AVC} = \frac{26\,643\,659,99}{22,05 - 4,16} = 1\,489\,305 \text{ шт.}$$

$$Q'_{\text{кр}} = 1\,489\,305 * 22,05 = 32\,839\,175,25 \text{ грн.}$$

Отже, для того, щоб повністю покрити витрати на виробництво нового продукту підприємству необхідно буде продати 1 489 305 упаковки нового соусу на суму 32 839 175,25 грн. Для більш наочного відображення критичного обсягу виробництва (точки беззбитковості) побудовано графік, де TR – виручка від реалізації продукції, $ТС$ – сукупні витрати в тисячах гривень. Графічне визначення точки беззбитковості наведено на рис. 3.2.

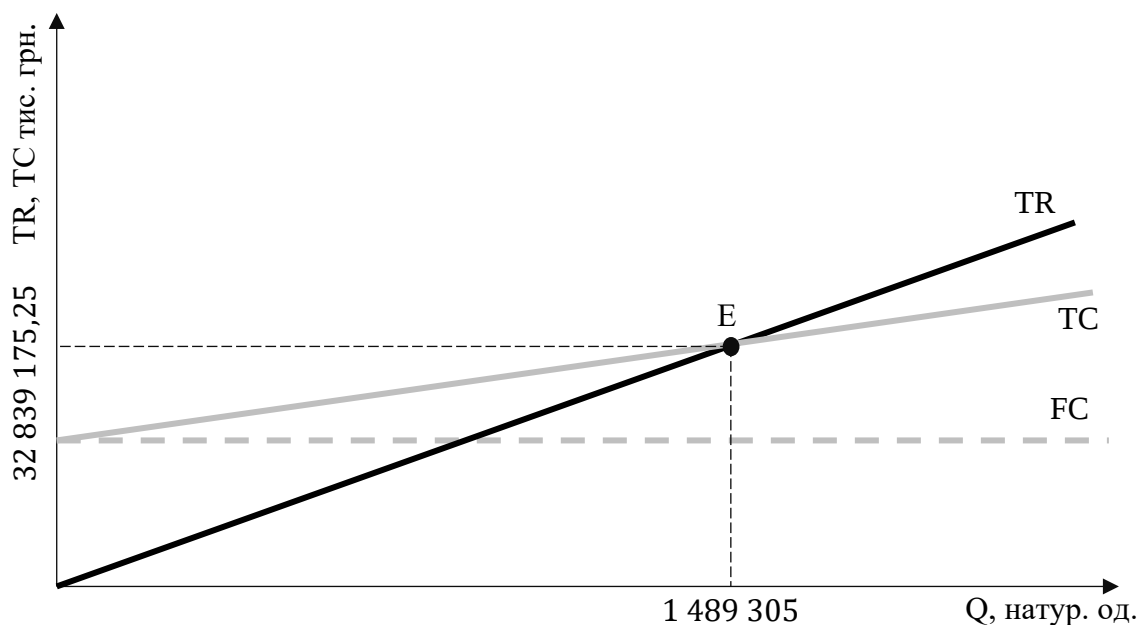


Рисунок 3.2 – Графічне визначення точки беззбитковості виробництва нового продукту соусу «Кечунез» на ПрАТ «Чумак»
(розроблено автором)

Розробка інвестиційного проєкту впровадження нового виду продукції неможлива без оцінки його ефективності. Оцінку ефективності запропонованого проєкту варто розпочати з розрахунку запасу фінансової міцності – відсоткове відхилення фактичної виручки від порогової за формулами (3.3 – 3.5).

$$S_t = \frac{TR - TR'}{TR} * 100, \quad (3.3)$$

де S_t – запас фінансової міцності, %;

TR – фактична виручка, грн.;

TR' – порогова виручка, грн.:

$$TR' = \frac{FC}{K}, \quad (3.4)$$

де K – коефіцієнт покриття:

$$K = \frac{TR - VC}{TR}, \quad (3.5)$$

VC – змінні витрати на виробництво продукції, грн.

$$K = \frac{683\,131\,050 - 128\,880\,960}{683\,131\,050} = 0,81$$

$$TR = \frac{26\,643\,659,99}{0,81} = 32\,839\,167,29 \text{ грн.}$$

$$S_t = \frac{683\,131\,050 - 32\,839\,167,29}{683\,131\,050} * 100 = 95,19\%$$

Провівши розрахунок спостерігаємо, що запас фінансової міцності запланованого проєкту доволі таки високий і становить 95,19%, що забезпечує беззбитковість реалізації проєкту.

Рентабельність продажів (або маржа прибутку) показує, скільки прибутку приносить кожна гривня з обсягу реалізації та знаходиться за формулою (3.6).

$$R_s = \frac{\Pi}{B} * 100\%, \quad (3.6)$$

де Π – прибуток, грн.;

B – виручка від реалізації продукції, грн..

$$R_s = \frac{432\,637\,272,6}{683\,131\,050,0} * 100\% = 63,33\%$$

Запланований проєкт характеризується досить високим рівнем прибутку. Кожна гривня з обсягу реалізації приносить 63,33% прибутку.

Період окупності проєкту відображає час, який потрібен для того, щоб сума надходжень від реалізації проєкту відшкодувала суму витрат на його впровадження. Період окупності розраховуємо за формулою (3.7).

$$PBP = \frac{\Pi}{ACI}, \quad (3.7)$$

де PBP – період окупності інвестицій, роки;

Π – сума інвестиційних витрат, грн.;

ACI – надходження (чистий прибуток), грн.

$$PBP = \frac{619\,998,98}{432\,637\,272,6} = 0,001 \text{ року}$$

Отже, для того, щоб сума надходжень від реалізації проєкту відшкодувала суму витрат на його впровадження необхідно 0,001 року.

Узагальнені результати розрахунку беззбитковості та запасу фінансової міцності наведені в табл. 3.8.

Таблиця 3.8 – Розрахунок беззбитковості і запасу фінансової міцності

№	Назва показника	Одиниця виміру	Значення
1	Рівень беззбитковості	грн.	32 839 175,25
2	Запас фінансової міцності	%	95,19
3	Рентабельність продажів	%	63,33
4	Період окупності проекту	роки	0,001

Розраховано автором

Критерій ефективності – це найбільш сприятливе співвідношення між прибутковістю і ризикованістю проекту. Прибутковість – це не просто приріст капіталу, а такий темп його збільшення, який повністю компенсує інфляційне зменшення купівельної спроможності грошей протягом інвестиційного циклу і покриває ризики інвестора, пов'язані з можливістю недоодержання прибутку.

Перед початком розрахунків варто визначити ставку дисконтування, яка знаходиться за формулою (3.8).

$$d = r_f + r_p + i, \quad (3.8)$$

де d – ставка дисконтування;

r_f – відсоткова ставка по проекту;

r_p – ризик по проекту;

i – відсоток інфляції.

$$d = 1\% + 6\% + 11\% = 18\%$$

Закладений відсоток інфляції на 2021 рік становить 11%. Оскільки обсяг необхідних інвестицій становить 1% від статутного капіталу підприємства, а період окупності інвестицій становить 0,001 року, це означає, що проект є неризиковим, тому відсоток ризику по проекту було встановлено на рівні 6%. Отже, ставка дисконтування інвестиційного проекту впровадження нового виду продукту, соусу «Кечунез», становитиме 18%.

Розрахунок чистої теперішньої вартості (NPV) проекту здійснюється за формулою (3.9).

$$NPV = \sum_{k=1}^n \frac{B_t - C_t}{(1 + d)^n} - IC, \quad (3.9)$$

де B_t – вигоди проекту в місяць t ;

C_t – витрати проекту в місяць t ;

d – ставка дисконтування;

IC – первісні інвестиції.

Розрахунок індексу рентабельності інвестицій (PI) проекту здійснюється за формулою (3.10).

$$PI = \frac{\sum_{t=1}^n \frac{B_t - C_t}{(1 + i)^n}}{IC}, \quad (3.10)$$

Результат розрахунку чистої теперішньої вартості (NPV) та індексу рентабельності інвестицій (PI) наведено в табл. 3.9.

Таблиця 3.9 – Результат розрахунку NPV та PI інвестиційного проекту

t	IC	NCF	Диск. Множн.	DNCF	NPV	PI
0	619 998,98		1		305 648 144,31	493,98
1		113 900 000	0,847	96 525 423,73		
2		142 300 000	0,718	102 197 644,36		
3		176 700 000	0,609	107 545 075,20		
				306 268 143,29		

Розраховано автором

Результат розрахунків NPV та PI свідчить про те, що проект можна приймати, оскільки розраховане значення NPV є більше 0, а PI – більше одиниці.

Розрахунок дисконтованого коефіцієнта рентабельності інвестицій (DROI) здійснюється за формулою (3.11).

$$DROI = \frac{NPV}{PV}, \quad (3.11)$$

де PV – сума чистих дисконтованих грошових надходжень.

$$DROI = \frac{305\,648\,144,31}{306\,268\,143,29} = 1,00$$

Результат розрахунку дисконтованого коефіцієнта рентабельності інвестицій (DROI) свідчить про те, що проект можна приймати, оскільки розраховане значення є більше нуля.

Розрахунок внутрішньої норми доходності (IRR) здійснюється за формулою (3.12). Результати розрахунку наведені в табл. 3.10.

$$IRR = A + \frac{a * (B - A)}{(a - b)}, \quad (3.12)$$

де А – величина ставки дисконту, при якій NPV позитивна;

В – величина ставки дисконту, при якій NPV негативна;

а – величина позитивної NPV, при величині ставки дисконту А;

б – величина негативної NPV, при величині ставки дисконту В.

Таблиця 3.10 – Розрахунок внутрішньої норми доходності (IRR)

t	IC	NCF	Диск. множн. (18%)	DNCF (18%)	Диск. множн. (36%)	DNCF (36%)	IRR
0	619998,98		1		1		58,07
1		113900000	0,847	96525423,73	0,735	70974576,27	
2		142300000	0,718	102197644,36	0,541	55253916,71	
3		176700000	0,609	107545075,20	0,398	42753709,55	
			Σ	306268143,29		168982202,53	
			NPV	305648144,31		168362203,55	

Розраховано автором

Результат розрахунку свідчить про те, що проект можна приймати, так як рівень рентабельності (IRR) є не нижчим поточного показника ціни капіталу.

Розрахунок дисконтованого терміну окупності інвестиції (DPP) здійснюється за формулою (3.13), а результати наведено в табл. 3.11.

$$DPP = t + \frac{KVP_t}{PV_{t+1}}, \quad (3.13)$$

де t – рік останнього від’ємного значення кумулятивної вартості;

KVP_t – кумулятивна вартість t року (останнє від’ємне значення), грн.;

PV_{t+1} – дисконтована вартість грошового потоку у t+1 році, грн.

Таблиця 3.11 – Розрахунок дисконтованого терміну окупності інвестицій

t	Сума грошових надходжень, грн.	Кдиск	Сума диск. грошових надходжень, грн.	Залишок невідшкодованої суми інвестицій на кінець року, грн.
0	-619999,98	1		-619 999,98
1	113900000	0,847	96 525 423,73	95 905 423,75
2	142300000	0,718	102 197 644,36	198 103 068,10
3	176700000	0,609	107 545 075,20	305 648 143,31

Розраховано автором

$$DPP = 0 + \frac{619\,998,98}{96\,525\,423,73} = 0,01$$

Результат розрахунку дисконтованого терміну окупності інвестицій (DPP) свідчить про те, що проєкт можна приймати, оскільки дисконтований термін окупності складає 0,01 року, що є досить позитивним показником.

Розрахунок коефіцієнту вигоди-витрати (BCR) здійснюється за формулою (3.14), а процес розрахунку наведений в табл. 3.12.

$$BCR = \frac{\sum_{t=1}^n \frac{B_t}{(1+i)^t}}{\sum_{t=1}^n \frac{C_t}{(1+i)^t}} \quad (3.14)$$

Таблиця 3.12 – Розрахунок коефіцієнту вигоди-витрати (BCR)

t	IC	Bt	Ct	Диск. множн.	Bt/Кд	Ct/Кд
1		180 000 000	66 100 000,00	0,847	212 400 000,00	77 998 000,00
2		224 500 000	82 200 000,00	0,718	312 593 800,00	114 455 280,00
3		279 000 000	102 300 000,00	0,609	458 405 928,00	168 082 173,60
					983 399 728,00	360 535 453,60

Розраховано автором

$$BCR = \frac{983\,399\,728,0}{360\,535\,453,6} = 2,73$$

Результат розрахунку коефіцієнту вигоди-витрати (BCR) свідчить про те, що проєкт можна приймати, оскільки значення коефіцієнту є більше одиниці.

Для оцінювання проєктів з метою прийняття рішення щодо доцільності фінансування було розраховано показники чистої теперішньої вартості (NPV), індекс прибутковості проєкту (PI), внутрішня норма дохідності (IRR), термін окупності інвестицій (DPP), а також коефіцієнт ефективності інвестицій. За результатами розрахунків всіх показників проєкт можна приймати, отже фінансування даного проєкту є доцільним та інвестиційно привабливим.

Важливим етапом розробки проєкту є оцінювання ризиків проєкту. Для цього спочатку необхідно прописати основні ризики, які можуть виникнути під час реалізації проєкту, згрупувавши їх по групах. Групи ризиків проєкту з виробництва соусу поділені на дві основні групи: внутрішні (хвороба працівника, затримки

виробництва, поломка обладнання та нестача матеріалу) та зовнішні (поява сильного конкуренту, форс-мажор, зростання рівня інфляції та падіння платоспроможності споживачів) і наведені в табл. 3.13.

Таблиця 3.13 – Групи ризиків проєкту впровадження нового виду продукції

№	Група ризику	Ризики	Показник важливості фактору
1	Внутрішні	Хвороба працівника	0,3
2		Затримка виробництва	0,4
3		Поломка обладнання	0,6
4		Нестача матеріалів	0,7
5	Зовнішні	Поява сильного конкурента	0,5
6		Форс-мажор (наприклад, пандемія)	0,3
7		Зростання рівня інфляції	0,2
8		Падіння платоспроможності споживачів	0,3

Розроблено автором

Для оцінки ризиків проєкту застосовуємо метод експертних оцінок. До проведення аналізу було залучено 3 експертів, кожен з яких має досвід роботи з ризиками та добре розуміється на основних процесах ПрАТ «Чумак» (Додаток В). Результати оцінювання експертів наведено в табл. 3.14.

Таблиця 3.14 – Оцінка ризиків проєкту методом експертних оцінок

№	Назва ризику	Середня оцінка
1	Хвороба працівника	24
2	Затримка виробництва	15
3	Поломка обладнання	14
4	Нестача матеріалів	13
5	Поява сильного конкурента	28
6	Форс-мажор (наприклад, пандемія)	26
7	Зростання рівня інфляції	9
8	Падіння платоспроможності споживачів	7

Складено автором

Загальний рівень ризикованості проєкту становить 136, тобто проєкт є з низьким ризиком. Тепер визначимо середньозважену оцінку рівня ризикованості проєкту по кожній групі ризиків за формулою (3.15).

$$W = \frac{\sum_{i=1}^n B_i * W_i}{n}, \quad (3.15)$$

де W – середньозважена оцінка групи ризиків;

B_i – показник важливості фактору i ;

W_i – експертна бальна оцінка ризику по фактору i ;

n – загальна кількість факторів в групі ризиків, що розглядається.

Середньозважена оцінка рівня ризикованості по групі зовнішніх ризиків:

$$W = \frac{24 * 0,3 + 15 * 0,4 + 14 * 0,6 + 13 * 0,7}{4} = 7,675$$

Середньозважена оцінка рівня ризикованості по групі внутрішніх ризиків:

$$W = \frac{28 * 0,5 + 29 * 0,3 + 9 * 0,2 + 7 * 0,3}{4} = 6,65$$

За результатами співвідношення важливості конкретного ризикового фактору для проєкту та експертної оцінки рівня ризику по ньому складено матрицю ризиків, яка наведена в табл. 3.15.

Таблиця 3.15 – Матриця оцінки ризиків проєкту

		Оцінка ризику за фактором				
		[0,19]	[20, 49]	[50, 59]	[60,89]	[90,100]
Важливість ризикового фактору	0,8-1					
	0,4-0,7	2, 3, 4	5			
	0,2-0,3	7, 8	1, 6			
	0,1					
	0,05					

Умовні позначення:  – високий ризик;  – помірний ризик;  – низький ризик

Складено автором

Матриця оцінки ризиків проєкту демонструє, що проєкт є низькоризиковим. В секторі помірного ризику знаходяться лише три фактори (хвороба працівника, поява сильно конкурента, форс-мажор). Фактори, що потрапили до зони помірного ризику наводимо в табл. 3.16 з урахуванням їх пріоритетності.

Таблиця 3.16 – Карта ризиків проєкту

Пріоритет ризику	Назва ризикового фактору	Група ризику	Важливість фактору, (0-1)	Оцінка ризику в балах, (0-100)	Оцінка з урахуванням важливості
1	Поява сильного конкурента	Зовнішні	0,5	28	14
2	Форс-мажор	Зовнішні	0,3	26	7,8
3	Хвороба працівника	Внутрішні	0,3	24	7,2

Складено автором

Важливим етапом при оцінці ризиків є формування заходів щодо запобігання їх появи або усунення. Для зменшення ризику від хвороби працівника на підприємстві, а саме в структурі управління проектом доцільно виділити кадровий резерв для забезпечення безперебійного виробництва та реалізації проекту в цілому. Також доцільно забезпечити працівників необхідними умовами праці та відпочинку для запобігання в них перенапруженості на роботі, що може призвести до зниження імунітету.

Для усунення загрози появи сильного конкурента слід забезпечити постійний моніторинг ринку та оперативну реакцію на появу мінімальних загроз в цьому напрямку. Доцільно проводити постійну роботу з поліпшення самого продукту, його якості, ціни та дизайну як упаковки, так і етикетки для того, щоб забезпечувати завжди високий рівень конкурентоспроможності самого продукту. Також важливим аспектом є проведення активної рекламної кампанії з ціллю підвищення пізнаваності та лояльності цільової аудиторії.

Форс-мажор – актуальна проблема сучасності. Для зменшення ризиків потрібно проводити прогнозування основних показників для того, щоб своєчасно на них зреагувати. Також доцільно укласти чіткі договори з постачальниками матеріалів та сировини для того, щоб форс-мажор не відобразився на забезпеченості виробництва ресурсами.

Отже, основними заходами щодо зниження загрози від ризиків проекту є постійний моніторинг ринку та умов, в яких буде розвиватись проект, а також проведення прогнозування для оперативної реакції на будь-які зміни.

Висновки до розділу

В ході виконання останнього розділу було наведено основну характеристику інвестиційного проекту впровадження нового виду продукції на ПрАТ «Чумак», а також проведено оцінку ефективності даного проекту.

Реалізація інвестиційного проекту передбачає виробництво нового продукту «Кечунез», який являє собою суміш кетчупу та майонезу. Доцільність

виробництва саме цього продукту обумовлена існування прихованого попиту на даний продукт, який ще не був задоволений жодним українським виробником. Головною перевагою проєкту є відсутність значним затрат на його розробку, підготовку до його реалізації та безпосередньо реалізацію, оскільки новий продукт не потребує освоєння нових технології та впровадження нового обладнання. Реалізація продукту буде здійснюватись на основі вже існуючої технології виробництва кетчупу та майонезу на ПрАТ «Чумак».

Організаційна структура проєкту складається з восьми учасників, при цьому один з них є зовнішнім. Собівартість однієї упаковки нового продукту була розрахована на основі собівартостей кетчупу та майонезу та склала 5,02 гривень, а відпускна ціна складатиме 22,05 грн. В роботі було детально описано всі статті витрат та елементи ціни, а також проведено розрахунок витрат по оплаті роботи учасників проєкту. Розроблено календарний план впровадження нового виду продукції та визначено план продажів продукту.

Оцінка інвестиційного проєкту передбачала розрахунок чистої теперішньої вартості (NPV), індексу рентабельності інвестиції (PI), дисконтованого коефіцієнту рентабельності інвестицій (DROI), внутрішньої норми доходності (IRR), дисконтованого терміну окупності інвестиції (DPP) та коефіцієнту вигоди-витрати (BCR). За результатами розрахунків всіх показників проєкт можна приймати та його фінансування є доцільним та інвестиційно привабливим. Варто зазначити, що період окупності інвестицій складатиме 4 місяці.

Також було проведено аналіз ризиків, які можуть виникнути під час реалізації проєкту, проведено їх оцінку та надано рекомендації по їх усуненню.

ВИСНОВКИ

В ході виконання роботи було досягнуто поставленої мети в повному обсязі, та виконано весь перелік завдань, визначений на початку роботи.

Досліджено вітчизняну та зарубіжну економічну літературу та визначено основну сутність поняття інвестиційного проєкту, а саме на основі підходів різних авторів до даного трактування, сформовано, що інвестиційний проєкт це цілеспрямований комплексний план заходів, що спрямований на створення, розвиток або модернізацію засобів праці, предметів праці, технологій або інших ресурсів, які задіяні у виробничому процесі, з метою отримання вигоди в майбутньому та який є забезпечений інвестиціями. Другим трактуванням інвестиційного проєкту було визначено сукупність документів, які характеризують проєкт на всіх етапах, а також визначають практичний план дій по вкладенню капіталу та прогнозуванню показників результату.

Описано інвестиційний проєкт зі сторони його основних характеристик, задач, етапів розробки та реалізації, а також структури як документу. Наведено детальну класифікацію інвестиційних проєктів за такими класифікаційними ознаками як цільова спрямованість, напрями виробничого розвитку, форми здійснення реальних інвестицій, обсяг інвестування, термін реалізації, групи інвесторів, які беруть участь реалізації проєкту, джерела фінансування, сумісність реалізації, напрями інвестування та рівень ризику.

Визначено, що основними методами оцінки ефективності інвестиційних проєктів є показник чистої теперішньої вартості (NPV), індекс прибутковості проєкту (IR), внутрішня норма дохідності (IRR), термін окупності інвестицій (DPP), а також коефіцієнт ефективності інвестицій. Описано їх сутність, алгоритм розрахунку, аналіз результатів та особливості застосування.

Досліджено загальну характеристику ПрАТ «Чумак» та визначено, що підприємство функціонує на національному та міжнародному ринках більше 25 років забезпечуючи внутрішній та зовнішній ринки натуральною та якісною

харовою продукцією, що представлена близько 20 позиціями, серед яких основними є кетчупи, майонези, томатна паста, соуси та макаронні вироби.

Проведено аналіз зовнішнього середовища, який показав, що група споживачів продукції ПрАТ «Чумак» є доволі широкою, що обумовлено широким асортиментом продукції, яка виготовляється підприємством. Особливим сектором є ВТМ-клієнти, для яких ПрАТ «Чумак» на замовлення виготовляє продукцію під їх власним брендом. В ході виконання роботи було розглянуто забезпечення співпраці підприємства зі своїми постачальниками та партнерами. А також було досліджено основних конкурентів підприємства та надано їх загальну характеристику, а також порівняння основних фінансово-економічних показників.

Досліджено внутрішнє середовище компанії, а саме організаційну структуру компанії, наведено завдання та місію ПрАТ «Чумак», охарактеризовано основні технології, застосовувані на підприємстві та проведено SWOT-аналіз.

Проведено аналіз конкурентоспроможності ПрАТ «Чумак» на основі даних аналітичної платформи YouControl. Аналіз конкурентоспроможності підприємства здійснювався на основі його порівняння з конкурентами (ПрАТ «Волиньхолдінг», ПрАТ «Поез-Кернел груп», ДП «Сантрейд», ПП «Віктор і К», а також ТОВ «Верес»). Було визначено, що ПрАТ «Чумак» займає чільне місце серед своїх конкурентів на ринку, що визначає високий рівень його конкурентоспроможності.

Проведено оцінку потенціал ПрАТ «Чумак» в трьох напрямках: оцінка виробничого потенціалу, ринкового потенціалу та фінансової стійкості. В результаті оцінки було визначено, що ПрАТ «Чумак» характеризується постійним розвитком та збільшенням своєї потужності, а отже має значний потенціал. В ході виконання останнього розділу було наведено основну характеристику інвестиційного проєкту впровадження нового виду продукції на ПрАТ «Чумак», а також проведено оцінку ефективності даного проєкту.

Визначено, що реалізація інвестиційного проєкту передбачає виробництво нового продукту «Кечунез», який являє собою суміш кетчупу та майонезу. Доцільність виробництва саме цього продукту обумовлена існування прихованого

попиту на даний продукт, який ще не був задоволений жодним українським виробником. Головною перевагою проєкту є відсутність значним затрат на його розробку, підготовку до його реалізації та безпосередньо реалізацію, оскільки новий продукт не потребує освоєння нових технології та впровадження нового обладнання. Реалізація продукту буде здійснюватись на основі вже існуючої технології виробництва кетчупу та майонезу на ПрАТ «Чумак».

Сформовано організаційну структуру проєкту, яка складається з восьми учасників, при цьому один з них є зовнішнім. Собівартість однієї упаковки нового продукту була розрахована на основі собівартостей кетчупу та майонезу та склала 5,02 гривень, а відпускна ціна складатиме 22,05 грн. В роботі було детально описано всі статті витрат та елементи ціни, а також проведено розрахунок витрат по оплаті роботи учасників проєкту. Розроблено календарний план впровадження нового виду продукції та визначено план продажів продукту.

Проведено оцінку інвестиційного проєкту передбачала розрахунок чистої теперішньої вартості (NPV), індексу рентабельності інвестиції (PI), дисконтованого коефіцієнту рентабельності інвестицій (DROI), внутрішньої норми доходності (IRR), дисконтованого терміну окупності інвестиції (DPP) та коефіцієнту вигоди-витрати (BCR). За результатами розрахунків всіх показників проєкт можна приймати та його фінансування є доцільним та інвестиційно привабливим.

Також було проведено аналіз ризиків, які можуть виникнути під час реалізації проєкту, проведено їх оцінку та надано рекомендації по їх усуненню.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Про інвестиційну діяльність: Закон України № 1560-XII від 18.09.1991. / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1560-12#Text>
2. Базилевич В., Мазур І. Методичні аспекти оцінки масштабів тіньової економіки. К.: центр учбової літератури, 2004. 440 с.
3. Майорова Т. В. Інвестиційна діяльність: підручник. К.: Центр учбової літератури, 2009. 472 с.
4. Зимин А.И. Инвестиции: вопросы и ответы. М.: ИД «Юриспруденция», 2006. 256 с.
5. Попов В.П., Семенов В. П. Организация и финансирование инвестиций. СПб.: Питер, 2001. 224 с.
6. Золотогоров В.Г. Инвестиционное проектирование: учеб. пособие. Мн. ИП «Экоперспектива», 1998. 463 с.
7. Савчук В.П. Практическая энциклопедия. Финансовый менеджмент: 3-е изд. К.: Companion Group, 2008. 880 с.
8. Васина А. А. Финансовая диагностика проектов. СПб.: Питер, 2004. 447 с.
9. Тарасюк Г. М. Управління проектами: навч. посіб. К.: Каравела, 2009. 320 с.
10. Грицай Т. Л. Інвестиційний проект як економічна категорія. *Фінанси, облік і аудит*. 2011. №18. С. 272-278. URL: <https://ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/2010/1011/Grytcay.pdf?sequence=1>
11. Стадії інвестиційного проекту від ідеї до реалізації. *Campwaltblog*: вебсайт. URL: <https://uk.campwaltblog.com/4226330-stages-of-the-investment-project-from-idea-to-implementation>
12. Інвестиційний проект: зміст та структура. *StudFiles*: вебсайт. URL: <https://studfile.net/preview/5397234/page:3/>
13. Пупенцова С. В. Инвестиционный анализ: учеб. пособие. СПб.: кафедра ЭиМНиТ СПбГПУ, 2011. 166 с. URL: <https://elib.spbstu.ru/dl/2231.pdf/view>

14. Поддєрьогін А. М. Фінансовий менеджмент: підручник. К.: КНЕУ, 2005. 535 с. URL: <https://economics.studio/finansoviy-menedjment/vidi-investitsiynih-proektiv-klasifikatsiya-59128.html>
15. Санація підприємств: економічна сутність, класична модель. *Osvita.ua*: вебсайт. URL: https://osvita.ua/vnz/reports/econom_pidpr/22303/
16. Класифікація інвестиційних проектів. *Безкоштовна бібліотека підручників*: вебсайт. URL: <http://www.info-library.com.ua/books-text-3078.html>
17. Види інвестиційних проектів, класифікація та методи оцінювання їх економічної ефективності. *StudFiles*: вебсайт. URL: <https://studfile.net/preview/5433252/page:55/>
18. Поляк Г. Б. Финансовый менеджмент: учебник. М.: Издательство Юрайт, 2018. 456 с. URL: https://stud.com.ua/67072/finansi/vidi_zmist_investitsiynih_proektiv
19. Джерела, методи і форми фінансування інвестиційної діяльності. *Bitcoin-times.ru*: вебсайт. URL: <https://bitcoin-times.ru/uk/istochniki-i-metody-finansirovaniya-istochniki-metody-i-formy-finansirovaniya/>
20. Методи фінансування реалізації інвестиційних проектів. *Студопедія*: вебсайт. URL: https://studopedia.com.ua/1_49177_metodi-finansuvannya-realizatsii-investitsiynih-proektiv.html
21. Про інвестиційну діяльність: Закон України № 1560-XII від 18.09.1991. / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1560-12#Text>
22. Бюджетний кодекс України від 8.07.2010 / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2456-17#Text>
23. Статистична інформація. *Державна служба статистики України*: вебсайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 06.05.2021)
24. Кредит: сутність, концепції, поняття та ознаки. *Osvita.ua*: вебсайт. URL: <https://osvita.ua/vnz/reports/bank/20366/>
25. Види кредитів. *Financer*: вебсайт. URL: <https://financer.com.ua/blog/vydy-kreditiv/>

26. Про фінансовий лізинг: Закон України № 723/97-ВР від 16.12.1997 / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/723/97-%D0%B2%D1%80#Text>

27. Что такое проектное финансирование? *Finswin*: вебсайт. URL: <https://finswin.com/projects/osnovnye/proektnoe-finansirovanie.html>

28. Венчурное финансирование инвестиционных проектов: понятие, сущность и его элементы. *Studbooks.net*: вебсайт. URL: https://studbooks.net/1629431/finansy/venchurnoe_finansirovanie_investitsionnyh_proektov_ponyatie_suschnost_elementy

29. Пересада А. А., Майорова Т. В. Управління банківськими інвестиціями: монографія. К.: КНЕУ, 2005. 388 с.

30. Вдовіченко А. А., Черешньовська Г. М. Методи оцінки інвестиційних проектів. *Економіка. Фінанси. Право*. 2006. №7. С. 24-29. URL: <http://intkonf.org/efektivnosti-investit-proektiv>

31. Приватне акціонерне товариство «Чумак». *База даних Smida*: вебсайт. URL: <https://smida.gov.ua/db/prof/24106105> (дата звернення: 06.05.2021)

32. Історія ПрАТ «Чумак». *Фірмовий сайт ПрАТ «Чумак»*: вебсайт. URL: <https://chumak.com/history> (дата звернення: 06.05.2021)

33. Огляд досьє контрагента ПрАТ «Чумак». *YouControl*: вебсайт. URL: <https://youcontrol.com.ua/contractor/?id=8512594> (дата звернення: 06.05.2021)

34. Товари ПрАТ «Чумак». *Фірмовий сайт ПрАТ «Чумак»*: вебсайт. URL: <https://chumak.com/catalog/all> (дата звернення: 06.05.2021)

35. Іванілов О.С. Економіка підприємства. Київ: Центр учбової літератури, 2008. 175 с.

36. Дикань В. Л., Зубенко В. О., Маковоз О. В., Токмакова І. В. Стратегічне управління: навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2013. 272 с. URL: https://pidruchniki.com/1382032854046/menedzhment/chinniki_makroseredovischa_mikroseredovischa_pidpriyemstva

37. Тендерні закупки ПрАТ «Чумак». *Фірмовий сайт ПрАТ «Чумак»*: вебсайт. URL: <https://chumak.com/tender> (дата звернення: 06.05.2021)
38. За досвідом – до «Чумака». *Каховська зоря*: вебсайт. URL: <http://www.kahzorya.org.ua/?p=12502> (дата звернення: 06.05.2021)
39. Огляд досьє контрагента ПрАТ «Волиньхолдінг». *YouControl*: вебсайт. URL: <https://youcontrol.com.ua/contractor/?id=8349237> (дата звернення: 06.05.2021)
40. Огляд досьє контрагента ПрАТ «ПОЕЗ-Кернел рруп». *YouControl*: вебсайт. URL: <https://youcontrol.com.ua/contractor/?id=9342519> (дата звернення: 06.05.2021)
41. Огляд досьє контрагента ДП «Сантрейд». *YouControl*: вебсайт. URL: <https://youcontrol.com.ua/contractor/?id=7439568> (дата звернення: 06.05.2021)
42. Огляд досьє контрагента ТОВ «Верес». *YouControl*: вебсайт. URL: <https://youcontrol.com.ua/contractor/?id=12008403> (дата звернення: 06.05.2021)
43. Огляд досьє контрагента ПП «Віктор і К». *YouControl*: вебсайт. URL: <https://youcontrol.com.ua/contractor/?id=16756075> (дата звернення: 06.05.2021)
44. Садоха О. 7 помилок, які ускладнюють впровадження змін у компанії. *Rabota.ua*: вебсайт. URL: <https://prohr.rabota.ua/7-pomilok-yaki-uskladnyuyut-vprovadzhennya-zmin-u-kompaniyi/> (дата звернення: 06.05.2021)
45. Місія та бачення ПрАТ «Чумак». *Фірмовий сайт ПрАТ «Чумак»*: вебсайт. URL: <https://chumak.com/about> (дата звернення: 06.05.2021)
46. Прус Л. Р. Управління потенціалом підприємства: навч. посіб. Хмельницький: Метод. - ред. центр ПВНЗ «УЕП», 2010, 364 с.
47. Аналіз системи менеджменту підприємства «Чумак». *Stud24*: вебсайт. URL: <http://stud24.ru/management/analz-sistemi-menedzhmentu-pdprimstva-chumak/354290-1096732-page1.html> (дата звернення: 06.05.2021)
48. «Чумак» турбується про своїх працівників. *Таврійські вісті*: вебсайт. URL: <https://tavriya.ks.ua/index.php?newsid=6792> (дата звернення: 06.05.2021)
49. Успішні компанії Херсонщини та їхні історії успіху. *InvestInKherson*: вебсайт. URL: <https://investinkherson.gov.ua/investoram/istorii-uspihu/chumak/> (дата звернення: 06.05.2021)

50. Системи управління якістю ДСТУ ISO 9001:2009: оф. видання Національний стандарт України. К.: держспоживстандарт України, 2009. URL: http://www.plitka.kharkov.ua/certs/433_iso9001.pdf

51. BRC. Стандарт харчової промисловості для постачальників та підприємств роздрібної торгівлі. *Bureauveritas*: вебсайт. URL: <https://www.bureauveritas.com.ua/needs/brc-standart-kharchovoi-promislovosti-dlya-postachalnikov-ta-pidpriemstv-rozdribnoi-torgivli>

52. Системи управління безпечністю харчових продуктів: оф. видання Національний стандарт України. К.: держспоживстандарт України, 2007. URL: https://haccp.center/assets/files/DSTU_ISO_22000-2007.pdf (дата звернення: 06.05.2021)

53. Контрольні карти Шухарта: оф. видання. К.: держспоживстандарт України, 2003. URL: https://www.studmed.ru/dstu-iso-8258-2001-statistichniy-kontrol-kontroln-karti-shuharta_7c0b0432300.html (дата звернення: 06.05.2021)

54. Блог YouControl. *YouControl*: вебсайт. URL: <https://youcontrol.com.ua/blog> (дата звернення: 06.05.2021)

55. Аналіз поведінки фірм-конкурентів. *Pidru4niki*: вебсайт. URL: https://pidru4niki.com/12800528/marketing/analiz_povedinki_firm-konkurentiv (дата звернення: 06.05.2021)

56. Інформація емітента ПрАТ «Чумак». *Фірмовий сайт ПрАТ «Чумак»*: вебсайт. URL: <https://chumak.com/emitent> (дата звернення: 06.05.2021)

57. Пернарівський О. В. Методи врахування ризиків в ставці дисконтування при аналізі ефективності інвестиційних проектів в Україні. *Збірник наукових праць Університету державної фіскальної служби України*. 2016. №2. С. 210–223.

ДОДАТКИ

Додаток А



Малюнок А.1 – Товарна номенклатура ПрАТ «ЧумаК»

(складено автором на основі [34])

АНКЕТА №1**експертної оцінки конкурентоспроможності ПрАТ «Чумак» та конкурентів**

Експерт: Шевченко Дмитро Вікторович

Експерт на свій розсуд проставляє коефіцієнти від 1 до 8 з кроком 1 напроти вказаних параметрів. Загальна сума коефіцієнтів не повинна бути більше 8.

Таблиця Б.1 – Визначення значень показників конкурентоспроможності

№	Назва критерію	Назва підприємства					
		ПрАТ «Чумак»	ПрАТ «Волиньхол- динг»	ПрАТ «Поез- Кернел груп»	ДП «Сантрейд»	ПП «Віктор і К»	ТОВ «Верес»
1	Кваліфікація персоналу	8	5	7	6	6	6
2	Розміщення	6	6	5	5	4	4
3	Дотримання термінів поставок	7	5	5	7	3	7
4	Сучасні технології та устаткування	8	7	8	5	3	4
5	Умови оплати і додаткові послуги	8	6	8	5	3	5
6	Ціни	7	5	6	6	7	4
7	Якість продукції	8	7	7	4	4	4
8	Імідж компанії	8	6	8	4	5	5
9	Рекламна підтримка	5	8	5	6	7	5
Всього		65	55	59	48	42	44

Розроблено автором

Таблиця Б.2 – Визначення рейтингу ключових факторів успіху

№	Ключові фактори успіху	ПрАТ «Чумак»	ТОВ «Верес»	ПрАТ «Волинь- холдинг»	ПрАТ «Поез- Кернел груп»	ДП «Сантрейд»	ПП «Віктор і К»
1	Якість продукції	5	5	2	5	5	4
2	Обсяги продажів	3	4	4	4	3	3
3	Частка ринку	5	4	5	5	5	5
4	Ціна продукції	4	3	3	4	4	4

Розроблено автором

Додаткова інформація від експерта:



Підпис експерта

АНКЕТА №2

експертної оцінки конкурентоспроможності ПрАТ «Чумак» та конкурентів

Експерт: Максимишина Валентина Павлівна

Експерт на свій розсуд проставляє коефіцієнти від 1 до 8 з кроком 1 напроти вказаних параметрів. Загальна сума коефіцієнтів не повинна бути більше 8.

Таблиця Б.3 – Визначення значень показників конкурентоспроможності

№	Назва критерію	Назва підприємства					
		ПрАТ «Чумак»	ПрАТ «Волиньхол- динг»	ПрАТ «Поез- Кернел груп»	ДП «Сантрейд»	ПП «Віктор і К»	ТОВ «Верес»
1	Кваліфікація персоналу	6	7	8	3	5	4
2	Розміщення	7	6	5	3	3	7
3	Дотримання термінів поставок	8	8	5	5	7	6
4	Сучасні технології та устаткування	7	7	6	3	3	7
5	Умови оплати і додаткові послуги	8	7	7	4	3	5
6	Ціни	7	5	6	5	6	7
7	Якість продукції	7	7	5	4	7	7
8	Імідж компанії	6	5	7	3	5	4
9	Рекламна підтримка	6	7	7	5	4	6
Всього		62	59	56	35	43	53

Розроблено автором

Таблиця Б.4 – Визначення рейтингу ключових факторів успіху

№	Ключові фактори успіху	ПрАТ «Чумак»	ТОВ «Верес»	ПрАТ «Волинь- холдинг»	ПрАТ «Поез- Кернел груп»	ДП «Сантрейд»	ПП «Віктор і К»
1	Якість продукції	5	4	3	4	4	2
2	Обсяги продажів	3	4	3	4	3	2
3	Частка ринку	5	4	3	5	3	3
4	Ціна продукції	5	4	5	5	3	3

Розроблено автором

Додаткова інформація від експерта:


Підпис експерта

АНКЕТА №3

експертної оцінки конкурентоспроможності ПрАТ «Чумак» та конкурентів

Експерт: Сефер Олександр Володимирович

Експерт на свій розсуд проставляє коефіцієнти від 1 до 8 з кроком 1 напроти вказаних параметрів. Загальна сума коефіцієнтів не повинна бути більше 8.

Таблиця Б.5 – Визначення значень показників конкурентоспроможності

№	Назва критерію	Назва підприємства					
		ПрАТ «Чумак»	ПрАТ «Волиньхол- динг»	ПрАТ «Поез- Кернел груп»	ДП «Сантрейд»	ПП «Віктор і К»	ТОВ «Верес»
1	Кваліфікація персоналу	8	7	8	3	5	4
2	Розміщення	6	8	6	6	6	5
3	Дотримання термінів поставок	5	5	8	4	3	5
4	Сучасні технології та устаткування	5	6	7	6	5	6
5	Умови оплати і додаткові послуги	6	5	5	3	3	6
6	Ціни	8	6	8	5	3	5
7	Якість продукції	8	7	7	7	6	7
8	Імідж компанії	6	5	7	6	4	6
9	Рекламна підтримка	5	8	5	4	5	6
Всього		57	57	61	44	40	50

Розроблено автором

Таблиця Б.6 – Визначення рейтингу ключових факторів успіху

№	Ключові фактори успіху	ПрАТ «Чумак»	ТОВ «Верес»	ПрАТ «Волинь- холдинг»	ПрАТ «Поез- Кернел груп»	ДП «Сантрейд»	ПП «Віктор і К»
1	Якість продукції	5	5	5	3	5	3
2	Обсяги продажів	5	3	3	3	5	5
3	Частка ринку	5	3	4	4	3	3
4	Ціна продукції	4	5	4	5	5	5

Розроблено автором

Додаткова інформація від експерта:



Підпис експерта

АНКЕТА №1**експертної оцінки ризиків інвестиційного проєкту впровадження нового
виду продукції на ПрАТ «Чумак»**Експерт: Козаченко Ольга Леонідівна

(ПІБ)

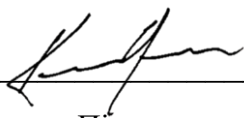
Експерт на свій розсуд ризикованість інвестиційного проєкту та ставить оцінку в діапазоні від 0 до 100.

Таблиця В.1 – Оцінка ризиків проєкту впровадження нового виду продукції

№	Назва ризику	Значення оцінки
1	Хвороба працівника	34
2	Затримка виробництва	20
3	Поломка обладнання	10
4	Нестача матеріалів	10
5	Поява сильного конкурента	22
6	Форс-мажор (наприклад, пандемія)	23
7	Зростання рівня інфляції	5
8	Падіння платоспроможності споживачів	5

Розроблено автором

Додаткова інформація від експерта:



Підпис експерта

АНКЕТА №2

експертної оцінки ризиків інвестиційного проєкту впровадження нового
виду продукції на ПрАТ «Чумак

Експерт: Кушнір Анастасія Володимирівна
(ПІБ)

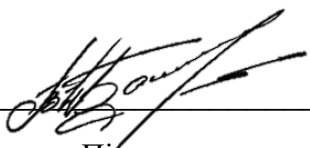
Експерт на свій розсуд ризикованість інвестиційного проєкту та ставить оцінку в діапазоні від 0 до 100.

Таблиця В.2 – Оцінка ризиків проєкту впровадження нового виду продукції

№	Назва ризику	Значення оцінки
1	Хвороба працівника	15
2	Затримка виробництва	10
3	Поломка обладнання	13
4	Нестача матеріалів	15
5	Поява сильного конкурента	28
6	Форс-мажор (наприклад, пандемія)	26
7	Зростання рівня інфляції	9
8	Падіння платоспроможності споживачів	10

Розроблено автором

Додаткова інформація від експерта:


Підпис експерта

АНКЕТА №3**експертної оцінки ризиків інвестиційного проєкту впровадження нового
виду продукції на ПрАТ «Чумак»**Експерт: Кулаков Олег Анатолійович

(ПІБ)

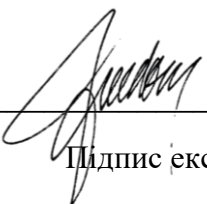
Експерт на свій розсуд ризикованість інвестиційного проєкту та ставить оцінку в діапазоні від 0 до 100.

Таблиця В.3 – Оцінка ризиків проєкту впровадження нового виду продукції

№	Назва ризику	Значення оцінки
1	Хвороба працівника	23
2	Затримка виробництва	15
3	Поломка обладнання	18
4	Нестача матеріалів	15
5	Поява сильного конкурента	33
6	Форс-мажор (наприклад, пандемія)	30
7	Зростання рівня інфляції	14
8	Падіння платоспроможності споживачів	5

Розроблено автором

Додаткова інформація від експерта:



Підпис експерта