Тернопільський національний економічний університет
Навчально-науковий інститут міжнародних економічних відносин ім. Б. Д. Гаврилишина

Кафедра міжнародного туризму і готельного бізнесу

Магістерська робота

на тему:
“Управління інвестиційною привабливістю підприємств готельного господарства”

Автор:
Студент групи Тм-21
Лушней І. В.
Науковий керівник:
К.е.н., доцент
Нагара М. Б.

Тернопіль-2018

ЗМІСТ

ВСТУП……

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ПРИВАБЛИВІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА……

1.1. Сутність інвестиційної привабливості підприємства…….

1.2. Методичні підходи до оцінювання інвестиційної привабливості…….

1.3. Фактори інвестиційної привабливості підприємств готельного господарства……...

РОЗДІЛ 2 ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ПРИВАБЛИВІСТЮ ПАТ «ГОТЕЛЬ «ПРЕМ'ЄР ПАЛАЦ»…….

2.1. Загальна характеристика підприємства готельного господарства……...

2.2. Оцінка ефективності управління інвестиційною привабливістю підприємства……..

РОЗДІЛ 3 ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ПРИВАБЛИВІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА……..

3.1. Заходи з підвищення інвестиційної привабливості ПАТ «Готель «Прем'єр Палац»……...

3.2. Оцінка ефективності впровадження розроблених заходів……...

ВИСНОВКИ…….

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ……...

ДОДАТКИ……..

ВСТУП

Актуальність теми. Регулювання інвестиційної діяльності і пов'язаних з нею економічних процесів посідає ключове місце у вирішенні проблем структурної перебудови економіки, активізації науково-технічного прогресу, підвищенні ефективності діяльності суб'єктів господарювання. Проблема залучення внутрішніх та зовнішніх інвестицій в економіку України була і залишається актуальною на сьогодні. За цих умов одним із першочергових, для будь-якого господарюючого суб'єкта, стає завдання зміцнення своїх позицій у ринковому середовищі, у тому числі і шляхом нарощування інвестиційної привабливості.

Проблеми інвестиційної привабливості підприємств досліджувались багатьма відомими вітчизняними і зарубіжними вченими-економістами. Особливої уваги заслуговують праці О. М. Антіпова, І. А. Бланка, Н. Ю. Брюховецької, Л. С. Валірунової, В. М. Гончарова, С. О. Іщук, Я. Д. Качмарика, Г. В. Козаченка, О. І. Крилової, Т. В. Кулініч, О. М. Ляшенка, П. М. Майданевича, Ю. П. Макаренко, Р. М. Скриньковського, М. М. Туріянської та ін.

В той же час, незважаючи на значну розробленість даної наукової проблематики, питання забезпечення інвестиційної привабливості підприємств готельної індустрії залишаються мало вивченими, а тому потребують подальшого розгляду.

Метою даного дослідження є висвітлення теоретико-методичних аспектів та розробка практичних засобів підвищення якості управління інвестиційною привабливістю підприємства готельного господарства.

Для досягнення поставленої мети у роботі виконувалися наступні завдання:

- досліджена сутність інвестиційної привабливості підприємства;

- розкриті методичні підходи до оцінювання інвестиційної привабливості;

- охарактеризовані фактори інвестиційної привабливості підприємств готельного господарства;

- проведена оцінка ефективності управління інвестиційною привабливістю ПАТ «Готель «Прем'єр Палац»;

- визначені шляхи підвищення якості управління інвестиційною привабливістю підприємства.

Об'єктом дослідження в роботі виступають процеси формування та управління інвестиційною привабливістю підприємства.

Предметом дослідження є сукупність теоретико-методичних засад та практичних аспектів формування та управління інвестиційною привабливістю підприємства готельного господарства.

Методи дослідження. Задля вирішення поставлених завдань застосовувались сучасні загальнонаукові методи: системного аналізу, індукції та дедукції – у процесі встановлення змісту поняття «інвестиційна привабливість» та висвітлення її теоретико-методичних аспектів; класифікації – при систематизації факторів інвестиційної привабливості та методів її оцінки; економіко-математичного, статистичного, порівняльного аналізу – при оцінюванні інвестиційної привабливості підприємства готельного господарства; графічний – для наочної ілюстрації результатів дослідження.

Теоретичною основою роботи є наукові та науково-практичні праці провідних зарубіжних і вітчизняних вчених, присвячені питанням управління інвестиційною привабливістю підприємств.

Інформаційною базою дослідження слугували основні положення економічної теорії, макро- та мікроекономіки, наукові праці вітчизняних і зарубіжних учених у сфері інвестування, законодавчі та нормативні акти України з питань інвестування, дані фінансової звітності суб'єкта готельного бізнесу.

РОЗДІЛ 1
ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ПРИВАБЛИВІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Сутність інвестиційної привабливості підприємства

Сучасна надзвичайна динамічність вітчизняного ринкового середовища, яка супроводжується нарощуванням масштабів конкуренції, в тому числі і міжнародної, зростанням вимог споживачів до товарів і послуг, а також нестабільністю фінансово-економічної ситуації в країні вимагає від господарюючих суб'єктів чимраз більших фінансових вкладень задля забезпечення стабільного прибуткового функціонування, не кажучи вже про розвиток діяльності. Саме проблема хронічної нестачі фінансових ресурсів зумовлює низький рівень конкурентоспроможності значної кількості вітчизняних підприємств, особливо у порівнянні із закордонними аналогами.

Вирішенню ситуації, яка склалася у вітчизняному секторі економіки, могли б допомогти значні фінансові інвестиції. Однак для того, аби інвестори згодилися вкладати кошти у розвиток конкретного підприємства, їм необхідно мати впевненість не лише у поверненні вкладеної суми, але і в тому, що вони отримають додаткову вигоду. Іншими словами, інвестори обирають лише ті підприємства, які мають необхідний рівень інвестиційної привабливості.

Отже, саме наявність інвестиційної привабливості є основним чинником приваблення інвестиційних вкладень у розвиток діяльності суб'єкта господарювання. Однак тут постає проблема: а що ж саме розуміти під інвестиційною привабливістю, адже від того, наскільки вірно і однаково цей термін розумітиметься підприємствами та інвесторами, залежатиме вірогідність припливу інвестицій. Саме тому вважаємо за необхідне визначитися із сутністю вказаного терміну.

Варто відзначити, що наукова література переповнена різноманітними трактуваннями досліджуваного терміну – науковці підходять до його пояснення, базуючись на різноманітних наукових підходах. Однак, єдиного загальноприйнятого визначення на сьогодні не існує (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Трактування поняття «інвестиційна привабливість підприємства» у науковій літературі

Автор	Трактування терміну «інвестиційна привабливість підприємства»
1	2
Бланк І. А. [6, с. 59]	узагальнена характеристика переваг і недоліків об’єкта інвестування
Валірунова Л., Козакова О. [10, с. 35]	відносне поняття, що відображає думку певної групи інвесторів відносно співвідношення рівня ризику, рівня прибутковості і вартості фінансових ресурсів в тій або інший державі, регіоні або галузі
Горник В. Г., Дацій Н. В. [14]	узагальнююча характеристика, яка відображає всі переваги та недоліки для інвестора в об’єкті інвестування
Коюда В., Лепейко Т., Коюда О. [31]	характеристика фінансово-господарської та управлінської діяльності підприємств, перспектив розвитку та можливостей залучення інвестиційних ресурсів
Крилова Е., Власова В., Єгорова М. [33]	економічна категорія, що характеризується ефективністю використання майна підприємства, його платоспроможністю, фінансовою стійкістю, спроможністю до саморозвитку на базі підвищення дохідності капіталу, техніко-економічний рівень виробництва, якість та конкурентоспроможність продукції
Кухленко О., Гойко А. [11]	доцільність здійснення капіталовкладень у розширення і технічне переозброєння діючих підприємств, що розглядаються як потенційні об’єкти інвестування
Макарій Н. [38]	справедлива кількісна і якісна характеристики зовнішнього і внутрішнього середовища об’єкта потенційно можливого інвестування
Малько К. [40]	сукупність об’єктивних і суб’єктивних чинників, що сприяють або перешкоджають процесу інвестування до національної економіки на макро-, мезо- і макрорівнях. Комплекс якісних і кількісних показників, що всебічно оцінюють спроможність примноження інвестованого капіталу і є похідною характеристикою від інвестиційного в державі, і, як інтегральний показник, що формується під впливом чинників прямого і непрямого впливу, визначає бажання чи відмову інвестора вкладати кошти в такий об’єкт, як підприємство

Продовження табл. 1.1

1	2
Методика інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємств та організацій [58]	рівень задоволення фінансових, виробничих, організаційних та інших вимог чи інтересів інвестора щодо конкретного підприємства, що може визначатися чи оцінюватися значеннями відповідних показників, у тому числі інтегральної оцінки
Мойсеєнко І. [44]	рівень задоволення фінансових, виробничих, організаційних та інших вимог інвестора щодо конкретного підприємства
Момот Т. [45]	рівень задоволення фінансових, виробничих, організаційних та інших вимог чи інтересів інвестора щодо конкретного об’єкта, який може визначитися чи оцінюватися значеннями відповідних показників, у тому числі інтегральної оцінки
Нападовська І. В. [46]	системна сукупність потенційних можливостей вкладання коштів з метою отримання економічної ефективності у майбутньому, як наслідок результатів минулої господарської діяльності потенційного об’єкта інвестування суб’єктивно оцінювана інвестором
Ніконова Н. [47, с. 23]	сукупність характеристик його фінансово-господарської та управлінської діяльності, перспектив розвитку та можливості залучення інвестиційних ресурсів
Носова О. [49]	індикатор, показники якого дозволяють зробити висновки потенційним інвесторам про необхідність і доцільність вкладення фінансових засобів саме в даний об’єкт
Пилитяк А. В. [55, с. 83]	інтегральна характеристика окремих підприємств як об'єктів майбутнього інвестування з позиції перспективності розвитку виробництва й обсягів збуту продукції, ефективності використання активів, їх ліквідності, стану платоспроможності та фінансової стійкості
Сморжанюк Т., Шрам Т. [23]	сукупність економіко-психологічних показників підприємства, що визначають для інвестора можливість одержання максимального прибутку при мінімальному ризику вкладених коштів
Черниш С. [74, с. 87]	комплекс різноманітних факторів, перелік і вага яких може змінюватися в залежності від цілей інвесторів, виробничо-технічних особливостей підприємства – об’єкта інвестування коштів, економічного розвитку підприємства у минулому, на теперішній час, а також очікуваного у майбутньому
Щербатенко І., Горбачова О. [75]	сукупність політичних, економічних, соціально-культурних, природничо-екологічних та інших факторів, які формують уявлення інвестора про ефективність інвестування в об’єкти, які знаходяться на певному рівні (країна, галузь, регіон, підприємство чи проект)

Наявність такої значної кількості тверджень, які пояснюють сутність поняття «інвестиційна привабливість підприємства», можливо пояснити тим, що кожен з учасників процесу інвестування розуміє його по-своєму та вкладає в інвестиційну привабливість свій зміст [41].

Підсумовуючи результати дослідження сутності інвестиційної привабливості підприємства, можемо визначити основні підходи до трактування даного поняття:

- узагальнена характеристика переваг і недоліків інвестування окремих напрямів;
- рівень задоволення фінансових, виробничих, організаційних та інших вимог;
- характеристика перспективності розвитку виробництва й обсягів збуту продукції, ефективності використання активів, їх ліквідності, стану платоспроможності та фінансової стійкості підприємства;
- характеристика доцільності вкладання капіталу інвестором в об’єкт інвестування;
- сукупність об’єктивних та суб’єктивних умов, що сприяють або перешкоджають процесу інвестування;
- рівень задоволення фінансових, виробничих, організаційних та інших вимог інвестора щодо конкретного підприємства;
- інтегрована фінансово-економічна оцінка тієї чи іншої фірми як потенційного об’єкта інвестування;
- ознака мінімального ризику при вкладенні грошей в об’єкт інвестування;
- характеристика можливості одержання максимального прибутку при мінімальному ризику вкладених коштів;
- характеристика фінансово-господарської та управлінської діяльності підприємства, перспектив розвитку та можливостей залучення інвестиційних ресурсів.

Варто відзначити, що наведені у табл. 1.1 трактування не позбавлені і спільних рис. Зокрема, всі автори погоджуються, що категорія «інвестиційна привабливість підприємства» характеризує об’єкт інвестування в цілому і що кожен окремо взятий інвестор розглядає інвестиційну привабливість об’єкта

інвестування на основі власних критеріїв, враховуючи переваги і недоліки господарської діяльності.

Виходячи з усього вищезазначеного, можемо говорити про те, що інвестиційна привабливість підприємства є певною узагальнюючою характеристикою доцільності вкладання коштів з позиції певного інвестора.

Визначення інвестиційної привабливості окремого підприємства як потенційного об’єкта інвестування здійснюється інвесторами в процесі визначення доцільності капітальних вкладень, вибору в придбанні альтернативних об’єктів і купівлі акцій окремих підприємств.

Процес вкладення коштів передбачає генерування, перерозподіл і використання капіталу. Замовником проведення оцінки інвестиційної привабливості може бути як інвестор, так і підприємство. Метою оцінки інвестиційної привабливості для підприємства є виявлення слабких і сильних сторін його фінансово-господарської діяльності, для інвестора – визначення стану та потенціалу можливого об’єкта інвестування (рис. 1.1).

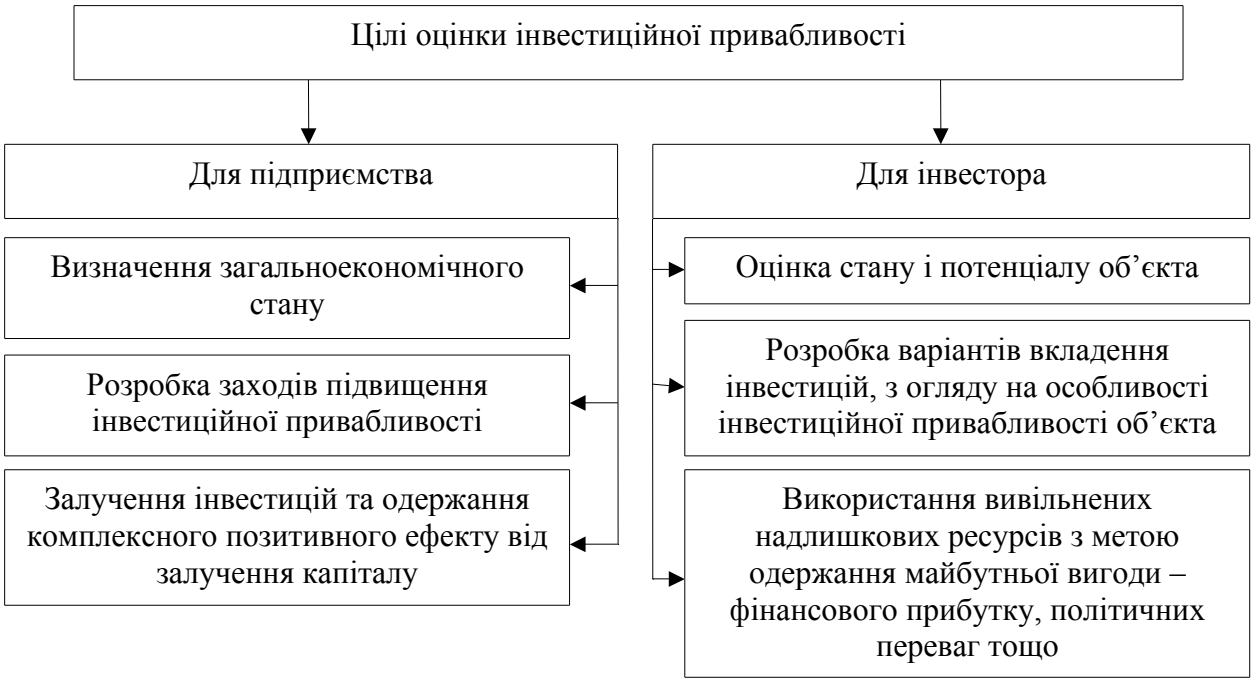


Рис. 1.1 – Цілі оцінки інвестиційної привабливості підприємства залежно від її замовника [68, с. 87]

Подвійність мети оцінки інвестиційної привабливості підприємства випливає з обов'язкового двостороннього (подвійного) ефекту успішного інвестування: позитивних наслідків як для суб'єкта, так і для об'єкта інвестування.

Отримані результати щодо інвестиційної привабливості кожен замовник використовує для досягнення своїх цілей:

- інвестор – для розробки й обґрунтування можливих варіантів вкладення інвестицій і забезпечення ефективного використання коштів з метою отримання майбутньої вигоди;
- підприємство – для розробки заходів щодо підвищення інвестиційної привабливості, залучення інвестицій та забезпечення ефективності їх використання [42].

Можливість залучення інвестицій залежить від розуміння та врахування інтересів партнерів, від можливості розглядати об'єкт інвестування з позиції інвестора та оцінити його інвестиційну привабливість. Підприємство також зацікавлене в підвищенні рівня інвестиційної привабливості: кожен суб'єкт господарювання прагне розвивати своє виробництво, підвищувати конкурентоспроможність продукції та підприємства загалом.

Слід відзначити, що оскільки цілі в інвесторів можуть бути різними, то і трактування ними інвестиційної привабливості підприємства буде значно відрізнятися. Зокрема, на це впливатиме вид інвестицій, які бажатиме здійснити інвестор. Оскільки сутність реальних інвестицій полягає у вкладанні коштів у активи господарюючого суб'єкта з метою забезпечення його розвитку, а фінансових інвестицій – у вкладанні коштів у фінансові активи (акції, облігації та ін. цінні папери) [69], то усіх інвесторів можна поділити на дві групи:

1) реальні інвестори, вкладення коштів яких у активи підприємства характеризується середньо- або довгостроковим ризиковим характером, що зумовлює кардинальний вплив на ключові напрями функціонування

підприємства. Метою реальних інвесторів є набуття права власності на підприємстві та/або отримання високого прибутку на вкладений капітал на засадах участі в управлінні. Реальні інвестори, вкладаючи кошти у діяльність підприємства, сприяють реалізації його потенціалу та забезпеченню розвитку.

2) фінансові інвестори, котрі вкладають кошти у цінні папери підприємства (акції, облігації, векселі). Переважно фінансові інвестори мають на меті отримання стабільних прибутків на вкладений капітал у цінні папери і не можуть впливати на управління підприємством. Якщо інвестор вкладає кошти в акції, то його цікавлять дивіденди та зростання ринкової вартості акцій; якщо ж він вкладає кошти у боргові цінні папери (облігації, векселі), то його цікавлять обсяг відсотків та заставне майно. Якщо ж інвестор має на меті придбання блокуючого або контрольного пакету акцій підприємства, то він перетворюються із фінансового на реального, оскільки набуває повноважень участі в управлінні підприємством та може впливати на усі сфери його функціонування [65].

Виходячи з наведеного, інвестиційну привабливість підприємства з погляду інвесторів варто розглядати так:

− з погляду реального інвестора інвестиційна привабливість підприємства – це комплексна характеристика підприємства, яка відображає його виробничі, технологічні, кадрові, управлінські, фінансово-економічні, товарні та інші параметри, що створюють підстави для задоволення інтересів та потреб інвесторів в межах набуття ними права власності на підприємстві та/або отримання високого прибутку на вкладений капітал на засадах участі в управлінні;

− з погляду фінансового інвестора інвестиційна привабливість підприємства – це комплексна характеристика підприємства, яка відображає економічні вигоди та ризики вкладання коштів у цінні папери підприємства.

Отже, реальні та фінансові інвестори розглядають інвестиційну привабливість підприємства по-різному, вкладаючи у цю категорію відмінне змістове наповнення, залежно від їхніх пріоритетних цілей.

Інвестиційна привабливість підприємства повинна формуватися на декількох рівнях – держави, регіону, галузі та безпосередньо самого підприємства. В. М. Хобта та А. В. Мєшков [73, с. 15] слушно стверджують, що з точки зору впливу на інвестиційну привабливість важко встановити який з рівнів є домінантним, а який – менш важливим. При цьому науковці зауважують, що при важливості того чи іншого розділу аналізу для формування підсумкових висновків оцінки інвестиційної привабливості, вони є певною мірою рівнозначними. Свідченням на користь цього висновку є той факт, що, наприклад, висока інвестиційна привабливість держави, регіону та галузі може бути перекрита незадовільною діяльністю потенційного реципієнта. В той же час підприємство із задовільними фінансовими показниками не буде вважатися привабливим, якщо воно знаходиться в країні з нестабільною економікою. Лише оптимальне поєднання високого рівня усіх чотирьох головних напрямів формування інвестиційної привабливості підприємства свідчить про її задовільний стан.

Виявлення рівнів інвестиційної привабливості підприємства значною мірою полегшує виявлення факторів і резервів її підвищення. Підвищенню інвестиційної привабливості можна сприяти з двох сторін. По-перше, з боку держави та міжнародних організацій. Це сприяння спрямоване на зміну показників, які характеризують привабливість держави, регіонів та галузей. По-друге, з боку підприємства, яке прямо впливати може лише на власну привабливість.

Отже, формування та підвищення інвестиційної привабливості підприємства визначається на державному, регіональному і галузевому рівнях, на рівні конкретного підприємства. Для адекватної оцінки рівня інвестиційної привабливості конкретного підприємства необхідно враховувати всі елементи, що впливають на той чи інший рівень.

Ступінь інвестиційної привабливості підприємства є індикатором, показання якого дозволяють зробити висновки потенційним інвесторам про необхідність і доцільність вкладення фінансових засобів саме в даний об’єкт.

1.2. Методичні підходи до оцінювання інвестиційної привабливості

В умовах загострення ринкової конкуренції між підприємствами за нові ринки збуту готової продукції оцінка інвестиційної привабливості окремого суб’єкта господарювання є важливим питанням при прийнятті інвестиційного рішення потенційним інвестором.

Здійснення оцінки інвестиційної привабливості є важливим етапом, що передує розробці комплексу заходів з підвищення інвестиційної привабливості підприємства. Результати оцінки необхідні будь-якому інвестору, який збирається вкладати кошти в розвиток суб’єкта господарювання. Також вони є необхідними для самих підприємств і виступають своєрідним індикатором, що показує, наскільки є ефективною господарська діяльність підприємства.

Аналіз та оцінювання інвестиційної привабливості підприємств, з одного боку, є основою для розробки його інвестиційної політики, а з іншого – створює можливість виявлення недоліків у діяльності підприємства, передбачити заходи щодо їх ліквідації та поліпшити можливості залучення інвестиційних ресурсів. А це, у свою чергу, надає додаткову інформацію інвесторам щодо прийняття рішення про інвестування діяльності підприємства.

Оцінювання інвестиційної привабливості підприємства здійснюється у сфері взаємних інтересів як самого суб’єкта господарювання, так і його потенційних інвесторів. Можливість залучення інвестицій залежить від розуміння та врахування інтересів партнерів, від можливості бачити об’єкт інвестування з позиції інвестора та оцінити його інвестиційну привабливість.

У цьому є зацікавленість і самого підприємства, яке прагне підвищити рівень власної інвестиційної привабливості.

Оцінка інвестиційної привабливості вимагає сформувати підхід до методики аналізу підприємства залежно від суб'єктів інвестиційного процесу та наповнити її конкретними показниками з метою прийняття управлінських рішень.

Повноцінна оцінка інвестиційної привабливості підприємства повинна включати у собі всі складові цього поняття, а саме, абсолютні й порівняльні методи визначення привабливості підприємства як об'єкта інвестування [72].

Всі розроблені у вітчизняній та світовій практиці методики оцінки інвестиційної привабливості по відношенню до джерела вихідної інформації можна умовно поділити на три великі групи:

1) методики, що ґрунтуються на різноманітних оцінках експертів;

2) методики, що ґрунтуються на статистичній інформації;

3) комбіновані методики, що ґрунтуються на експертно-статистичних розрахунках [53].

При цьому варто відзначити, що кожна з них, незалежно від того, на оцінці яких саме показників вона базується, зводиться до визначення певного інтегрального показника.

Отже, усі методики оцінки інвестиційної привабливості підприємств ґрунтуються на певних аналітичних та групових показниках, за якими проводяться відповідні розрахунки та виводиться загальний результат (інтегральний показник). Але при цьому як набір аналітичних і групових показників, так і методи обчислення інтегрального показника є досить різними, що зумовлює наявність досить широкої різноманітності методик оцінки інвестиційної привабливості підприємств.

Крім того, існуючі на сьогодні методики аналізу інвестиційної привабливості підприємства можна поділити на дві групи за критерієм врахування факторів:

- ті, згідно до яких рівень інвестиційної привабливості підприємства цілком і повністю визначається його фінансовим станом;

- ті, що враховують вплив внутрішніх (не лише фінансових) і зовнішніх факторів на інвестиційну привабливість підприємства та на характер її зміни у залежності від цих факторів [20].

При цьому, методики, які відносяться до першої групи, досить часто базуються на розрахунку різних показників фінансового стану господарюючих суб'єктів (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

Показники фінансового стану підприємства, що застосовуються в методиках оцінки інвестиційної привабливості

Автори	Показники фінансового стану
Методика Агентства з питань запобігання банкрутству [58]	Показники майнового стану, фінансової стійкості, ліквідності, прибутковості, ділової та ринкової активності
Стирський М. В. [63]	Індексні та інші показники ділової активності на фондовому ринку
Шеремет В. В., Павлюченко В. М., Шапіро В. Д. [67]	Фінансова стійкість, прибутковість, ліквідність активів, оборотність активів
Подольська В. О. [56]	Ринкова вартість, співвідношення ринкової і балансової вартості акцій, коефіцієнт ліквідності акцій, дивідендна дохідність акцій
Метод рейтингової оцінки [27]	Об'єми доходів, прибутків, активів, ефективність інвестицій, збільшення прибутків, доходів, працівників, рівень ринкової вартості
Крилова Є. І. та ін. [33]	Показники платоспроможності і ліквідності, фінансової стійкості, оборотності і рентабельності
Федорович Т. В. [70]	Економічна додана вартість, ринкова додана вартість, ринкова капіталізація і підприємницький прибуток, власний гудвіл (приріст вартості, досягнутий завдяки ефективному управлінню)

Майже всі методи передбачають розрахунок коефіцієнта ліквідності, коефіцієнта використання ресурсів, коефіцієнта частки позикових засобів, коефіцієнта прибутковості, деколи аналітики визначають норму прибутку на акціонерний капітал (рис. 1.2).

Рис. 1.2 – Показники оцінки інвестиційної привабливості підприємства на основі фінансової звітності [25, с. 128]

Але при цьому не визначається природа походження прибутку та доходу, тобто не проводиться аналіз за видами діяльності. Оскільки наслідком переходу до ринкової економіки є зміна трактування та ієрархії показників, які характеризують фінансові результати діяльності підприємств та їх зміст, змінюються і методи здійснення аналізу, проблемою є методика підрахунку основних показників діяльності підприємства [37].

Дослідження існуючих методик визначення інвестиційної привабливості через розрахунок фінансових коефіцієнтів дозволило встановити, що це – досить клопітка робота, якою ускладнюється власне оцінка. Крім того, вказані методики можуть успішно застосовуватися лише для підприємств, які працюють у сфері матеріального виробництва. Саме тому багато науковців сьогодні пропонують застосовувати комплексні оціночні підходи, які дозволяють враховувати значний спектр різних якісних та кількісних показників функціонування суб’єкта господарювання задля визначення його інвестиційної привабливості.

Так, М. М. Туріянська вважає, що виробнича база підприємства, а саме її стан, наявність устаткування та сучасність технологій, в першу чергу цікавить потенційного інвестора. Також на привабливість впливають фінансовий стан підприємства та показники його ефективності. Проте досить часто інвестор вкладає кошти у збиткове підприємство із застарілими технологіями та устаткуванням. Причиною цього можуть бути перспективність ринку, імідж підприємства, бренд, його суспільна, соціальна та екологічна значимість [Т66, с. 10–11].

Окремі автори [28, с. 211] пропонують методики оцінки інвестиційної привабливості підприємства, якими враховуються нематеріальні активи, оскільки їх наявність та розвиненість істотно впливає на інвестицій привабливість.

Деньга С. М. наголошує на потребі оцінювати потенціал розвитку суб’єкта господарювання, до якого відносить: капітал, техніку, об’єкти права інтелектуальної власності, права на використання природних ресурсів, права на здійснення видів діяльності, права на товарні знаки, торгові марки, знаки обслуговування, кадровий потенціал підприємства, систему менеджменту підприємства, інформаційну систему, інформацію та використовувати такі показники, як питома вага вищевказаних об’єктів у загальній сумі активів підприємства, динаміка показників потенціалу та їх питомої ваги, рентабельність вищеперерахованих ресурсів. [18, с. 151].

Юхимчук С. В. і Супрун С. Д. [76] пропонують використовувати матричну модель, основою якої також є застосування показників, що характеризують фінансово-майновий стан підприємства, ефективність використання його ресурсів, а також якісні характеристики: професійні здібності керівника, галузеву та регіональну приналежність підприємства, стадію життєвого циклу, добросовісність підприємства як партнера.

Вказана методика знайшла відображення в працях Малової Т. Л. та Селівестрової Л. С. [39], які додатково пропонують оцінювати показники

репутації отримувача кредитів та інтереси інвестора. Ця методика є досить повною, проте не враховує впливу зовнішніх факторів.

Бланк І. О. пропонує методику оцінки інвестиційної привабливості компаній (фірм), яка ґрунтується на визначенні стадії життєвого циклу підприємства [5]. Однак за умови негативного інвестиційного клімату країни неможливо правильно визначити стадію життєвого циклу підприємства.

Бандурін А. В. пропонує використовувати сукупність значень показників формальної і неформальної оцінки різноманітної діяльності позичальника [4, с. 187]. Основним завданням при виборі напряму інвестування є розрахунок економічної ефективності вкладення коштів в інвестиційний об'єкт. Загальний порядок оцінки інвестиційної привабливості містить послідовність етапів, виконання яких сприяє зниженню ризику вкладення коштів.

А. Гайдуцький пропонує використовувати метод порівнянь, відповідно до якого має здійснюватися порівняння: між об'єктами інвестування, між суб'єктами інвестування (інвесторами) та між умовами інвестування (чинниками інвестиційної привабливості) [11, с. 123]. Вчений вважає, що для порівняння слід оцінювати характеристики інвестиційної привабливості (ресурсну, збутову, інфраструктурну, фіскальну, регуляторну, економічну). По кожному з напрямів інвестиційної привабливості для її кількісного виміру і оцінки необхідно сформулювати систему відповідних показників. За основу слід брати як об'єктивні статистичні дані, так і суб'єктивні вимоги інвесторів, забезпечення яких є важливою умовою високої іміджевої оцінки інвестиційної привабливості галузі чи регіону» [11, с. 125].

Слід відзначити, що багатьма науковцями, незважаючи на цілу низку очевидних переваг нефінансових показників, відкидається необхідність їх застосування з наступних причин:

- по-перше, не встановлюється чітка причинна взаємозалежність між нефінансовим показником та очікуваним результатом від його впровадження, що приводить до неправильної оцінки інвестиційної привабливості;

- по-друге, нефінансові показники часто є недостовірними.

Таким чином, існування значної кількості методик оцінки інвестиційної привабливості підприємства жодним чином не наближує розробку єдиної уніфікованої системи оцінки. Кожна з розроблених методик має як переваги, так і недоліки, характеристика яких представлена у табл. 1.3.

Таблиця 1.3

Порівняльна характеристика методик оцінки інвестиційної привабливості суб'єкта господарювання*

Сутність методики	Переваги	Недоліки
Оцінка фінансового стану підприємства		
Розрахунок множини показників фінансового стану без їх узагальнення	Доступність даних, простота розрахунків, єдиний економічний зміст показників	Відсутність єдиного комплексного показника інвестиційної привабливості
Інтегральна оцінка інвестиційної привабливості		
Визначення комплексного кількісного інтегрального показника	Кількісна порівняльна оцінка, всебічність та комплексність	Аналіз є складним, громіздким та довготривалим, не враховує галузеві особливості діяльності підприємств, потребує додаткового залучення експертів
Рейтингова (рангова) оцінка		
Визначення рейтингових показників за кожним напрямом дослідження	Простота розрахунків, зрозумілість та великий досвід використання, не потребує залучення експертів	Інформація, взята з даних фінансової звітності, може бути не зовсім достовірною чи викривленою
Вартісна оцінка		
Визначення та оцінка ринкової вартості підприємства на основі таких основних підходів: доходного, витратного, ринкового та опціонного	Врахування альтернатив інвесторів та управлінської гнучкості	Необхідність постійного моніторингу ринкової вартості підприємства в умовах мінливості кон'юнктури фондового ринку
Аналіз ефективності інвестиційного проекту		
Розраховуються приведені витрати на вкладений капітал, чиста дисконтова на вартість, внутрішній коефіцієнт окупності інвестицій та період їх окупності	Простота, точність та швидкість оцінки економічної ефективності та переваг різних інвестиційних проектів	Необхідність урахування фактору часу

* сформовано на основі [16, 50, 61]

Кожна з перелічених методик оцінки інвестиційної привабливості підприємства має свої переваги та недоліки. Так, аналіз фінансового стану, як ключова складова оцінки інвестиційної привабливості, не дає можливості отримати повне та всебічне уявлення про рівень інвестиційної привабливості суб'єкта господарювання.

Застосування інтегральної оцінки забезпечує можливість комплексного узагальнення та порівняння показників, однак є досить трудомістким. Вказана методика інтегральної оцінки покладена в основу державного підходу до оцінки інвестиційної привабливості підприємств. Інтегральний показник втілює в собі значення показників оцінки майнового стану, фінансової стійкості (платоспроможності), ліквідності активів, прибутковості, ділової та ринкової активності інвестованого об'єкта, відповідно до їх одиничної та групової вагомості, визначеної в процесі експертної оцінки. У практичному використанні метод інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємств усуває суб'єктивізм оцінки і забезпечує достатньо об'єктивне бачення фінансової ситуації на підприємстві.

Разом з тим, ми погоджуємось з критичним поглядом вітчизняних науковців та практиків, які вказують на такі недоліки цієї методики, як: ігнорування галузевої специфіки діяльності підприємств; занадто великі масиви значень, складність і громіздкість розрахунків через велику кількість коефіцієнтів у групах; можливість здійснення лише кількісного, а не повноцінного якісного аналізу підприємства [54].

Більш простою у розрахунках є рейтингова оцінка, яка дозволяє обрати найпривабливіше підприємство для інвестування шляхом порівняння їх між собою, але і вона є не достатньо об'єктивною. Методи рейтингової оцінки є досить поширеними на Заході, найбільш відомими, наприклад, є рейтинги журналів «Forbes», «Fortune», газет «Financial Times» та «BusinessWeek», консалтингової фірми «Standard & Poor's», а також Institutional Investor, Euromoney, Business Environment Risk Index (BERI) [8].

При оцінці інвестиційної привабливості фірм західні методики враховують думку професійних учасників фондового ринку та передбачають аналіз фінансово-економічних показників, оцінювання ринкової капіталізації та якості корпоративного управління. Складені таким чином рейтинги інвестиційної привабливості західних компаній є простими, наглядними та інформаційними для потенційних інвесторів. Проте застосування цих методик для оцінки інвестиційної привабливості українських підприємств є недоцільним з огляду на відсутність прямої залежності між вартістю підприємств і фінансовими результатами їх діяльності на вітчизняному ринку цінних паперів.

Методи вартісної оцінки враховують приріст інвестованого капіталу та визначають ринкові позиції компанії, але сучасний стан вітчизняного фондового ринку характеризується недостатньо сформованими ринковими механізмами динаміки курсу акцій, що ускладнює визначення реальної вартості цінних паперів та ризиків, пов’язаних з інвестуванням капіталу. При аналізі ефективності інвестиційного проекту інвестор має змогу порівняти, визначити переваги та оцінити економічну ефективність різних інвестиційних проектів, але в умовах фінансово-економічної нестабільності в країні виникають труднощі з прогнозуванням впливу фактору часу на розмір та період окупності інвестицій.

Таким чином, вибір того чи іншого методу оцінювання залежить від конкретної мети, яку ставить перед собою інвестор, визначаючи інвестиційну привабливість об’єкта інвестування. При цьому, як свідчить проведене дослідження, існуючі методики передбачають переважно розрахунок та аналіз показників фінансового стану, рентабельності діяльності, ефективного використання активів і джерел їх утворення, а також побудованих на їхній основі інтегральних показників. Водночас практично не здійснюється оцінка впливу на інвестиційну привабливість нормативно-правового регулювання, географічних аспектів та взаємного впливу суміжних галузей.

Варто відзначити також і те, що окремими науковцями висувається твердження щодо необхідності розробки єдиної уніфікованої методики оцінки інвестиційної привабливості підприємства, яка могла б застосовуватися до будь-якого суб'єкта господарювання. Проте мусимо не погодитися з такою думкою, оскільки підприємства різних сфер діяльності мають специфічні особливості функціонування, які не враховуватимуться уніфікованою методикою. Таким чином, уніфікована методика не буде формувати чіткої реальної картини для інвестора щодо перспектив вкладання коштів у те чи інше підприємство. Навпаки, методики повинні формуватися окремо для кожної сфери економічної діяльності, щоб максимально повно врахувати її специфіку при здійсненні оцінки інвестиційної привабливості.

Варто відзначити також і те, що практично не існує методичних розробок щодо оцінки інвестиційної привабливості підприємств готельного господарства. У цьому напрямі лише запропонований підхід Андраш О. А, суть якого представлена на рис. 1.3.

Якщо інвестиційну привабливість підприємства готельного господарства розглядати як показник можливості генерувати максимальний прибуток, її оцінку необхідно проводити на підставі аналізу фінансово-господарської діяльності.

Якщо інвестиційну привабливість підприємств готельного господарства ототожнювати з інвестиційним ризиком, що визначає вірогідність фінансових втрат інвестора, то для її визначення необхідно дати якісну та кількісну оцінку фінансового ризику і вірогідності банкрутства.

Визначаючи інвестиційну привабливість підприємств готельного господарства як міру ефективності фінансових потоків, для її аналізу необхідно встановити рівень рентабельності підприємства.

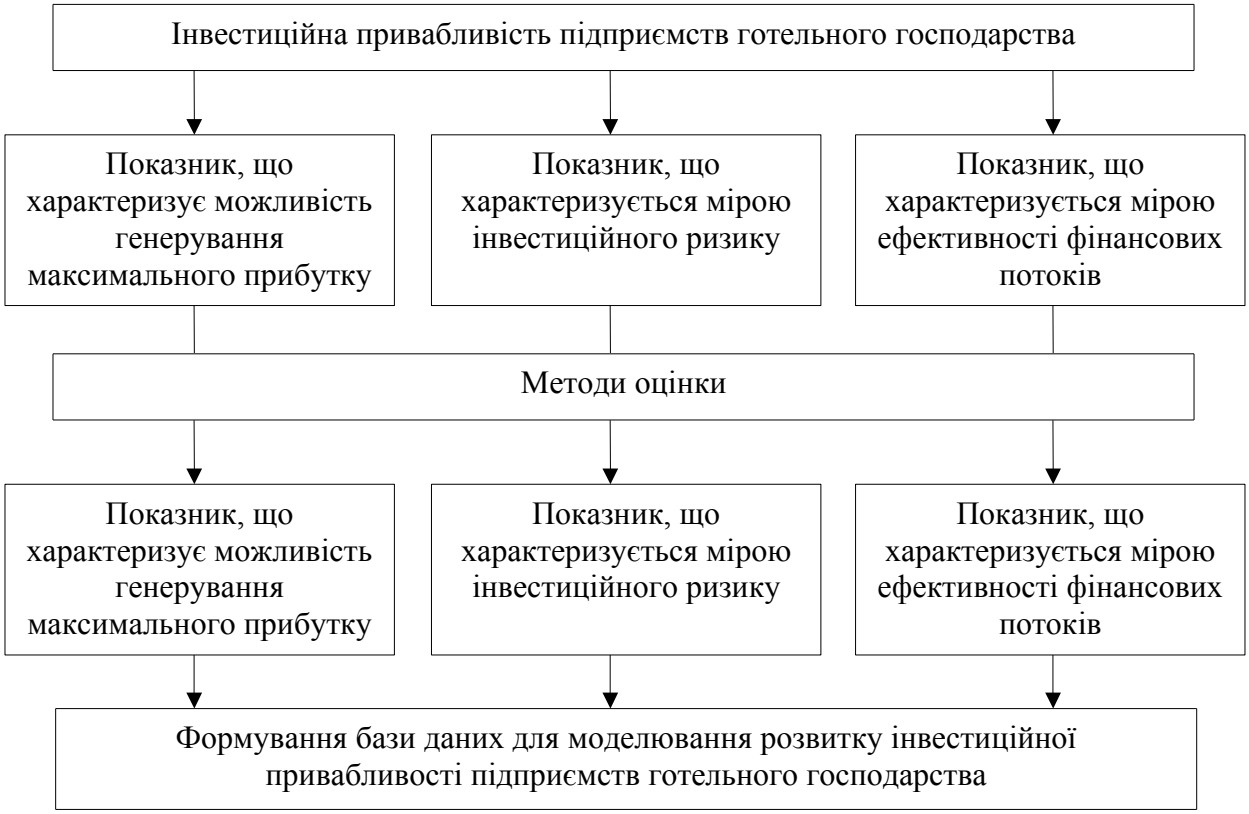


Рис. 1.3 – Методичний підхід до оцінки рівня інвестиційної привабливості підприємства готельного господарства [2]

С. В. Семиколєнова пропонує оцінювати рівень інвестиційної привабливості підприємств готельного господарства на підставі низки показників, зокрема кількості місць готельних підприємств у регіоні, завантаженості готельних підприємств та дохідності в розрахунку на одне місце готельного підприємства [64, с. 14].

На думку автора, моделювання розвитку ІП ПГГ залежить від складності системи чинників, які зумовлюють її рівень. Функціонування такої системи найкраще відображають три рівні ієрархії: державний, регіональний і рівень підприємства. Кожному з цих рівнів відповідають певні показники, за допомогою яких можна простежити динаміку змін інвестиційного процесу, а саме динаміку розвитку інвестиційної діяльності (табл. 1.4).

Таблиця 1.4

Показники інвестиційної привабливості готельних підприємств на різних рівнях*

Якісні показники	Кількісні показники
Рівень підприємства	
Перспективність розвитку	Фінансовий стан (рівень рентабельності, балансова вартість основних фондів тощо), прибутковості
Конкурентна позиція	Інтенсивність фінансових потоків (ліквідність активів і капіталу, рівень платоспроможності)
Ступінь сприятливості зовнішнього середовища	Інвестиційні ризики функціонування і вірогідність банкрутства
Рівень галузі (регіону)	
Перспективність розвитку туристичної галузі	Показники, що характеризують діяльність підприємства (місткість, обсяг обслуговуваних приїжджих, фінансовий результат від звичайної діяльності)
Питома вага показників, що характеризують діяльність підприємства у відповідних показниках регіону/галузі	Обсяг інвестицій, спрямованих у розвиток
Державний рівень	
Інвестиційний клімат України	Обсяг інвестицій, залучених у розвиток економіки і народного господарства
Інвестиційний імідж України	Макроекономічні показники України

* - складено на основі [2]

Слід відзначити, що наведеним підходом не враховуються географічні чинники, адже для стабільного функціонування та розвитку підприємств готельного господарства важливим є саме місце розташування, розвиненість інфраструктури і багато інших показників.

Таким чином, підсумовуючи огляд наявних методик оцінки інвестиційної привабливості підприємств, можемо відзначити, що їх є надзвичайно багато, хоча і застосовуються ними, переважно, одні й ті ж фінансові дані у різних варіаціях. В той же час, немає єдино вірної методики оцінки інвестиційної привабливості підприємств готельного господарства, яка б враховувала усю специфіку їх функціонування.

1.3. Фактори інвестиційної привабливості підприємств готельного господарства

Інвестиційна привабливість є складним економічним станом (явищем), яке формується сукупним впливом окремих факторів. Кількість факторів може бути різною і різноманітною залежно від того, про підприємство якої сфери йде мова. Деякі фактори можуть бути більш значущими, інші – менш, однак вся їх сукупність повинна враховуватися при аналізі інвестиційної привабливості суб'єкта господарювання.

Слід сказати, що навіть у визначенні чинників формування інвестиційної привабливості підприємств у науковій літературі немає одностайності. Це пояснюється як специфічністю самої категорії «інвестиційна привабливість», так і суб'єктивністю оцінок. Кожен інвестор або ж менеджер підприємства, який здійснює оцінку інвестиційної привабливості, бере до уваги ті показники та ті фактори, які, на його думку, є найбільш важливими.

У той же час, можливо здійснити класифікацію чинників інвестиційної привабливості підприємства за певними критеріями:

- за джерелом впливу: зовнішні та внутрішні;
- за характером впливу: безпосередні та опосередковані;
- за рівнем впливу: на рівні підприємства, на рівні регіону, на рівні галузі, на рівні держави;
- за ступенем впливу: визначальні, важливі та незначні.

Поділ факторів стосовно джерела впливу полягає у визначенні можливості суб'єкта господарювання на них впливати. Так, до внутрішніх належать всі ті чинники, на які підприємство може здійснювати вплив, а до зовнішніх – ті, до впливу яких воно може лише пристосовуватись.

Основні зовнішні чинники впливу на інвестиційну привабливість готельних підприємств приведемо на рис. 1.4.

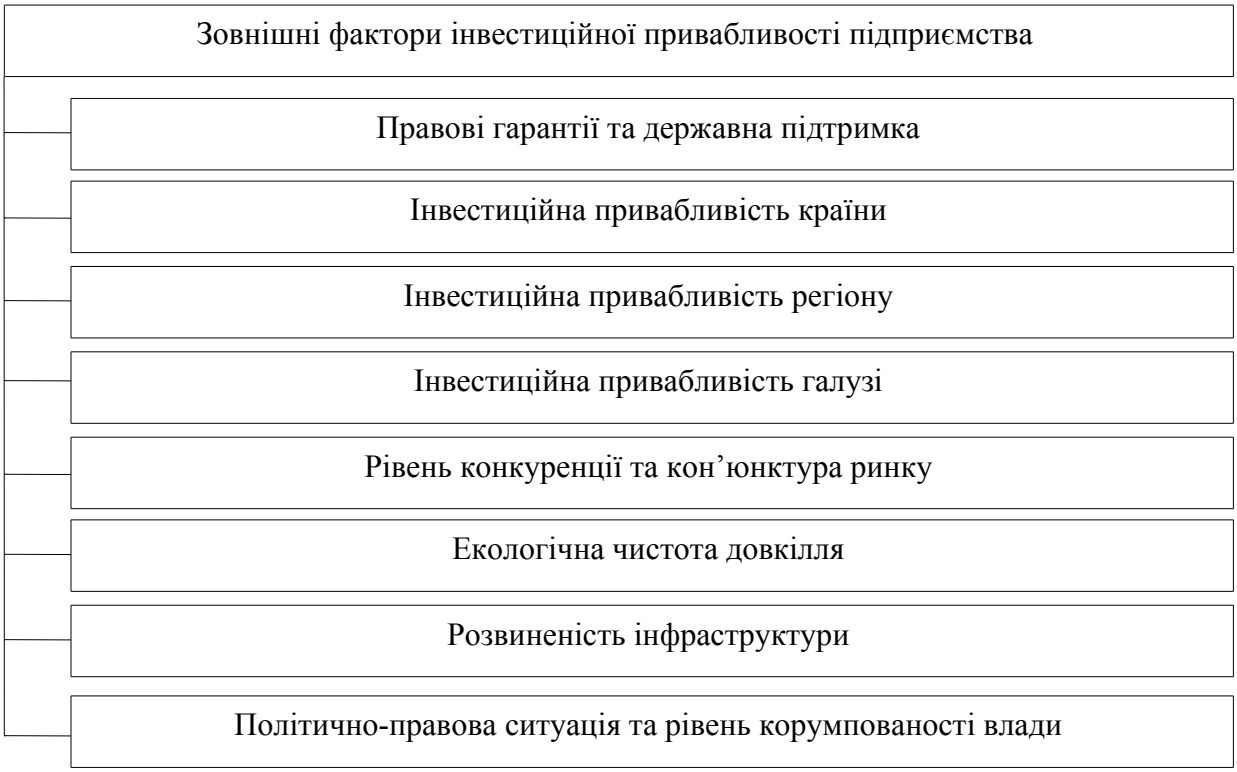


Рис. 1.4 – Зовнішні чинники формування інвестиційної привабливості підприємства готельного господарства

Наведений перелік є не повним, оскільки він враховує лише ті чинники зовнішнього середовища, які справляють відчутний вплив на інвестиційну привабливість підприємств готельного господарства.

Внутрішні фактори впливу на інвестиційну привабливість підприємства готельного господарства, по суті, є відображенням його забезпеченості ресурсами та кадрами, в тому числі і управлінськими, оскільки саме якістю управління визначаються абсолютно всі показники господарської діяльності організації. Зокрема, до внутрішніх чинників інвестиційної привабливості можна віднести:

- майновий стан;
- кадровий склад;
- ліквідність та платоспроможність;
- фінансова стійкість;
- ефективність діяльності;

- застосування комплексу маркетингу;
- якість управління.

Даний перелік також є досить укрупненим і може бути поділений на значну кількість деталізованих чинників в залежності від необхідності задля досягнення мети аналізу.

Що стосується характеру впливу чинників на інвестиційну привабливість підприємства готельного господарства, то чинники безпосереднього впливу є більш важливими як для самого підприємства, оскільки воно має контролювати їх параметри і намагатися максимально знизити рівень негативного впливу, так і для інвестора, який найбільшу увагу приділятиме вивченню саме вказаних факторів. Перелік чинників опосередкованого та безпосереднього впливу представимо у табл. 1.5.

Таблиця 1.5

Чинники безпосереднього та опосередкованого впливу на інвестиційну привабливість підприємства готельного господарства

Чинники непрямого впливу	Чинники прямого впливу
Галузева приналежність	Маркетингова діяльність
Управлінський облік і контролінг	Рівень конкуренції
Екологічна ситуація	Пільги для інвесторів
Економічна стабільність в країні	Кадровий потенціал
Соціально-політична стабільність	Розвиток інфраструктури
Нормативно-правове поле сфери діяльності	Географічне місце розташування
Інформаційне поле	Конкурентоспроможність
Юридична підтримка діяльності	Тривалість інвестиційної програми
Наявність планів стратегічного розвитку	Стан майна і фінансових ресурсів
Ступінь економічної свободи підприємств	Структура капіталу
Темпи інфляції	Обсяги витрат діяльності
Рейтинг підприємства в галузі	Платіжна дисципліна
Корпоративне управління	Рівень доходів населення

Як вже відзначалося, для підприємства найцікавішими є фактори безпосереднього впливу, саме завдяки ним воно самостійно може впливати на інвестиційну привабливість.

Стосовно поділу чинників за рівнями впливу, то на формування інвестиційної привабливості підприємства на рівні держави впливають наступні фактори:

1. Політико-правові: ступінь політичної стабільності суспільства; законодавча база; офіційно прийнята концепція розвитку держави; ступінь розвитку податкової системи; ступінь стабільності національної валюти.

2. Економічні: темпи інфляції; бюджет держави; сировинні ресурси; місткість та платоспроможність внутрішнього ринку; стан фондового ринку і фінансово-кредитної системи; ступінь розвиненості податкової системи; ступінь стабільності національної валюти.

3. Соціально-культурні: соціальна інфраструктура; екологія; соціальна ієрархія і відносини у суспільстві.

На формування інвестиційної привабливості підприємства на рівні регіону впливають наступні фактори:

1. Ступінь розвиненості інфраструктури: шляхи сполучення; наявність туристичних маршрутів і принад; розвиток ресторанного сервісу, культурних і спортивних об’єктів тощо.

2. Структура ризиків: екологічні ризики; кримінальні ризики; особливі ризики, притаманні регіону.

3 Демографічна структура: питома вага населення регіону в загальному обсязі населення; співвідношення міського та сільського населення.

4. Ступінь економічної розвиненості регіону: питома вага регіону у ВВП; обсяг та динаміка капітальних вкладень на одну особу; питома вага збиткових підприємств; кількість підприємств; середній рівень зарплатні; обсяг виробництва на одну особу.

На формування інвестиційної привабливості підприємства на рівні галузі впливають наступні фактори:

1. Розмір та потенціал ринку: розмір ринку; потенціал ринку; еластичність цін; темп зростання ринку; циклічність попиту; прибутковість.

2. Конкуренція: наявність рівних конкурентів; ступінь спеціалізації конкурентів; інтенсивність конкуренції.

3. Бар'єри входження до галузі: капіталомісткість галузі; захищеність з боку держави; соціальні проблеми галузі.

4. Бар'єри виходу підприємства з галузі: державні та соціальні обмеження, що перешкоджають виходу з галузі; можливість та швидкість перепрофілювання активів.

5. Соціальні фактори: демографічні процеси; профспілки; суспільні організації; виробничі стосунки робітників та керівництва.

Також важливою є й класифікація чинників інвестиційної привабливості за ступенем впливу, яка дозволяє здійснювати ранжування факторів за пріоритетністю. Так, визначальними є такі фактори, які мають найбільший вплив на прийняття інвестором рішення щодо вкладання коштів в підприємство. До таких факторів, в залежності від цілей інвестування, можна віднести:

- ринкову вартість майна підприємства;
- привабливість земельної ділянки, на якій розташоване підприємство;
- наявність налагодженої маркетингової підтримки та постійних клієнтів;
- інноваційний та кадровий потенціал;
- перспективність галузі та розвитку підприємства готельного господарства тощо.

Важливими є такі фактори, які враховуються при прийнятті інвестором рішення, щодо вкладання коштів в підприємство, але не є визначальними. До таких факторів можна віднести різноманітні фінансові, економічні, майнові та ринкові характеристики підприємства та середовища, в якому воно функціонує.

Фактори слабкого впливу є такими, що безпосередньо не враховуються при прийнятті інвестором рішення, але є складовими фінансово-виробничої системи та інвестиційного середовища, в якому працює підприємство та

опосередковано за певних умов можуть впливати на його інвестиційну привабливість. До таких факторів можна віднести рівень екологічної чистоти середовища, якість відносин з банківськими установами тощо.

Отже, перелік факторів формування інвестиційної привабливості підприємства готельного господарства досить значний і може розширюватися й надалі. Навіть при докладанні максимальних управлінських зусиль готельні підприємства в жодному разі не зможуть забезпечити повне врахування їх впливу. Саме тому вважаємо, що в разі необхідності залучення інвестицій чи просто підвищення рівня інвестиційної привабливості на підприємствах готельного господарства варто визначитися з переліком пріоритетних факторів, а вже потім розробляти заходи, спрямовані на посилення чи послаблення їх впливу – в залежності від того, позитивну чи негативну дію справляє чинник.

РОЗДІЛ 2
ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ПРИВАБЛИВІСТЮ ПАТ «ГОТЕЛЬ «ПРЕМ'ЄР ПАЛАЦ»

2.1. Загальна характеристика підприємства готельного господарства

Дослідження проводилося нами на матеріалах діяльності ПАТ «Готель «Прем'єр Палац» - готелю, збудованого ще на початку ХХ ст. у самому серці столиці України – міста Києва. Приміщення готелю відноситься до архітектурних надбань столиці. Готель «Прем'єр Палац – київський за сутністю та атмосферою. Це розкішний історичний готель, історія якого унікальна і тісно пов'язана з історією Києва.

Готель розташований у самому центрі столиці – на віддалі 100 м від головної вулиці міста – Хрещатику. На відстані пішої прогулянки знаходиться кілька художніх галерей, музеїв, парків, торгівельних і бізнес-центрів. З верхніх поверхів гості можуть насолоджуватися захоплюючою панорамою Хрещатика: від початку на Бесарабській площі до Арки дружби народів в його кінці.

Історія готелю доволі визначна і має у своєму архіві кілька важливих історичних подій. Зокрема:

- у 1912 році, після відкриття – це перший готель, де гостям в номерах були доступні сучасні зручності: телефон, гаряча і холодна вода;
- у 1953 році, після відновлення та розширення – це перший позакласний готель Києва (за оцінками того часу, більш шикарний ніж готель «5 зірок»);
- у 2001 році, після реконструкції – це перший готель «5 зірок» у Києві.

У 2009 році Premier Palace Hotel було присвоєно нагороду «6 Зірок і 7 Стрічок» від комітету Seven Stars and Stripes. Консьєрж готелю отримав знамениті «Золоті ключі» від Міжнародної Спілки Консьєржів Гранд Готелів (Les Clefs d'Or). Готель також входить до переліку «Найвідоміших готелів в світі» (The Most Famous Hotels in the World).

Сьогодні готель «Прем'єр Палац» – один з найкращих готелів у Києві з бездоганною репутацією. Його обирають відомі бізнесмени і політики, зірки шоу-бізнесу та спорту, тут часто зупиняються міжнародні делегації. А загальний список відомих гостей готелю давно перевищує число у 200 осіб.

Готель «Прем'єр Палац» - це готель, спроможний задовольнити будь-які примхи найвимогливіших клієнтів. Він надає послуги на найвищому рівні: комфортабельні номери, стильні інтер'єри, бездоганна чистота, ввічливий персонал та широкий перелік додаткових послуг, що надаються. Усі послуги, з яких складається комфорт та затишок клієнтів, гідні 5 зірок.

Номерний фонд готелю становить 289 номерів люкс у класичному стилі, в яких є все, що необхідне сучасному мандрівнику. Розмаїття категорій дозволить обрати найбільш зручний номер для кожного гостя – від затишного Стандартного номеру до Президентських апартаментів.

Крім того, до послуг гостей готелю:

- номери, що можна об'єднати;
- номери для людей, що страждають від алергії, з дерев'яною підлогою без ковроліну та гіпоалергенними подушками;
- 3 номери в категорії Стандарт для людей з обмеженими фізичними можливостями.

47 номерів Представницького поверху розташовані на 7-му та 8-му рівнях та передбачають ще більше комфорту та приватності. Перелік послуг включає окремий Представницький Лаунж, де сервірується сніданок. Кімната для переговорів, що прилягає до Лаунжу, може бути використана гостем протягом 2-х годин щоденно.

Королівські (110 м2) та Президентські апартаменти (171 м2) можна об’єднати в розкішні багатокімнатні покої для прийому поважного гостя або організації відповідальних переговорів. П’ятикімнатні Президентські апартаменти обладнані удосконаленою системою безпеки.

Люкси та Апартаменти Представницького поверху обслуговуються власними дворецькими, сертифікованими Міжнародним Інститутом Сучасних Дворецьких (США).

Що стосується організаційних питань, то, згідно Статуту (додаток А) ПАТ «Готель «Прем’єр Палац» створене з метою здійснення підприємницької діяльності для одержання прибутку в інтересах акціонерів товариства, покращення добробуту акціонерів у вигляді зростання ринкової вартості акцій товариства, а також отримання акціонерами дивідендів.

ПАТ «Готель «Прем’єр Палац» є юридичною особою за законодавством України, здійснює свою діяльність на основі чинного законодавства України, Статуту, рішень органів управління товариства. Підприємство має самостійний баланс, проводить свою діяльність на комерційній основі, володіє, користується та розпоряджається майном у відповідності до законодавства України.

Статутний капітал ПАТ «Готель «Прем’єр Палац» складає 366 700 000,00 грн. (Триста шістдесят шість мільйонів сімсот тисяч гривень). Статутний капітал поділений на 1 466 800 000 простих іменних акцій однаковою номінальною вартістю – 0,25 грн. кожна.

Основними видами діяльності ПАТ «Готель «Прем’єр Палац», визначеними Статутом, за КВЕД-2010 є наступні:

55.10 Діяльність готелів і подібних засобів тимчасового розміщування.

56.10 Діяльність ресторанів, надання послуг мобільного харчування.

56.30 Обслуговування напоями.

41.20 Будівництво житлових і нежитлових приміщень.

93.13 Діяльність фітнес-центрів.

79.90 Надання інших послуг із бронювання та пов’язана з цим діяльність.

Основними ж видами діяльності підприємства на практиці є:

- надання готельних послуг;
- послуги ресторанного бізнесу та фітнес центру;
- купівля (продаж) цінних паперів через уповноважених емітентом юридичних осіб;
- здавання в оренду рухомого та нерухомого майна.

Органами управління ПАТ «Готель «Прем’єр Палац» є: Загальні збори акціонерів, Наглядова рада та Генеральний директор. Контроль за фінансово-господарською діяльністю Генерального директора підприємства здійснює Ревізійна комісія.

Загальні збори акціонерів ПАТ «Готель «Прем’єр Палац» є вищим органом управління підприємства готельного бізнесу, які скликаються щороку, не пізніше 30 квітня наступного за звітним року.

До виключної компетенції Загальних зборів ПАТ «Готель «Прем’єр Палац» належить цілий перелік видів діяльності, який представлений у табл. 2.1.

Наглядова рада є колегіальним органом управління товариства, що здійснює захист прав акціонерів, і в межах компетенції, визначеної чинним законодавством України, Статутом та Положенням про Наглядову раду, контролює та регулює діяльність виконавчого органу ПАТ «Прем’єр Палац», представляє інтереси акціонерів та підприємства в цілому у перерві між Загальними зборами акціонерів.

Члени Наглядової ради підприємства обираються з числа фізичних осіб, які мають повну цивільну дієздатність та/або з числа юридичних осіб - акціонерів. Наглядова рада підприємства обирається Загальними зборами акціонерів виключно шляхом кумулятивного голосування. Одна й та сама особа може обиратися до складу Наглядової ради неодноразово.

Таблиця 2.1

Перелік повноважень Загальних зборів ПАТ «Готель «Прем'єр Палац» згідно до Статуту підприємства

Повноваження	Характеристика
Визначати	Основні напрями діяльності
Затверджувати	Статут товариства, Положення про Загальні збори, Положення про Наглядову раду, Положення про Виконавчий орган, Положення про Ревізійну комісію, річний звіт товариства, розмір річних дивідендів, умови цивільно-правових і трудових договорів з членами Наглядової ради, Ревізійної комісії, висновки Ревізійної комісії, принципи корпоративного управління, умови договору про передачу повноважень лічильної комісії Загальних зборів особам, які передбачені чинним законодавством
Приймати рішення про:	Анулювання викуплений акцій, зміну типу товариства, розміщення акцій, збільшення чи зменшення статутного капіталу, дроблення та консолідацію акцій, викуп розміщених акцій; форму існування акцій; порядок проведення Загальних зборів; припинення повноважень членів Наглядової ради; поділ, припинення та ліквідацію товариства; вчинення значного правочину; про вчинення правочину, щодо якого є зацікавленість; попереднє схвалення значних правочинів; відшкодування витрат, пов'язаних з проведенням аудиторської перевірки діяльності; оголошення перерви у Загальних зборах
Розподіляти	Прибуток і збитки товариства з урахуванням вимог законодавства
Обирати	Членів Наглядової ради, членів Ревізійної комісії, комісію з припинення товариства, членів лічильної комісії Загальних зборів
Вирішувати	Інші питання, що належать до виключної компетенції Загальних зборів згідно зі Статутом товариства

Наглядова рада обирається у кількості 3 (трьох) осіб. Члени Наглядової ради обираються Загальними зборами акціонерів Товариства терміном на 3 (три) роки. Перелік повноважень, які відносяться до виключної компетенції Наглядової ради підприємства представимо у табл. 2.2.

Генеральний директор є виконавчим одноособовим органом ПАТ «Готель «Прем'єр Палац», який здійснює управління його поточною діяльністю, організовує виконання рішень Загальних зборів, Наглядової ради та несе відповідальність за ефективність роботи підприємства згідно з принципами та порядком, встановленими його Статутом, рішеннями Загальних зборів акціонерів та Наглядової ради.

Генеральний директор підзвітний Загальним зборам акціонерів та Наглядовій раді і організовує виконання їх рішень.

Таблиця 2.2

Повноваження Наглядової ради ПАТ «Готель «Прем'єр Палац» згідно до Статуту підприємства

Повноваження	Характеристика
1	2
Обирати та припиняти повноваження	Генерального директора; реєстраційної комісії
Визначати або погоджувати	Особу, що подається на посаду Генерального директора, дати складання переліку осіб, що мають право на отримання дивідендів, строки виплати дивідендів, дати складання переліку акціонерів, ймовірність визнання товариства неплатоспроможним, стратегію розвитку товариства, умови договору з аудиторською організацією, порядок проведення ревізій та контролю за фінансово-господарською діяльністю підприємства, призначення на посаду керівників дочірніх підприємств, філій, відокремлених представництв, визначати фондові біржі для проходження процедури включення акцій до біржового списку,
Затверджувати	Умови контракту з Генеральним директором, умови матеріального заохочення Генерального директора, положення, якими регулюються питання діяльності товариства, форму і текст бюлетеню для голосування на Загальних зборах, ринкову вартість майна, умови договору, що укладається з оцінювачем майна, стратегічні плани, річний та квартальний бюджети, інвестиційний бюджет, інвестиційні програми, статути та положення дочірніх підприємств, філій, відокремлених підрозділів, організаційну структуру підприємства, порядок денний Загальних зборів, положення про фонди, порядок формування і використання фондів
Утворювати і встановлювати	Кількісний склад комітетів Наглядової ради, перелік посад, кандидатури на які підлягають попередньому погодженню Наглядовою радою, критерії до договорів, які підлягають обов'язковому погодженню
Приймати рішення про:	Дату проведення Загальних зборів, про включення пропозицій до порядку денного Загальних зборів, проведення чергових або позачергових Загальних зборів, відмову у скликанні позачергових Загальних зборів, продаж раніше викуплених акцій, розміщення інших цінних паперів, окрім акцій, викуп інших розміщених цінних паперів, участь товариства у промислово-фінансових групах та інших об'єднаннях, заснування, створення інших юридичних осіб, обрання оцінювача майна товариства, обрання (заміну) реєстратора власників іменних цінних паперів, залучення аудиторської організації до перевірки і підтвердження річної фінансової звітності, створення, реорганізацію та ліквідацію дочірніх підприємств, філій, представництв, відокремлених структурних підрозділів, вчинення значного правочину, придбання, відчуження цінних паперів, часток, паїв, заснування або участь в інших юридичних особах, припинення, відділення або реорганізацію залежних господарських товариств, створення будь-яких фондів товариства, притягнення до майнової відповідальності посадових та інших керівних осіб товариства
Надсилати	Пропозиції акціонерам про придбання належних їм акцій
Контролювати	Діяльність Генерального директора

Продовження табл. 2.2

1	2
Подавати на розгляд Загальним зборам	правочинів, ринкова вартість майна або послуг, що є їх предметом, перевищує 25 відсотків вартості активів за даними останньої річної фінансової звітності, рішення про попереднє схвалення значних правочинів,
Надавати попередню згоду на	Списання основних фондів
Забезпечувати	Захист прав акціонерів
Скасовувати	Рішення органів та посадових осіб товариства, коли вказані рішення прийняті ними з порушенням їх посадових обов'язків, всупереч рішенням Загальних зборів акціонерів або Наглядової ради Товариства, а також в інших випадках, що можуть призвести або призвели до збитків Товариства або до реальної загрози їхнього виникнення

До компетенції Генерального директора ПАТ «Готель «Прем'єр Палац» відноситься:

- організація виконання рішень Загальних зборів акціонерів та Наглядової ради;
- керівництво поточною діяльністю підприємства, організація юридичного та інформаційного забезпечення її діяльності;
- підготовка для затвердження Загальними зборами акціонерів річного звіту та балансу товариства;
- розробка проектів квартальних, річних бюджетів, бізнес-планів, програм фінансово-господарської діяльності, поточних фінансово-господарських планів і оперативних завдань та забезпечення їх реалізації;
- організація ведення бухгалтерського обліку та звітності товариства, координація поточної діяльності відокремлених структурних підрозділів, філій, представництв, дочірніх підприємств;
- підписання звітів та балансів Товариства, статистичної, бухгалтерської, податкової та іншої звітності передбаченої чинним законодавством;
- затвердження штатного розпису;

- забезпечення проведення аудиторської перевірки діяльності Товариства на вимогу акціонерів, які володіють не менш як 10 відсотками акцій Товариства;
- виконання колективного договору. Призначення та відкликання осіб, які беруть участь у колективних переговорах як представники Виконавчого органу, за погодженням із Наглядовою радою;
- визначення переліку інформації, яка є комерційною таємницею товариства;
- прийняття рішення про відрядження, включаючи закордонні ділові поїздки;
- забезпечення дотримання норм законодавства про працю, про охорону праці, Правил внутрішнього трудового розпорядку, захисту державної таємниці;
- вирішення питань виробничо-господарської діяльності, забезпечення виконання виробничих завдань, договірних зобов'язань товариства;
- розпорядження коштами підприємства відповідно до його Статуту та чинного законодавства;
- прийняття рішень про відкриття і закриття рахунків в банківських установах, здійснення фінансових операцій, підписання документів грошового, кредитного, майнового характеру;
- прийняття рішень про найм та звільнення з роботи працівників Товариства, їх переведення, застосування до них заходів заохочення та накладення дисциплінарних стягнень, укладення від імені Товариства індивідуальних трудових договорів (контрактів) з працівниками;
- затвердження посадових інструкцій працівників Товариства.

Ревізійна комісія ПАТ «Готель «Прем'єр Палац» здійснює перевірку фінансово-господарської діяльності підприємства. Члени Ревізійної комісії обираються Загальними зборами акціонерів з числа фізичних осіб, які мають повну цивільну дієздатність, не є працівниками товариства та не входять до

кола обмежень, встановлених чинним законодавством України, та/або з числа юридичних осіб-акціонерів.

Ревізійна комісія обирається строком на 3 роки і є підзвітною Загальним зборам ПАТ «Готель «Прем'єр Палац». Кількісний склад Ревізійної комісії складає 3 особи. Голова Ревізійної комісії обирається членами Ревізійної комісії з їх числа простою більшістю голосів від кількісного складу Ревізійної комісії.

Ревізійна комісія:

- контролює дотримання товариством чинного законодавства України;
- розглядає звіти внутрішніх і зовнішніх аудиторів та готує відповідні пропозиції Загальним зборам акціонерів;
- вносить на Загальні збори акціонерів або Наглядовій раді пропозиції щодо будь-яких питань, віднесених до компетенції Ревізійної комісії, які стосуються фінансової безпеки і стабільності підприємства та захисту інтересів акціонерів.

Ревізійна комісія здійснює перевірку фінансово-господарської діяльності Товариства за результатами фінансового року, а, також за дорученням Загальних зборів акціонерів, Наглядової ради Товариства, або на вимогу акціонерів (акціонера), які володіють у сукупності більш ніж 10 (десятьма) відсотками голосів.

Станом на 2016 рік у ПАТ «Готель «Прем'єр Палац» працює 503 працівника за основним місцем роботи. Працівники ПАТ «Готель «Прем'єр Палац» користуються соціальними пільгами, передбаченими чинним законодавством. Крім цього, в Готелі діє система мотивації, яка охоплює всі групи працівників, що регламентується відповідними внутрішніми нормативними документами.

Основні засоби ПАТ «Прем'єр Палац» знаходяться за місцезнаходженням підприємства готельного бізнесу та використовуються у сфері надання послуг на 100 %, без будь-яких обмежень. Варто відзначити,

що ступінь зносу основних засобів готелю вже досить значний. Так, знос будівель складає 67,3 %, а інших основних засобів – 72,5 %.

В цілому ж, характеризуючи досліджуване підприємство готельного бізнесу, можемо сказати, що у нього є цілий ряд значних переваг задля того, аби не просто стабільно функціонувати, але й розширювати обсяги своєї діяльності. Проте питання викликають показники фінансової звітності підприємства і, зокрема, збиткова діяльність впродовж тривалого періоду часу. Саме тому вважаємо за необхідне більш детально розглянути фінансово-економічні показники діяльності готелю.

2.2. Оцінка ефективності управління інвестиційною привабливістю підприємства

Інвестиційна привабливість підприємства у розумінні інвестора – це завжди здатність генерувати прибуток. Саме тому для оцінки ефективності управління інвестиційною привабливістю ПАТ «Готель «Прем'єр Палац» перш за все вважаємо за необхідне проаналізувати фінансові результати діяльності товариства.

Протягом досліджуваного періоду на підприємстві відбувався приріст обсягу доходів від реалізації продукції та послуг. Так, якщо у 2014 році даний показник становив 114107 тис. грн., то наприкінці 2016 року – вже 225030 тис. грн. При цьому фактичний приріст доходу від реалізації та послуг склав 97,2 %. Безумовно, це свідчить про нарощування обсягів діяльності товариства, однак не слід виключати і той факт, що впродовж досліджуваного періоду значно здорожчала вартість продукції, робіт та послуг у нашій державі в цілому. Отже, частковий приріст доходу від реалізації продукції, робіт та послуг ПАТ «Готель «Прем'єр Палац» пояснюється саме зростанням цін.

Як бачимо, зміни досліджуваних показників товариства у 2014–2016 рр. були просто разючими. Так, якщо у 2014 році собівартість реалізованої

продукції, робіт і послуг ПАТ «Готель «Прем'єр Палац» значно перевищувала обсяг отриманих ним доходів, то в подальші періоди ситуація кардинальним чином змінилася. Менеджерам вдалося домогтися того, що доходи стали помітно переважати показники собівартості, в тому числі, і за рахунок підвищення цін на продукцію, роботи і послуги товариства. Як результат, валовий прибуток ПАТ «Готель «Прем'єр Палац» у 2016 р. склав 48060 тис. грн.

Наведені дані свідчать про те, що останніми роками управління товариства все більше уваги приділяє саме збуту власної продукції, робіт та послуг, витрачаючи на цей напрям все більше коштів. Так, обсяг витрат на збут за останні два роки збільшився у 2,2 рази. Звісно, це дало свій результат, адже значно зросли доходи ПАТ «Готель «Прем'єр Палац», однак, подальше нарощування витрат на збут буде мати щораз меншу ефективність і на це керівництву слід звернути увагу.

Стосовно адміністративних витрат товариства, то їх обсяг хоча і зростав з кожним роком, проте характеризувався стабільними показниками приросту, що може бути звичайним наслідком зростання цін та вартості робочої сили, задіяної в управлінському апараті підприємства готельного бізнесу.

Як бачимо, інші операційні доходи товариства надто незначні порівняно з його іншими операційними витратами. Лише у 2015 р. ПАТ «Готель «Прем'єр Палац» отримало значний обсяг інших операційних доходів – 603710 тис. грн., проте це все одно не дозволило підприємству отримати позитивний фінансовий результат від іншої операційної діяльності.

Наявна на сьогодні ситуація з іншою операційною діяльністю могла б бути свідченням непрофесіоналізму керівництва ПАТ «Готель «Прем'єр Палац», якби інші управлінські результати і, зокрема, управління валовим прибутком не свідчили про зворотне. Саме тому складається стійке враження щодо навмисного заведення підприємства у збитки.

В цілому наявна позитивна динаміка показників фінансової діяльності – нарощування обсягу фінансових доходів і зменшення обсягу фінансових витрат. Однак, на даний момент, ще не досягнуто того рівня, на якому б забезпечувався позитивний фінансовий результат від фінансової діяльності ПАТ «Готель «Прем'єр Палац».

Аналіз інших доходів та інших витрат товариства дозволяє зробити висновок, що даний вид діяльності для ПАТ «Готель «Прем'єр Палац» є більш вдалим і навіть забезпечує незначний прибуток – близько 900 тис. грн. у 2016 році.

Найгіршим моментом, який значно знижує рівень інвестиційної привабливості ПАТ «Готель «Прем'єр палац» є відсутність чистого прибутку. Збиткова діяльність на протязі тривалого періоду часу призвела до майже незворотних процесів у балансі товариства, внаслідок чого ми не можемо вважати управління інвестиційною привабливістю ПАТ «Готель «Прем'єр Палац» ефективним.

Варто зазначити, що потенційні інвестори оцінюють не лише обсяги, але і рівень прибутковості потенційних об'єктів капіталовкладень. Проте у випадку ПАТ «Готель «Прем'єр Палац» оцінювати практично немає чого, оскільки частина показників рентабельності є від'ємною в силу збитковості діяльності товариства.

Рентабельність – це відносний показник ефективності роботи підприємства, котрий у загальній формі обчислюється як відношення прибутку до витрат (ресурсів). Рентабельність має кілька модифікованих форм залежно від того, які саме прибуток і ресурси (витрати) використовують у розрахунках. Показники рентабельності визначаються в коефіцієнтах або у відсотках і показують частку прибутку в кожній грошовій одиниці витрат.

З даних табл. 2.8 бачимо, що протягом періоду, що аналізувався, у ПАТ «Готель «Прем'єр Палац» спостерігалися значні проблеми з рентабельністю. Позитивні зміни спостерігалися лише за показниками рентабельності

продажів та рентабельності продукції. Проте ані рентабельності власного капіталу, ані рентабельності активів, по суті, на підприємстві впродовж досліджуваного періоду не спостерігалося. Тобто, використання активів на ПАТ «Готель Прем'єр Палац» можна назвати абсолютно неефективним у період 2014 – 2016 років

Таким чином, проведений аналіз дозволив встановити, що управління інвестиційною привабливістю підприємства здійснюється абсолютно неефективно при тому, що управління іншими функціональними складовими менеджменту відбувається на досить високому якісному рівні. Така ситуація дозволяє зробити висновки про штучність збиткового становища ПАТ «Готель «Прем'єр Палац» і про повну незацікавленість менеджерів товариства у залученні інвестицій.

РОЗДІЛ 3
ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ПРИВАБЛИВІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

3.1. Заходи з підвищення інвестиційної привабливості ПАТ «Готель «Прем'єр Палац»

Проведене дослідження ефективності управління інвестиційною привабливістю ПАТ «Готель «Прем'єр Палац» дозволило виявити ряд існуючих проблем системи менеджменту готельного підприємства. При цьому, проблеми пов'язані як з якістю власне управлінської діяльності, так і з методами ведення бізнесу.

В цілому, всі наявні у готелю проблеми можна звести до наступного:

- відсутність оновлення основних фондів у достатньому обсязі;
- зростання обсягів дебіторської заборгованості за продукцію, товари, роботи і послуги;
- від'ємний показник власного капіталу;
- постійне нарощування обсягів довгострокових кредитів;
- віднесення занадто значних сум до інших поточних зобов'язань, що породжує сумніви з приводу законності дій менеджменту підприємства;
- абсолютна залежність підприємства від зовнішніх джерел фінансування;
- збиткова фінансова діяльність і діяльність в цілому.

В цілому ж, отримані результати дозволили зробити висновки про те, що управління інвестиційною привабливістю ПАТ «Готель «Прем'єр Палац» здійснюється абсолютно неефективно, однак основна причина такої ситуації криється зовсім не у якості управлінських рішень, а в тому, що сам менеджмент не зацікавлений у залученні інвестицій і штучно підтримує збитковий стан готелю.

В цьому контексті доцільно говорити про те, що підвищувати інвестиційну привабливість підприємства є сенс лише після того, як його діяльність пройде повну податкову перевірку на предмет ухиляння від сплати податків і керівництво ПАТ «Прем'єр Палац» відмовиться від тих управлінських методів, що застосовуються на сьогодні.

Отже, забезпечення повної прозорості власної діяльності – головна передумова забезпечення інвестиційної привабливості ПАТ «Готель «Прем'єр Палац». Головна, проте не єдина. Як вже відзначалося, окрім означеної проблеми в діяльності готельного підприємства існує й ряд інших, які значних чином знижують рівень інвестиційної привабливості підприємства. Тому доцільно визначити напрями їх подолання.

В першу чергу слід сказати про те, що управління інвестиційною привабливістю підприємства потребує комплексного підходу, який би базувався на розробленій інвестиційній політиці. Саме тому, основною метою інвестиційної політики ПАТ «Готель «Прем'єр Палац» має стати забезпечення найефективніших шляхів розширення активів підприємства з позицій перспектив його розвитку і збільшення його ринкової вартості.

З урахуванням цієї мети зміст політики управління інвестиційною привабливістю готельного підприємства полягає, у тому числі, у формуванні політики залучення інвестицій, яка представляє собою частину загальної фінансової стратегії підприємства і полягає у виборі і реалізації найефективніших шляхів нарощування активів для забезпечення основних напрямів його розвитку і, що головне, прибуткової діяльності.

Політика залучення інвестицій ПАТ «Готель «Прем'єр Палац» повинна передбачати:

1. Формування окремих напрямів інвестиційної привабливості у відповідності зі стратегією економічного розвитку підприємства. Розробка напрямів діяльності щодо підвищення інвестиційної привабливості повинна базуватися на стратегії економічного розвитку підприємства в майбутньому періоді і має вирішувати ряд завдань:

- визначення співвідношення різних форм інвестування на окремих етапах перспективного періоду;
- визначення основних шляхів залучення інвестицій;
- встановлення основних сфер діяльності, які потребують найбільших обсягів інвестиційних вкладень.

2. Дослідження і врахування умов зовнішнього інвестиційного середовища і кон'юнктури інвестиційного ринку. В процесі такого дослідження повинні визначатися правові умови інвестування в цілому і в розрізі окремих форм інвестиційної діяльності.

3. Пошук окремих (перспективних) інвесторів і оцінка можливостей залучення їхніх ресурсів у діяльність підприємства. В процесі реалізації цього напряму відбираються окремі бажані (перспективні) інвестори, розробляються і надаються їм для вивчення окремі інвестиційні проекти і фінансові інструменти, що найповніше відповідають потребі підприємства в інвестиціях.

4. Забезпечення високої ефективності інвестицій.

5. Розробку заходів задля забезпечення мінімізації фінансових ризиків, пов'язаних з вкладанням коштів інвесторів у діяльність готельного підприємства.

6. Визначення необхідного об'єму інвестиційних ресурсів і оптимізація структури їх джерел.

Слід сказати, що серед усього вищезазначеного найголовніший момент – забезпечення високої ефективності інвестиційних вкладень. Тобто, для того, щоб потенційні інвестори зацікавилися функціонуванням ПАТ «Готель «Прем'єр Палац» і були готові вкласти реальні кошти у розвиток його діяльності, необхідно забезпечити високу ефективність діяльності готельного підприємства. Саме можливість отримання прибутку на вкладені кошти є основним чинником впливу на інвестора при прийнятті ним рішення щодо доцільності вкладання коштів у ту чи іншу сферу діяльності. Саме тому, з нашої точки зору, основна діяльність ПАТ «Готель «Прем'єр Палац» у

контексті підвищення інвестиційної привабливості повинна полягати у підвищенні рівня ефективності функціонування, тобто у подоланні існуючих на сьогодні проблем у фінансовій і господарській діяльності підприємства.

Виходячи з визначених проблем можемо відзначити, що основні напрями діяльності ПАТ «Готель «Прем'єр Палац», які потребують удосконалення задля підвищення рівня інвестиційної привабливості підприємства, це:

- стратегічний менеджмент;
- підвищення ринкової вартості та управління активами;
- управління витратами;
- підвищення ефективності управління сферою збуту.

Що стосується стратегічного менеджменту, то його застосування на підприємстві вважаємо просто необхідним як задля підвищення ефективності управління в цілому, так і в контексті підвищення рівня інвестиційної привабливості закладу готельного господарства. Потенційні інвестори значно лояльніше ставляться до тих об'єктів інвестиційних вкладень, управління в яких побудоване з урахуванням можливостей досягнення стратегічних цілей, тобто тих суб'єктів господарювання, управлінський персонал яких здатен мислити стратегічно і приймати, таким чином, рішення, орієнтовані на забезпечення як мінімум стабільної діяльності, а як максимум сталого розвитку підприємства у довготривалій перспективі.

Вибір стратегії з цілого ряду альтернатив – складний процес прийняття рішень в умовах мінливих пріоритеті. Він має здійснюватися на основі оцінювання довгострокових і короткострокових наслідків реалізації кожного з варіантів стратегії.

Важливим в процесі розробки як загальної стратегії підприємства, так і ряду функціональних стратегій, є врахування ряду факторів, основними серед яких є:

- необхідність орієнтації функціональних стратегій на загальну стратегію діяльності підприємства;

- рівень законодавчого і нормативно-правового регулювання діяльності малих підприємств;
- економічна і політична ситуація в країні;
- ресурсне забезпечення підприємства, оскільки на формування стратегії впливають кількість і якість ресурсів, зокрема, чисельність і кваліфікація персоналу, наявність основних фондів;
- забезпеченість основними засобами, можливість залучення позикових коштів і інвестицій, інвестиційний потенціал тощо;
- галузева приналежність суб'єкта господарювання;
- фінансовий стан і конкурентні переваги існуючих і потенційних підприємств-конкурентів, надійність постачальників і клієнтів;
- рівень ризиковості діяльності підприємства, що викликається інфляційними коливаннями, різкими стрибками курсів валют, ризиками неплатежів, вірогідністю настання фінансової кризи;
- кон'юнктура фінансового ринку й ринку послуг та її зміни.

Таким чином, формування й реалізація стратегії діяльності підприємства передбачає поетапне прийняття рішень щодо формування та використання ресурсів.

Наступний важливий напрям покращення управлінської діяльності з метою підвищення інвестиційної привабливості ПАТ «Готель «Прем'єр Палац» – управління оборотними активами, зокрема, дебіторською заборгованістю та підвищення ринкової вартості готельного підприємства.

Одним з основних підходів до покращення управління оборотними активами на підприємстві є вдосконалення планування оборотних активів. Метою планування оборотних активів на ПАТ «Готель «Прем'єр Палац» має стати визначення їх оптимальної величини, необхідної для забезпечення неперервного відтворення кругообігу оборотних активів у процесі виробництва на засадах забезпечення підприємству фінансової стійкості, платоспроможності і кредитоспроможності.

Основними завданнями процесу планування оборотних активів компанії мають стати наступні:

- забезпечення необхідними матеріальними та фінансовими ресурсами різних напрямів діяльності;
- вибір оптимальних ринків закупівлі сировини, матеріалів (постачальників) та збуту продукції і послуг (клієнтів);
- визначення шляхів ефективного вкладення капіталу, оцінка ступеню раціональності його використання;
- виявлення внутрішньогосподарських резервів збільшення прибутку за рахунок прискорення оборотності активів;
- встановлення раціональних фінансових відносин з постачальниками, клієнтами, кредиторами та іншими контрагентами;
- забезпечення ритмічності процесу надання послуг;
- контроль за виконанням договірних зобов'язань, фінансовим станом підприємства.

Сам процес планування оборотних активів ПАТ «Готель «Прем'єр Палац» має проходити кілька етапі, відповідних трьом рівням планування загальної діяльності підприємства: стратегічному, тактичному і оперативному. Це є важливою умовою забезпечення нормальної фінансово-господарської діяльності підприємства (табл. 3.1).

Таким чином, планування оборотних активів має стати процесом розробки системи планових показників з їх формування і ефективного використання в операційному процесі підприємства на перспективу.

Всі етапи планування оборотних активів взаємопов'язані, а тому вони мають реалізовуватися у певній послідовності. Початковим етапом планування має стати прогнозування основних напрямів і цільових параметрі функціонування оборотних активів шляхом розробки загальної стратегії їх розвитку, яка визначає завдання і показники поточного планування.

Таблиця 3.1

Процес планування руху оборотних активів для ПАТ «Готель «Прем'єр Палац»

Етап	Зміст	Виконавці
Стратегічне планування	Генерування плану руху оборотних активів	Апарат управління
Тактичне планування	Прогноз обсягів фінансування матеріальних ресурсів на основі показників фінансового стану підприємства за попередній період	Фінансово-плановий відділ
Оперативне планування	Формування плану закупівель	Відділ матеріально-технічного постачання

Комплексний підхід до вирішення проблеми прогнозування оборотного капіталу повинен складатися з трьох етапів:

1. Вивчення структури джерел оборотного капіталу; розрахунок вартості власного капіталу та інших джерел фінансування діяльності; розрахунок середньої вартості оборотного капіталу.

2. Прогнозування приросту величини оборотного капіталу.

3. Розрахунок коефіцієнтів фінансового левериджу і фінансової рентабельності, побудова моделі оптимізації оборотного капіталу.

Головною стратегічною метою ПАТ «Готель «Прем'єр Палац» має бути зростання ринкової вартості у контексті необхідності підвищення інвестиційної привабливості підприємства. Використання оборотних активів, не дивлячись на їх короткостроковий характер, тісно пов'язане з формуванням вартості підприємства. Тому основним у рамках механізму управління оборотними активами підприємства готельного бізнесу має стати блок стратегічного планування, в рамках якого слід розглядати наступні напрями:

- орієнтація на зростання ринкової вартості;
- підвищення конкурентоспроможності послуг підприємства на ринку готельних та супутніх послуг міста Києва;
- вивчення поведінки основних конкурентів і прогнозування позиціювання послуг підприємства;

- вивчення споживчого попиту, побажань клієнтів і розробка стратегії відносно асортиментної політики ПАТ «Готель «Прем'єр Палац»;
- активізація процесі відновлення технічного оснащення підприємства, вдосконалення технологічних процесів.

В умовах нестабільної і слабко прогнозованої економічної ситуації, в якій вимушені функціонувати вітчизняні суб'єкти господарювання, вибір стратегії фінансування оборотних активів має базуватись на таких підходах:

- об'єднання політики управління поточними активами з політикою управління поточними пасивами;
- забезпечення достатнього рівня ліквідності підприємства;
- прискорення оборотності оборотних активів;
- мінімізація вират фінансування оборотних активів;
- використання показників операційного грошового потоку як одного з критеріїв вибору політики управління оборотними коштами;
- застосування методів логістичного планування при управлінні запасами та дебіторською заборгованістю.

Система поточного планування оборотних активів ПАТ «Готель «Прем'єр Палац» повинна базуватися на розробленій фінансовій стратегії і фінансовій політиці по окремих аспектах фінансової діяльності. Це планування полягає у розробці конкретних видів поточних планів.

Поточний бюджет використання оборотних активів повинен визначати необхідний приріст окремих їх видів і відображати їх внутрішню збалансованість, спів розмірність надходження і витрат в періоді, а також формування оптимальної структури оборотного капіталу, що забезпечить його фінансування в майбутньому.

Побудова поточного бюджету на ПАТ «Готель «Прем'єр Палац» неможлива без системи оперативного короткострокового планування формування і використання оборотних активів. Саме оперативне планування дозволить деталізувати показники поточних планів використання оборотних

активів, базуючись на науково обґрунтованій організації оборотних активів посередництвом нормування окремих їх елементів.

Оперативне планування на підприємстві повинне мати неперервний характер, що гарантуватиме ефективне функціонування системи поточного планування і організації використання оборотних коштів, буде основою для здійснення постійного моніторингу результатів операційної діяльності. Оперативне планування має здійснюватися за допомогою розрахунку окремих нормативів елементів оборотних активів і на їх основі визначення сукупного нормативу – оптимальної величини запасів, дебіторської заборгованості, необхідних для нормальної реалізації виробничого процесу.

Підсумовуючи, можемо відзначити, що завдання оптимізації управління оборотними активами на ПАТ «Готель «Прем'єр Палац» передбачає:

- аналіз і планування співвідношення власних, позикових і залучених оборотних активів;
- планування потреби в кредитах і позиках;
- аналіз і планування потреби в окремих частинах оборотного капіталу.

Політика управління джерелами формування оборотних активів має забезпечити пошуку компромісу між ризиком втрати ліквідності і ефективністю діяльності. Це зводиться до вирішення двох важливих завдань у ході оптимізації формування і використання оборотних активів:

1. Забезпечення платоспроможності. Дана умова не виконується, якщо підприємство не в змозі оплачувати рахунки, виконувати зобов'язання тощо. Підприємство, що не має достатнього рівня оборотного капіталу, може зіштовхнутися з ризиком неплатоспроможності, що якраз і спостерігається на ПАТ «Готель «Прем'єр Палац».

2. Забезпечення прийнятного обсягу, структури і рентабельності оборотних коштів. На стратегічну і поточну ефективність оборотних активів впливає співвідношення джерел їх фінансування. Якщо при незмінному

обсязі короткострокових (поточних) зобов'язань буде зростати величина власних джерел і довгострокових позик, то фінансова стійкість і платоспроможність будуть зростати, однак буде знижуватися ефективність використання власного капіталу.

Навпаки, при незмінній величині власного капіталу і довгострокових зобов'язань зростання суми короткострокових позик у формуванні оборотного капіталу призведе до зниження суми чистого робочого капіталу. При цьому може бути досягнуто стратегічне збільшення ефекту фінансового важеля, однак внаслідок зростання обсягу поточних зобов'язань і збільшення частоти виплат боргу буде знижуватися фінансова стійкість і платоспроможність у короткостроковому періоді.

Варто відзначити, що окрім планування формування, фінансування і використання оборотних активів у ПАТ «Готель «Прем'єр Палац» доцільно застосовувати також і інші підходи. Зокрема, оскільки помітна проблема на підприємстві лежить у площині нарощування дебіторської заборгованості, значить одним із шляхів підвищення ефективності господарювання є покращення управління дебіторською заборгованістю. Саме тому вважаємо, що для підвищення ефективності діяльності ПАТ «Готель «Прем'єр Палац» контексті підвищення інвестиційної привабливості підприємства необхідно, крім всього вищенаведеного, впорядкувати структуру його оборотних коштів і збільшити їх ліквідну частину за рахунок зниження сум дебіторської заборгованості.

Основними напрямами роботи ПАТ «Готель «Прем'єр Палац» у напрямку зниження сум дебіторської заборгованості мають стати наступні:

- застосування АВС-методу контролю дебіторської заборгованості;
- вдосконалення кредитної політики підприємства і грошових розрахунків;
- застосування сучасних методів рефінансування дебіторської заборгованості.

Особливим завданням вдосконалення управління дебіторською заборгованістю підприємства є встановлення оптимального співвідношення між доходами від реалізації та обсягами дебіторської заборгованості. Так, як показав попередній аналіз, нарощування обсягів доходів підприємства було досягнуте, у тому числі, за рахунок нарощування обсягів дебіторської заборгованості. Тобто, відстрочка платежів спонукала більшу кількість клієнтів до використання послуг готельного підприємства. Отже, даний метод приніс певні результати, однак він належить до тих методі впливу, які здатні приносити лише короткостроковий позитивний ефект, проте у довготривалому періоді такий підхід здатен спричинити лише додаткові проблеми для готелю.

Це пояснюється тим, що подальший приріст обсягів доходів від реалізації послуг буде постійно зменшуватися, в той час як обсяги дебіторської заборгованості лише наростатимуть. При цьому, буде лише підвищуватися ризик того, що клієнти не будуть розраховуватися за своїми зобов'язаннями вчасно або ж і взагалі не будуть розраховуватися. Окрім того, нарощування обсягів дебіторської заборгованості призводитиме до того, що все менша кількість ліквідних фінансових ресурсів перебуватиме у підприємства, а, отже, йому потрібно буде залучати все більше додаткових позикових ресурсі для фінансування поточної діяльності.

Основний вихід із описаної ситуації, з нашої точки зору, це стимулювання максимально більшої кількості розрахунків по факту надання послуг. Зокрема, таке стимулювання можна здійснити шляхом надання певних знижок в оплаті при здійсненні оплати по факту надання послуги, або ж взагалі наперед. Таким чином дійсно буде досягнутий довгостроковий позитивний ефект для господарської діяльності ПАТ «Готель «Прем'єр Палац».

Робота в сфері управління витратами для ПАТ «Готель «Прем'єр Палац» також вимагає вдосконалення, про що свідчить динаміка окремих показників діяльності підприємства у досліджуваному періоді. У даному

випадку вважаємо за доцільне застосувати комплексний підхід до вирішення проблеми, тобто здійснити розробку загальної програми оптимізації витрат.

Оптимізація витрат підприємства передбачає визначення оптимальної величини фінансування та забезпечення ефективності використання матеріальних потоків. Оптимальна величина матеріальних потоків повинна, з одного боку, забезпечувати безперебійне ефективне функціонування ПАТ «Готель «Прем'єр Палац», а з іншого – мінімізувати наявність недіючих поточних активів.

Розробка програми зниження витрат на виробництво та збут повинна містити наступні етапи:

- визначення об'єкта плану заходів та його мети;
- визначення цільового показника, котрим можна описати корисний ефект (прибуток, економія витрат, підвищення якості, підвищення продуктивності), визначення статті витрат, котра підлягає скороченню;
- визначення факторів, що здійснюють вплив на цільовий показник чи / або статтю витрат;
- призначення посадової особи відповідальної за впровадження заходів;
- розробка посадовою особою плану реалізації заходів. План повинен містити склад робіт, необхідні ресурси і послуги;
- визначення термінів, а також короткострокового і довгострокового корисного ефекту від реалізації заходів;
- визначення витрат на реалізацію заходів;
- співставлення корисного ефекту з витратами. Прийняття рішення про втілення заходів;
- здійснення заходів з оптимізації витрат;
- оцінка результатів і внесення корегувань.

Розробку програми оптимізації витрат підприємства варто розпочинати з призначення відповідальних осіб. При цьому, відповідальними повинні бути не фінансисти чи економісти, а менеджери підприємства готельного

господарства – керівники відділів, функціональні директори – оскільки саме вони володіють технологією, керують виробництвом та іншими бізнес-процесами, приймають рішення в рамках виробничо-господарської діяльності підприємства.

Роль фінансово-економічної служби в розробці програми оптимізації витрат повинна полягати в розробці класифікаторів і довідників витрат, впровадженні управлінського обліку і бюджетування, а також наданні менеджерам інформації для прийняття рішень.

Механізм впровадження програми з оптимізації витрат у ПАТ «Готель «Прем'єр Палац» повинен складатися з ряду етапів (рис. 3.1).

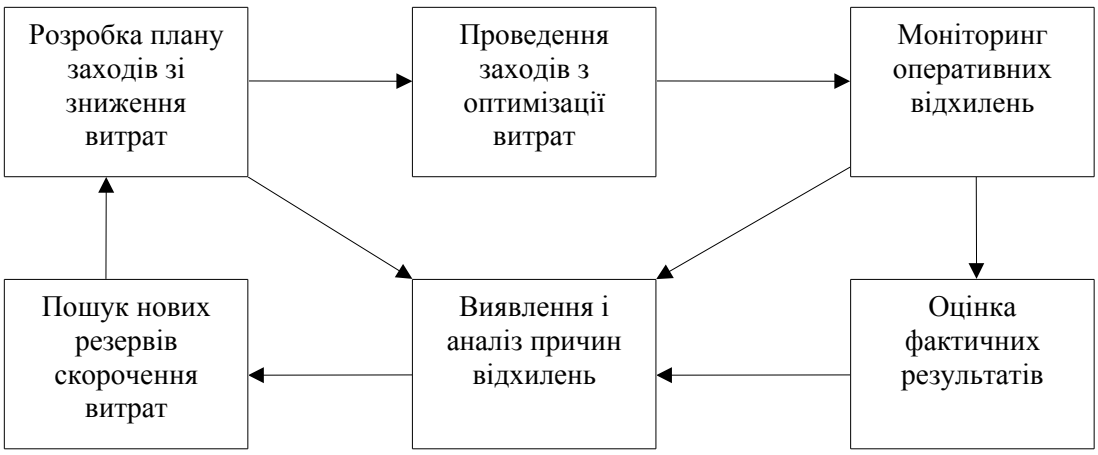


Рис. 3.1. – Схема реалізації плану заходів з оптимізації витрат ПАТ «Готель «Прем'єр Палац»

Джерело: розроблено автором

Основними етапами впровадження заходів з оптимізації витрат підприємства мають стати наступні:

- визначення кола посадових осіб, відповідальних за проведення заходів оптимізації витрат;
- розробка назначеними посадовими особами переліку конкретних планів впровадження оптимізаційних заходів у діяльність підприємства;
- встановлення термінів проведення заходів з оптимізації витрат;
- визначення необхідних сум коштів та джерел їх покриття;

- готування середовища до впровадження змін.

Стосовно посадових осіб, які можуть бути відповідальними за виконання всіх засобів, визначених у програмі оптимізації витрат, то:

- Генеральний директор повинен здійснювати контроль за ходом впровадження програми оптимізації витрат в діяльність підприємства та її подальшим функціонуванням;
- директор з маркетингу повинен нести відповідальність за оптимізацію витрат компанії у сфері реалізації продукції, робіт і послуг та здійснювати контроль за її ходом;
- керівник планово-економічного відділу зобов'язується представити Генеральному директору розрахунки планових показників роботи для кожного виду робіт та послуг, що надаються ПАТ «Готель «Прем'єр Палац»;
- керівникам інших відділів дається завдання контролювати хід здійснення програми оптимізації витрат на відповідному рівні.

Таким чином, основою механізму впровадження заходів оптимізації витрат в діяльність товариства є делегування повноважень та чітке закріплення виконавців.

На наступному етапі відповідними відповідальними особами повинен розроблятися (затверджуватися) план (графік) проведення запланованих заходів. Тобто, на даному етапі повинні встановитися чіткі терміни виконання підприємством того чи іншого заходу з програми оптимізації витрат та коло безпосередніх виконавців.

Основна проблема підприємства, як показав попередній аналіз, полягає у чистому прибутку, а, вірніше, у його відсутності. Саме з цього і походять всі інші проблеми підприємства, особливо пов'язані з надто низьким рівнем фінансової стійкості та платоспроможності. Отже, у даному напрямі також варто вдосконалювати управлінську діяльність. Зокрема, основними завданнями управління прибутком на ПАТ «Готель «Прем'єр Палац» мають стати наступні:

1. Виявлення і застосування шляхів виходу зі збиткової діяльності.

2. Виявлення резервів нарощування обсягів доходу від реалізації за рахунок збутової діяльності, інвестиційних і фінансових операцій.

3. Пошук резервів збільшення операційних доходів за рахунок оптимізації постійних і змінних витрат, обґрунтування облікової і цінової політик підприємства.

4. Оцінювання прибутковості функціонування і визначення підприємницького ризику.

5. Зміцнення конкурентних позицій підприємства за рахунок підвищення ефективності розподілу і використання прибутку.

Необхідною умовою вдосконалення процесу формування і використання прибутку підприємства є розрахунок потреби в ньому. Економічне обґрунтування прибутку має здійснюватися на основі детального планування окремих напрямів використання засобів для досягнення стратегічних цілей діяльності ПАТ «Готель «Прем'єр Палац». Крім того, такий розрахунок має підкріплюватися реальними можливостями підприємства відносно отримання необхідної суми прибутку.

Важливим напрямом стратегічного планування діяльності є врахування всіх факторів і аспектів подальшого розвитку підприємства для повного і обґрунтованого визначення величини прибутку і забезпечення належного рівня прибутковості.

Оскільки ж, як вже відзначалося, на протязі досліджуваного періоду ПАТ «Готель «Прем'єр Палац» взагалі не отримував чистого прибутку, то першочерговим напрямом підвищення інвестиційної привабливості підприємства вважаємо збільшення обсягів реалізації продукції.

Виходячи з того, що основна діяльність ПАТ «Готель «Прем'єр Палац» досить вузькоспеціалізована, то одними із основних шляхів збільшення обсягів реалізації можуть стати розширення асортименту додаткових послуг, що надаються готелем і активізація збутової діяльності. Останнім часом, як показав проведений аналіз, певні кроки у напрямі активізації збутової діяльності вже були зроблені готелем, проте цього недостатньо. Саме тому

необхідно шукати нові шляхи і можливості нарощування обсягів доходів від реалізації за рахунок комплексу маркетингу. Отже, вважаємо за необхідне розробити програму маркетингу і впровадити її за допомогою комплексу маркетингових заходів.

Важливе місце в роботі з нарощування обсягів доходів від реалізації на ПАТ «Готель «Прем'єр Палац» мають займати міри зі стимулювання збуту відносно клієнтів, споживачів та збутового персоналу, наслідком яких має стати:

- розширення співробітництва з турфірмами, організаторами різного роду масових заходів, з'їздів, конференцій тощо;
- розширення частки підприємства на ринку готельних і супутніх послуг міста Києва;
- розширення асортименту супутніх послуг.

Отже, ми визначили цілий ряд напрямів та перелік заходів, які мають бути реалізовані в процесі діяльності ПАТ «Готель «Прем'єр Палац» задля підвищення інвестиційної привабливості підприємства. В той же час, для визначення доцільності реалізації вказаних заходів слід обґрунтувати ефективність їх впровадження.

3.2. Оцінка ефективності впровадження розроблених заходів

В процесі проведення дослідження нами були намічені основні напрями, в яких має відбуватися удосконалення управлінської діяльності ПАТ «Готель «Прем'єр Палац» з метою підвищення інвестиційної привабливості підприємства. Зокрема, такими напрямами є наступні:

- впровадження стратегічного менеджменту;
- підвищення ринкової вартості підприємства;
- вдосконалення управління витратами;
- підвищення ефективності управління збутовою діяльністю;

- вдосконалення управління прибутком.

Діяльність підприємства по кожному із наведених напрямів має супроводжуватися здійсненням ряду конкретних заходів, перелік яких має встановлюватися з урахуванням завдань, які необхідно виконати. Саме тому представимо перелік конкретних завдань по кожному з наведених напрямів у табл. 3.2.

Таблиця 3.2

Перелік завдань з підвищення інвестиційної привабливості ПАТ «Готель «Прем'єр Палац» за кожним напрямом

Напрям	Перелік завдань для виконання
1	2
Стратегічний менеджмент	Розробити політику залучення інвестицій
	Розробити стратегію економічного розвитку
	Розробити фінансову стратегію
Підвищення ринкової вартості	Запровадження планування оборотних активів
	Вибір оптимальної стратегії фінансування оборотних активів
	Забезпечення платоспроможності
	Забезпечення прийнятного обсягу, структури і рентабельності оборотних коштів
	Підвищення конкурентоспроможності підприємства
Управління витратами	Розробка загальної програми оптимізації витрат
	Вдосконалення фінансової та іншої діяльності у напрямі зниження обсягів витрат
	Обґрунтування цінової політики

Продовження табл. 3.2

1	2
Управління прибутком	Виявлення резервів нарощування обсягів доходу від реалізації
	Підвищення рентабельності діяльності
Управління збутом	Розробка програми маркетингу
	Стимулювання збуту
	Розширення асортименту супутніх послуг

Джерело: розроблено автором

Отже, ми визначили перелік завдань, які мають бути виконані ПАТ «Готель «Прем'єр Палац» задля підвищення інвестиційної привабливості. При цьому, для кожного напряму має встановлюватися перелік конкретних заходів, за допомогою яких мають реалізуватися поставлені завдання. Однак

спершу мають бути визначені відповідальні за діяльність по кожному з напрямів підвищення інвестиційної привабливості підприємства (табл. 3.3).

Таблиця 3.3

Встановлення відповідальних осіб та термінів виконання завдань кожного з напрямів підвищення інвестиційної привабливості ПАТ «Готель «Прем'єр Палац»

Завдання	Відповідальна особа	Кінцевий термін виконання
1	2	3
Стратегічний менеджмент		
Розробити політику залучення інвестицій	Фінансовий директор	10.01.2018
Розробити стратегію економічного розвитку		01.04.2018
Розробити фінансову стратегію		01.04.2018
Підвищення ринкової вартості		
Запровадження планування оборотних активів	Керівник планово-економічного відділу	10.01.2018
Вибір оптимальної стратегії фінансування оборотних активів	Фінансовий директор	01.04.2018
Забезпечення платоспроможності	Керівник планово-економічного відділу	31.12.2018
Забезпечення прийнятного обсягу, структури і рентабельності оборотних коштів		31.12.2018
Підвищення конкуренто-спроможності підприємства		31.12.2018

Продовження табл. 3.3

1	2	3
Управління витратами		
Розробка загальної програми оптимізації витрат	Керівник планово-економічного відділу	01.04.2018
Вдосконалення фінансової та іншої діяльності у напрямі зниження обсягів витрат		31.12.2018
Обґрунтування цінової політики	Фінансовий директор	01.04.2018
Управління прибутком		
Виявлення резервів нарощування обсягів доходу від реалізації	Керівник відділу збуту	01.04.2018
Підвищення рентабельності діяльності	Керівник планово-економічного відділу	31.12.2018

Управління збутом		
Розробка програми маркетингу	Керівник відділу збуту	01.04.2018
Стимулювання збуту		10.01.2018
Розширення асортименту супутніх послуг		01.04.2018

Джерело: розроблено автором

Оскільки 2017 рік, фактично, вже добігає кінця, то основні зміни пропонується здійснювати, починаючи з 2018 року і, при цьому, як мінімум, з другого кварталу 2018 року. Таким чином, менеджери ПАТ «Готель Прем'єр Палац» матимуть час не лише на розробку нових управлінських підходів, політик, стратегій тощо, а й на обговорення їх на Загальних зборах акціонерів з метою схвалення прийнятих стратегічних рішень всіма власниками підприємства.

Ті ж завдання, які вимагають покращення показників діяльності підприємства і, зокрема, підвищення рівня його платоспроможності, конкурентоспроможності тощо повинні бути виконані до завершення 2018 року. Тобто, мається на увазі, що результати управлінських рішень, спрямованих на виконання вказаних завдань, повинні бути помітними вже у річній звітності ПАТ «Готель «Прем'єр Палац» за 2018 рік.

Отже, ми сформували перелік відповідальних осіб та кінцевих термінів виконання завдань кожного з напрямів підвищення інвестиційної привабливості ПАТ «Готель «Прем'єр Палац». Деталізовані розробки стратегій, політик, управлінських методик тощо має проводитися вже вказаними відповідальними особами. При цьому, він повинен будуватися з урахуванням можливості зміни планів та управлінських рішень у разі необхідності.

В той же час, вважаємо за необхідне оцінити ефективність пропонованих нами заходів, для чого, перш за все, варто визначитися із сумами витрат. Спочатку визначимо суму необхідних додаткових витрат на впровадження стратегічного менеджменту. Впровадження стратегічного менеджменту на підприємстві полягає, перш за все, у визначенні стратегічних цілей і завдань діяльності. Дана робота може здійснюватися

особисто директором, може реалізовуватися на спільному засіданні керівників підприємства на основі детального аналізу не лише попередніх результатів діяльності готельного господарства, але і оточуючого середовища (економічного середовища, конкурентів, попиту, споживачів, постачальників тощо). Тобто, додаткових затрат у даному випадку не передбачається.

Наступним пунктом дій є призначення відповідального за розробку стратегічних планів. В даному випадку, з нашої точки зору, створювати нове робоче місце для вказаної діяльності недоцільно, оскільки даними обов'язками можна просто доповнити посадову інструкцію фінансового директора ПАТ «Готель «Прем'єр Палац» і посадові інструкції працівників фінансового відділу.

У той же час, варто розуміти, що додаткове навантаження працівників відділу може вплинути на якість виконуваної ними роботи, а тому можна незначно підвищити заробітну плату співробітників (або ж преміювати їх у тому періоді, в якому буде здійснюватися стратегічний аналіз і формування стратегічних планів. Наприклад, одноразову премію співробітникам відділу можна видати у розмірі 20 % посадового окладу, а фінансовому директору – в розмірі 50 % окладу.

Оскільки стратегічне планування не вимагає постійного моніторингу і контролю показників, то роботу з контролю реалізації стратегічних планів варто проводити періодично (приблизно один раз в квартал). Те ж можна сказати і щодо корегування стратегічних планів, їх доповнення і внесення істотних змін. Тобто, можна припустити, що в наступних періодах преміювати співробітників відділу додатково не буде потреби.

Наступним кроком впровадження стратегічного менеджменту в компанії є розробка внутрішніх документів щодо методики, процедур та інструментів стратегічного аналізу і планування. Дана робота, знову-таки, повинна проводитися співробітниками фінансового відділу на чолі з

фінансовим директором, а ось затверджуватися ці документи повинні вже генеральним директором.

Що стосується витрат на зазначену діяльність, то вони можуть бути досить різними залежно від того, яким чином будуть формуватися документи. Зокрема, якщо підготовкою документів займуться співробітники ПАТ «Готель «Прем'єр Палац», то це не буде йому нічого коштувати додатково. Якщо ж для розробки зазначеної документації буде залучатися якась консалтингова компанія, то в середньому доведеться заплатити за пакет документів близько 15 тис. грн (виходячи з середніх розцінок, що діють у даній сфері).

Важливою статтею витрат у даному випадку буде придбання необхідного програмного забезпечення для автоматизованого проведення аналізу і розрахунку необхідних показників, якщо генеральним директором буде схвалена саме така методика в якості основної.

Крім того, необхідними будуть також витрати на папір, чорнило, поширення прикладів документів серед співробітників для ознайомлення. Також необхідними будуть і витрати на навчання персоналу. З метою економії коштів дане навчання можна провести за допомогою серії тренінгів в кінці робочого дня, хоча можливо також і відправити кілька людей на курси підвищення кваліфікації.

Для здійснення контролю за процесами стратегічного аналізу і планування також не будуть потрібні значні додаткові витрати. Основними статтями витрат у даному випадку будуть витрати часу на розробку документів управлінської звітності, витрати на папір, електронний супровід тощо.

Таким чином, впровадження стратегічного менеджменту в діяльності компанії за прогнозними підрахунками обійдеться їй в 92 тис. грн. Варто зазначити, що даний вид витрат підприємства розрахований на перспективу і не варто очікувати миттєвої віддачі від інвестицій в сферу стратегічного менеджменту. У той же час, як вже зазначалося, вважаємо необхідними такі

інвестиції, оскільки вони спрямовані на довгострокове вдосконалення системи управління і, зокрема, прийняття управлінських рішень, а адже саме від якості та своєчасності управлінських рішень залежить, в кінцевому підсумку, і інвестиційна привабливість всього підприємства в цілому.

Наступним напрямом підвищення інвестиційної привабливості ПАТ «Готель «Прем'єр Палац» було нами визначено підвищення ринкової вартості підприємства. Основними завданнями даного напряму, як вже відзначалося, мають бути наступні:

- запровадження планування оборотних активів;
- вибір оптимальної стратегії фінансування оборотних активів;
- забезпечення платоспроможності;
- забезпечення прийнятного обсягу, структури і рентабельності оборотних коштів;
- підвищення конкурентоспроможності підприємства.

В даному випадку завдання фінансового директора, тобто вибір оптимальної стратегії фінансування оборотних активів, не потребуватиме додаткових коштів, оскільки воно має виконуватися в комплексі із завданнями впровадження стратегічного менеджменту. Що ж стосується завдань для планово-економічного відділу і, зокрема, його керівника, то в даному випадку додаткові витрати просто необхідні.

По-перше, це будуть витрати на інформаційно-аналітичне забезпечення впровадження планування оборотних активів, тобто на придбання необхідної літератури, посібників чи передплату спеціалізованих періодичних видань. За приблизними оцінками керівництва ПАТ «Готель «Прем'єр Палац» дана стаття витрат потребуватиме до 10 тис. грн. на рік.

Наступною статтею витрат мають стати витрати на вдосконалення програмного забезпечення, тобто на створення можливості працівникам планово-економічного відділу проводити автоматизовані розрахунки в рамках планування оборотних активів. Для цього необхідно буде звернутися до спеціалізованої компанії з метою удосконалення наявного на ПАТ «Готель

«Прем’єр Палац» програмного забезпечення. Ці витрати, як вважається, стануть основними у даному напрямі і можуть скласти до 20 тис. грн.

Наступними є витрати на розхідні матеріали. В даному випадку мова йде про папір, на якому друкуватимуться затверджені методики і положення щодо планування оборотних активів задля ознайомлення з ними всіх відповідальних осіб. Крім того, до даної статті відносяться й інші витрати: чорнило для принтера, канцелярське приладдя, папки тощо. В цілому, пропонується обмежити витрати за даною статтею трьома тисячами грн.

Що ж стосується таких завдань, як підвищення конкурентоспроможності, забезпечення ліквідності та прийнятного обсягу, структури і рентабельності оборотних коштів, то в цьому напрямі конкретні завдання мають встановлюватися вже співробітниками підприємства. Додаткових же витрат, з нашої точки зору, ця діяльність мати не повинна, оскільки прийняття рішень у вказаних напрямах і так належить до посадових обов’язків відповідних працівників.

Наступним напрямом підвищення інвестиційної привабливості ПАТ «Готель «Прем’єр Палац» нами визначено вдосконалення управління витратами і, зокрема, розробку загальної програми оптимізації витрат та обґрунтування цінової політики.

Стосовно цінової політики, то тут, на нашу думку, додаткових затрат на оплату праці фінансового відділу бути не повинно, оскільки це одне з його основних завдань. Проте обґрунтування цінової політики потребуватиме витрат на розхідні матеріали у зв’язку з необхідністю доведення її до відома усіх співробітників підприємства і споживачів його послуг. Розхідні матеріали, тобто канцелярське приладдя, потребуватиме коштів більше, аніж у попередньому випадку, оскільки доведеться доводити інформацію і до кожного клієнта готелю. Отже, витрати в даному випадку, за приблизними оцінками керівництва ПАТ «Готель «Прем’єр Палац» становитимуть до 6 тис. грн.

Наступна стаття витрат – зміна інформації на всіх інтернет-ресурсах підприємства, тобто на офіційному сайті, сторінках у соціальних мережах і, що найважливіше, на рекламних банерах, листівках, плакатах, проспектах тощо. В даному випадку необхідними будуть набагато значніші витрати – до 30 тис. грн., як мінімум.

Що стосується розробки загальної програми оптимізації витрат, то оскільки дане завдання покладено на планово-економічний відділ і, зокрема, його керівника, то даних працівників варто буде преміювати за проведену додаткову роботу. Розмір премій, як і у випадку з фінансовим відділом, можна встановити на рівні 20 % посадового окладу для співробітників і 50 % - для керівника. Таким чином, загальні витрати складуть до 15 тис. грн.

Аналогічним чином необхідними будуть додаткові витрати на розхідні матеріали. Зокрема, за оцінками керівництва підприємства, вистачить коштів у сумі 2 тис. грн.

Що стосується такого напряму підвищення інвестиційної привабливості ПАТ «Готель «Прем'єр Палац», як управління прибутком, то в даному випадку ніяких додаткових затрат, на нашу думку, не буде виникати. Просто кожен відділ і працівник виконуватиме свою роботу і прийматиме управлінські рішення, виходячи із завдань формування позитивного кінцевого фінансового результату діяльності і підвищення рентабельності функціонування підприємства.

Наступний напрям підвищення інвестиційної привабливості ПАТ «Готель «Прем'єр Палац» полягає у вдосконаленні управління збутом. В цьому напрямі основними завданнями нами визначені наступні:

- розробка програми маркетингу;
- стимулювання збуту;
- розширення асортименту супутніх послуг.

Перелік конкретних заходів по кожному з вказаних напрямів має розроблятися власне підприємством з урахуванням усіх деталей його функціонування. В той же час, нами пропонуються два комплексних

рішення, спрямованих на підвищення обсягів доходів від реалізації ПАТ «Готель «Прем'єр Палац» і зниження обсягів його дебіторської заборгованості:

- налагодження співробітництва з туристичними фірмами, організаторами різноманітних конференцій, з'їздів, зустрічей тощо;
- розробка системи знижок клієнтам, які отримують послуги з відстрочкою платежу, при умові оплати послуг по факту їх надання.

По-перше, це налагодження співпраці з різноманітними підприємствами та особами, які займаються організованим перевезенням або ж зібранням людей у місті Києві. Для цього необхідними будуть:

- представницькі витрати;
- організаційні витрати;
- розхідні матеріали;
- витрати на рекламу.

Розпишемо більш детально необхідні суми коштів за кожною зі статей витрат. Так, представницькі витрати потребуватимуть коштів на проведення ділових обідів, виїздів до потенційних партнерів, переговорів тощо. Розмір представницьких витрат на протязі року може досягти 15 тис. грн.

Організаційні витрати полягають на внутрішньо фірмове діловодство, проведення телефонних переговорів та ін. За оцінками керівництва ПАТ «Готель «Прем'єр Палац» дана стаття витрат може скласти до 8 тис. грн. на рік.

Витрати на розхідні матеріали, за приблизними оцінками, можуть досягти 5 тис. грн. на рік – на друкарський папір, чорнило для принтера, канцелярське приладдя та ін.

Найвагоміша стаття витрат у даному випадку – рекламні матеріали. Так, для максимально можливих обсягів налагодження співробітництва та розширення мережі потенційних клієнтів просто необхідно підготувати рекламно-інформаційні буклети з чіткими пропозиціями та підкресленням основних переваг користування послугами ПАТ «Готель «Прем'єр Палац».

На вказані цілі потрібно буде не менше 35 тис. грн. з урахуванням послуг агентства, яке розроблятиме дизайн та поліграфії, що здійснюватиме друк.

Що стосується другого пропонованого нами заходу, тобто розробки системи знижок клієнтам, які отримують послуги з відстрочкою платежу, при умові оплати послуг по факту їх надання. В даному напрямі додатковими будуть лише організаційні затрати та витрати на розхідні матеріали для забезпечення інформування усіх таких клієнтів про можливість отримання знижки.

В цілому, як оцінюють керівники ПАТ «Готель «Прем'єр Палац», загальна сума додаткових витрат для реалізації пропонованого заходу може скласти близько 10 тис. грн. на рік.

Таким чином, ми визначили перелік основних витрат та їх суми, які необхідні для виконання переліку розроблених нами завдань по кожному з визначених напрямів підвищення інвестиційної привабливості підприємства.

Тепер варто визначитися із очікуваними результатами впровадження розроблених заходів та виконання поставлених завдань в напрямі підвищення інвестиційної привабливості ПАТ «Готель «Прем'єр Палац».

Стосовно до зміни доходу від реалізації робіт і послуг підприємства, то за приблизними оцінками фахівців ПАТ «Готель «Прем'єр Палац» вже в перший рік буде отриманий додатковий дохід від поліпшення управління та розширення клієнтської бази в обсязі 6 %. Тобто, очікувана сума додаткового доходу становить 13502 тис. грн.

Таким чином, очікувані доходи значно перевищуватимуть понесені витрати. У той же час варто розуміти, що значна частина витрат буде здійснюватися лише одноразово і в наступних періодах окремі статті витрат взагалі не будуть виникати. Необхідні будуть лише витрати на підтримання вдосконаленої системи управління на підприємстві.

В той же час варто розуміти і те, що вказаний нами перелік додаткових витрат значно обмежений, оскільки переважно враховує лише загальні витрати. Натомість, перелік конкретних заходів, який розроблятиметься

працівниками підприємства, значно розширить перелік витрат і, що головне, призведе до збільшення їх суми навіть у кілька разів.

Тому й очікується такий значний дохід від реалізації пропонованих заходів, адже враховуються й очікувані результати тих заходів, які лише будуть розроблятися в рамках визначених нами напрямів підвищення інвестиційної привабливості ПАТ «Готель «Прем’єр Палац».

Таким чином, економічне обґрунтування необхідності впровадження пропонованих нами заходів дозволило зробити висновки про їх достатню ефективність, а тому вони можуть рекомендуватися до практичного впровадження на ПАТ «Готель «Прем’єр Палац».

ВИСНОВКИ

Сучасна надзвичайна динамічність вітчизняного ринкового середовища, яка супроводжується нарощуванням масштабів конкуренції, в тому числі і міжнародної, зростанням вимог споживачів до товарів і послуг, а також нестабільністю фінансово-економічної ситуації в країні вимагає від господарюючих суб'єктів чимраз більших фінансових вкладень задля забезпечення стабільного прибуткового функціонування, не кажучи вже про розвиток діяльності. Саме наявність інвестиційної привабливості є основним чинником приваблення інвестиційних вкладень у розвиток діяльності суб'єкта господарювання. Інвестиційна привабливість підприємства є певною узагальнюючою характеристикою доцільності вкладання коштів з позиції певного інвестора.

Можливість залучення інвестицій залежить від розуміння та врахування інтересів партнерів, від можливості розглядати об'єкт інвестування з позиції інвестора та оцінити його інвестиційну привабливість. Підприємство також зацікавлене в підвищенні рівня інвестиційної привабливості: кожен суб'єкт господарювання прагне розвивати своє виробництво, підвищувати конкурентоспроможність продукції та підприємства загалом.

Отже, реальні та фінансові інвестори розглядають інвестиційну привабливість підприємства по-різному, вкладаючи у цю категорію відмінне змістове наповнення, залежно від їхніх пріоритетних цілей.

Формування та підвищення інвестиційної привабливості підприємства визначається на державному, регіональному і галузевому рівнях, на рівні конкретного підприємства. Для адекватної оцінки рівня інвестиційної привабливості конкретного підприємства необхідно враховувати всі елементи, що впливають на той чи інший рівень. Ступінь інвестиційної привабливості підприємства є індикатором, показання якого дозволяють

зробити висновки потенційним інвесторам про необхідність і доцільність вкладення фінансових засобів саме в даний об’єкт.

Здійснення оцінки інвестиційної привабливості є важливим етапом, що передує розробці комплексу заходів з підвищення інвестиційної привабливості підприємства. Оцінка інвестиційної привабливості вимагає сформувати підхід до методики аналізу підприємства залежно від суб’єктів інвестиційного процесу та наповнити її конкретними показниками з метою прийняття управлінських рішень.

Всі розроблені у вітчизняній та світовій практиці методики оцінки інвестиційної привабливості по відношенню до джерела вихідної інформації можна умовно поділити на три великі групи:

1) методики, що ґрунтуються на різноманітних оцінках експертів;

2) методики, що ґрунтуються на статистичній інформації;

3) комбіновані методики, що ґрунтуються на експертно-статистичних розрахунках.

Існування значної кількості методик оцінки інвестиційної привабливості підприємства жодним чином не наближує розробку єдиної уніфікованої системи оцінки. Крім того, кожна з розроблених методик має як переваги, так і недоліки.

Вибір того чи іншого методу оцінювання залежить від конкретної мети, яку ставить перед собою інвестор, визначаючи інвестиційну привабливість об’єкта інвестування.

Інвестиційна привабливість є складним економічним станом (явищем), яке формується сукупним впливом окремих факторів. Кількість факторів може бути різною і різноманітною залежно від того, про підприємство якої сфери йде мова. Деякі фактори можуть бути більш значущими, інші – менш, однак вся їх сукупність повинна враховуватися при аналізі інвестиційної привабливості суб’єкта господарювання.

Важливими є такі фактори, які враховуються при прийнятті інвестором рішення, щодо вкладання коштів в підприємство, але не є визначальними. До

таких факторів можна віднести різноманітні фінансові, економічні, майнові та ринкові характеристики підприємства та середовища, в якому воно функціонує.

Фактори слабкого впливу є такими, що безпосередньо не враховуються при прийнятті інвестором рішення, але є складовими фінансово-виробничої системи та інвестиційного середовища, в якому працює підприємство та опосередковано за певних умов можуть впливати на його інвестиційну привабливість. До таких факторів можна віднести рівень екологічної чистоти середовища, якість відносин з банківськими установами тощо.

Отже, перелік факторів формування інвестиційної привабливості підприємства готельного господарства досить значний і може розширюватися й надалі. Навіть при докладанні максимальних управлінських зусиль готельні підприємства в жодному разі не зможуть забезпечити повне врахування їх впливу.

Для досягнення мети дипломної роботи нами проводилося дослідження на матеріалах діяльності ПАТ «Готель «Прем'єр Палац» - готелю, збудованого ще на початку ХХ ст. у самому серці столиці України – міста Києва. Основними видами діяльності підприємства є:

- надання готельних послуг;
- послуги ресторанного бізнесу та фітнес центру;
- купівля (продаж) цінних паперів через уповноважених емітентом юридичних осіб;
- здавання в оренду рухомого та нерухомого майна.

Органами управління ПАТ «Готель «Прем'єр Палац» є: Загальні збори акціонерів, Наглядова рада та Генеральний директор. Контроль за фінансово-господарською діяльністю Генерального директора підприємства здійснює Ревізійна комісія.

Досліджуване підприємство готельного бізнесу має цілий ряд значних переваг задля того, аби не просто стабільно функціонувати, але й розширювати обсяги своєї діяльності. Проте питання викликають показники

фінансової звітності підприємства і, зокрема, збиткова діяльність впродовж тривалого періоду часу. Так, в ході аналізу фінансово-економічних показників ПАТ «Готель «Прем'єр Палац» були виявлені наступні проблеми:

- відсутність оновлення основних фондів у достатньому обсязі;
- зростання обсягів дебіторської заборгованості за продукцію, товари, роботи і послуги;
- від'ємний показник власного капіталу;
- постійне нарощування обсягів довгострокових кредитів;
- віднесення занадто значних сум до інших поточних зобов'язань, що породжує сумніви з приводу законності дій менеджменту підприємства;
- абсолютна залежність підприємства від зовнішніх джерел фінансування;
- збиткова фінансова діяльність і діяльність в цілому.

В результаті було зроблено висновок про необхідність пошуку шляхів підвищення ефективності господарської діяльності підприємства з метою підвищення його інвестиційної привабливості.

В процесі проведення дослідження нами були намічені основні напрями, в яких має відбуватися удосконалення управлінської діяльності ПАТ «Готель «Прем'єр Палац» з метою підвищення інвестиційної привабливості підприємства. Зокрема, такими напрямами є наступні:

- впровадження стратегічного менеджменту;
- підвищення ринкової вартості підприємства;
- вдосконалення управління витратами;
- підвищення ефективності управління збутовою діяльністю;
- вдосконалення управління прибутком.

В контексті кожного з напрямів були визначені конкретні завдання, перелік відповідальних осіб та кінцем терміни виконання. Крім того, нами були розроблені кошториси загальних витрат на виконання завдань кожного з напрямів.

Економічне обґрунтування необхідності впровадження пропонованих нами заходів дозволило зробити висновки про їх достатню ефективність, а тому вони можуть рекомендуватися до практичного впровадження на ПАТ «Готель «Прем'єр Палац».

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

Онови, будь ласка, літературу.

1 Андраш О. А. Оцінка інвестиційної привабливості підприємств туристичної галузі / О.А. Андраш // Вісник НТУ «ХПІ». Тематичний випуск : Технічний прогрес і ефективність виробництва. – 2010. – № 8. – С. 3–12.

2 Андраш О. А. Моделювання розвитку інвестиційної привабливості підприємств готельного господарства в межах оцінки її рівня / О. А. Андраш // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. – 2011. – № 5 (50). – С. 221–226.

3 Аранчій Д. С. Інвестиційна привабливість підприємств : сутність, фактори впливу та оцінка існуючих методик аналізу / Д. С. Аранчій, С. А. Гончаренко // Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. – 2011 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://pdaa.edu. ua/sites /default/files / nppdaa/3.2/59.pdf

4 Бандурин А. В. Деятельность корпораций / А. В. Бандурин. – М. : Буквица, 2009. – 600 с.

5 Бланк И. А. Инвестиционный менеджмент / И. А. Бланк. – К. : Эльга-Н, Ника- Центр, 2011. – 448 с.

6 Бланк И. А. Стратегия и тактика управления финансами / Бланк И. А. – К. : МП «ИТЕМ, Лтд», «АДЕФ-Украина», 2006. – 534 с.

7 Бовш Л. А. Основні аспекти формування інвестиційної привабливості підприємств готельного господарства України / Л. А. Бовш // Електронний ресурс. – Режим доступу : file:///C:/Users/Admin/Downloads/Torg_2010 _11_30.pdf

8 Брюховецька Н. Ю. Інвестиційна привабливість публічного акціонерного товариства : теорія та практика : монографія / Н. Ю. Брюховецька, О. В. Хасанова ; НАН України, Ін-т економіки пром-сті. – Київ : ІЕП НАН України, 2015. – 211 с.

9 Брюховецька Н. Ю. Оцінка інвестиційної привабливості підприємства : визначення недоліків деяких існуючих методик / Н. Ю. Брюховецька, О. В. Хасанова // Економіка промисловості. – 2009. – № 44. – С. 15-21.

10 Валірунова Л. С. Інвестування : [підручник для ВУЗів] / Л. С. Валірунова, О. Б. Казакова. – М. : Волтерс Клівер, 2010. – 448 с.

11 Гайдуцький А. П. Оцінка інвестиційної привабливості економіки / А. П. Гайдуцький // Економіка і прогнозування. – 2004. – № 3. – С. 119–128.

12 Гончаров В. М. Інвестиційна привабливість підприємств : організація оцінки, напрями підвищення : монографія / В. М. Гончаров, М. М. Білоусова, В. Ю. Припотень ; Луган. нац. аграр. ун-т, Донбас. держ. техн. ун-т. – Луганськ : Прес-експрес, 2014. – 159 с.

13 Гончарук А. Г. Інвестиційна привабливість промислового підприємства як об’єкт управління / А. Г. Гончарук, А. А. Яцик // Економіка харчової промисловості. – 2011. – № 4. – С. 29–33.

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

15 Грідасов В. М. Вдосконалення системи оцінки інвестиційної привабливості підприємства з точки зору зовнішнього інвестора / В. М. Грідасов, А. І. Кофонова // Вісник Запорізького національного університету. – 2010. – № 3. – С. 180–184.

16 Данілова Л. Оцінка інвестиційної привабливості як критерій визначення ефективності дивідендної політики металургійних підприємств / Л. Данілова, І. Кулик // Економічний аналіз. – 2012. – Випуск 11, ч. 2. – С. 171–177.

17 Дацій Н. В. Соціальні засади інвестування національної економіки : монографія / Н. В. Дацій, С. О. Корецька / НАН України ; Рада по вивченню продуктивних сил України. – Донецьк : Юго-Восток, Лтд, 2007. – 328 с.

18 Деньга С. М. Бухгалтерська модель підприємства : генетичний аспект / С. М. Деньга // Економічний і соціальний розвиток України в 21 столітті: національна ідентичність та тенденції глобалізації [2-га міжнародна науково-практична конференція молодих вчених] : збірник тез доповідей. – Тернопіль: Економічна думка. – 2005. – С. 355–357.

19 Жихор О. Б. Інвестиційна привабливість підприємства як об’єкт управління / О. Б. Жихор, М. М. Москвич // Інвестиції : практика та досвід. – 2012. – № 22. – С. 15-21.

20 Иванов В. А. Сравнительный анализ методик оценки инвестиционной привлекательности предприятия / В. А. Иванов, К. Г. Авакян // Вестник Удмуртского университета. Экономика и право. – 2010. – Выпуск 3. – С. 22–28.

21 Інвестиційна привабливість аграрно-промислового виробництва регіонів України / П. Т. Саблук ; Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки». – К., 2005. – 478 с.

22 Інвестиційна привабливість Західного регіону України : монографія / [Іщук С. О. та ін. ; наук. ред. Іщук С. О.] ; НАН України, Ін-т регіон. дослідж. – Л., 2011. – 212 с.

23 Інвестиційна привабливість регіонів України за умов інтеграції до СОТ : монографія / [Заблодська І. В., Шаповалова О. М., Харитонова О. С., Клюс І. В.] ; Луган. філ. Ін-ту екон.-прав. дослідж. НАН України, Східоукр. нац. ун-т ім. В. Даля. – Луганськ : Ноулідж, 2010. – 181 с.

24 Інвестиційна привабливість ресурсного потенціалу торговельного підприємства : монографія / Я. Д. Качмарик [та ін.] ; Укоопспілка, Львів. комерц. акад. – Л. : Піраміда, 2012. – 167 с.

25 Калантай А. Оцінка стану інвестиційної привабливості підприємства на основі фінансової звітності / А. Калантай // Економічний аналіз. – 2012. – Випуск 10, Ч. 4. – С. 126–130.

26 Катан Л. І. Оцінка інвестиційної привабливості підприємства / Л. І. Катан, К. С. Хорішко // Інвестиції : практика та досвід. – 2010. – № 15. – С. 22–24.

27 Ковальова Н. Л. Проблеми підвищення інвестиційної привабливості підприємств / Н. Л. Ковальова // Экономика и маркетинг в XXI веке. – 2008. – № 4. – С. 55–57.

28 Козаченко Г. В. Управління інвестиціями на підприємстві : навч. посіб. / Г. В. Козаченко, О. М. Антіпов, О. М. Ляшенко, Г. І. Дібніс. – К. : Лібра, 2004. – 368 с.

29 Коупленд Т. Стоимость компаний : оценка и управление / Т. Коупленд, Т. Коллер, Дж. Мурин ; пер. с англ. – 3-е изд., перераб. и доп.– М. : ЗАО «Олимп-Бизнес», 2005. – 576 с.

30 Кошельок Г. В. Сучасні підходи до оцінювання інвестиційної привабливості промислових підприємств / Г. В. Кошельок // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – № 5, Т. 3. – С. 94–98.

31 Коюда В. О. Основи інвестиційного менеджменту : навч. посібник / В. О. Коюда, Т. І. Лепейко, О. П. Коюда. – К. : Кондор, 2008. – 340 с.

32 Крамаренко К. М. Інвестиційна привабливість підприємства та методичні підходи до її визначення / К. М. Крамаренко // Причорноморські економічні студії. – 2016. – Випуск 10. – С. 101–104.

33 Крылова Э. И. Анализ финансового состояния и инвестиционной привлекательности предприятия : учеб. пособие / Э. И. Крылова, В. М. Власова, М. Г. Егорова. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 192 с.

34 Кулініч Т. В. Інвестиційна привабливість виробничо-господарських структур регіону (методи оцінки та регулювання) : монографія / Т. В. Кулініч ; НАН України, Ін-т регіон. дослідж. – Л., 2010. – 210 с.

35 Лівошко Т. В. Інвестиційна привабливість підприємств // Т. В. Лівошко, К. І. Моргунова // Економічний вісник Запорізької державної

інженерної академії. – 2013 [Електронний ресурс]. – http://www.zgia.zp.ua/gazeta/ evzdia_4_101.pd

36 Майданевич П. М. Інвестиційна привабливість підприємств аграрного сектору : теорія, методологія, практика : монографія / П. М. Майданевич ; Сум. нац. аграр. ун-т. – Сімф. : АРІАЛ, 2011. – 386 с.

37 Макаренко Ю. П. Інвестиційна поведінка та привабливість суб'єктів господарювання в економіці : монографія / Ю. П. Макаренко, О. В. Родіонов, О. А. Галич. – Полтава, 2011. – 359 с.

38 Макарій Н. Оцінка інвестиційної привабливості українських підприємств / Н. Макарій // Економіст. – 2011. – № 10. – С. 52–61.

39 Малова Т. Л. Комплексний підхід до визначення інвестиційної привабливості акціонерного підприємства / Т. Л. Малова, Л. С. Селіверстова // Актуальні проблеми економіки. – 2006. – № 4. – С. 14–19.

40 Малько К. С. Інвестиційний клімат та інвестиційна привабливість України : чинники їх формування в сучасних умовах // Актуальні проблеми економіки. – 2015. – № 3 (165). – С. 100–105.

41 Мамонова К. М. Інвестиційна привабливість як необхідна складова інвестиційного процесу : концептуальні підходи до її визначення та аналізу / К. М. Мамонова // Економіка : проблеми теорії та практики : зб. наук. пр. / Дніпропетр. нац. ун-т., 2008. – Вип. 235, Т. IV. – С. 844–853.

42 Маслак О. О. Регіональні аспекти оцінювання інвестиційної привабливості як чинника стимулювання інноваційної діяльності / О. О. Маслак, Н. Р. Стасюк, В. Й. Жежуха // Регіональна економіка. – 2009. – № 3. – С. 74–79.

43 Мельник О. Г. Системи індикаторів оцінювання інвестиційної привабливості підприємств / О. Г. Мельник, Ю. Л. Логвиненко // Менеджмент та підприємництво в Україні : етапи становлення і проблеми розвитку. Вісник Нац. ун-ту «Львівська політехніка». – 2006. – № 575 – С. 141–147.

44 Мойсеєнко І. П. Інвестування : навчальний посібник. – Київ : Знання, 2006. – 490 с.

45 Момот Т. В. Інвестиційна привабливість акціонерного товариства: удосконалення сучасних методик оцінки / Т. В. Момот // Менеджер. Вісник Донецького державного університету управління. – 2005. – № 4 (34). – С. 117–122.

46 Нападовська І. В. Теоретичні та методичні аспекти дослідження інвестиційної привабливості України / І. В. Нападовська // Вісник ДонДует . – 2005. – № 4 (28).– С. 55–61.

47 Ніконова Н. В. Інвестиційна привабливість підприємств : сутність, фактори впливу та оцінка існуючих методик аналізу / Н. В. Ніконова // Економічний вісник університету. – 2017. – Випуск № 32/1. – С. 81–88.

48 Носова О. В. Інвестиційна привабливість підприємства / О. В. Носова // Стратегічні пріоритети. – 2007. – № 1 (12). – С. 120–126.

49 Носова О. В. Оцінка інвестиційної привабливості України : основні підходи / О. В. Носова // Економіка і прогнозування. – 2003. – № 3. – С.119–137.

50 Овдій Л. І. Оцінка інвестиційної привабливості підприємств за допомогою статистичних моделей / Л. І. Овдій, Я. А. Некрасова // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. – № 4. – Т. 2. – С. 184–188.

51 Олійничук В. М. Рівні інвестиційної привабливості підприємств : фактори впливу та резерви підвищення / В. М. Олійничук // Сталий розвиток економіки. – 2014. – № 1. – С. 136–142.

52 Ольшанський О. В. Обґрунтування моделі інвестиційної привабливості підприємств готельного господарства / О. В. Ольшанський, О. П. Ткаченко, А. М. Мохамед // Електронний ресурс. – Режим доступу : file:///C:/Users/Admin/Downloads/esprstp_2011_2_81.pdf

53 Пилипенко О. І. Аналіз інвестиційної привабливості підприємства : огляд методик / О. І. Пилипенко // Міжнародний збірник наукових праць. – 2010. – Вип. 1(13). – С. 324-330

54 Пилипенко О. І. Інтерпретація поняття «інвестиційна привабливість» на різних рівнях економічної системи / О. І. Пилипенко // Вісник Житомирського державного технологічного університету. – 2009. – № 3. – С. 30–34.

55 Пилитяк А. Инвестиционная привлекательность регионов Украины : социально-демографический аспект / А. Пилитяк // Экономика Украины. – 2004. – № 8. – С. 82–85.

56 Подольська В. О. Фінансовий аналіз : навчальний посібник / В. О. Подольська, О. В. Яріш. – К. : Центр навчальної літератури, 2007. – 488 с.

57 Положення «Про порядок здійснення аналізу фінансового стану підприємств, що підлягають приватизації» : Наказ Міністерства фінансів України, Фонду державного майна України від 26.01.01 № 49/121 // Електронний ресурс. – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0121-01.

58 Про затвердження Методики інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємств та організацій : наказ Агентства із запобігання банкрутству від 23.02.1998 р. № 22 // Електронний ресурс. – Режим доступу : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0214-98/page

59 Рудницька О. М. Інвестиційна привабливість підприємств / О. М. Рудницька, І. В. Марків // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2014. – Випуск 47. – С. 299–304.

60 Самігулліна Ю. Р. Управління інвестиційною привабливістю підприємства / Ю. Р. Самігулліна // Економічний вісник Донбасу. – 2010. – № 2. – С. 90–94.

61 Скляр І. Д. Рейтингова оцінка фінансового стану як складова оцінки інвестиційної привабливості підприємства / І. Д. Скляр, Ю. М. Шкодіна // Механізм регулювання економіки. – 2009. – № 2. – С. 249–253.

62 Скриньковський Р. М. Інвестиційна привабливість підприємства на мікрорівні у схемах та таблицях / Р. М. Скриньковський, Т. Б. Процюк ; Укр. акад. наук. - Хмельницький : Стасюк Л. С. [вид.], 2013. – 47 с.

63 Стирський М. В. Методичні аспекти оцінки інвестиційної привабливості ринку акцій / М. В. Стирський // Фінанси України. – 2002. – № 2. – С. 131–137.

64 Сєміколєнова С. В. Статистичне оцінювання стану та розвитку готельного господарства : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. ек. наук : спец. 08.00.10 «Статистика» / С. В. Сєміколєнова. – К., 2008. – 23 с.

65 Товстенюк О. В. Інвестиційна привабливість підприємства як об’єкт діагностики / О. В. Товстенюк // Вісник Національного університету «Львівська політехніка» // Електронний ресурс. – Режим доступу : http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/13974/1/56_381-386_Vis_727_ Menegment.pdf

66 Туріянська М. М. Розвиток інвестиційної привабливості підприємства нематеріальними активами : монографія / [М. М. Туріянська, В. Ю. Припотень, Л. П. Кас’янова, О. А. Кац]. – Луганськ : Янтар, 2009. – 96 с.

67 Управление инвестициями / [под ред. В. В. Шеремет, В. М. Павлюченко, В. Д. Шапиро и др.]. – М. : Высшая школа, 2008. – 416 с.

68 Урванцева С. В. Інвестиційна привабливість підприємства : сутність та фактори її формування / С. В. Урванцева // Молодий вчений. – 2014. – № 7 (10). – С. 85–89.

69 Федоренко В. Г. Інвестування: підручник / В. Г. Федоренко. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К. : Алерта, 2008. – 448 с.

70 Федорович Т. В. Финансовая отчетность как индикатор инвестиционной привлекательности корпорации / Т. В. Федорович // Экономический анализ : теория и практика. – 2008. – № 12 (117). – С. 29–35.

71 Феєр О. Аналіз методологічного інструментарію оцінки інвестиційної привабливості об’єкта інвестування. / О. Феєр // Економічний аналіз. – 2009. – Вип. 4. – С. 151–154.

72 Хобта В. М. Активізація і підвищення ефективності інвестиційних процесів на підприємствах : монографія / В. М. Хобта, А. В. Мєшков, О. Ю. Попова ; НАН України, Ін-т економіки промисловості, ДНТУ. – Донецьк, 2005. – 343 с

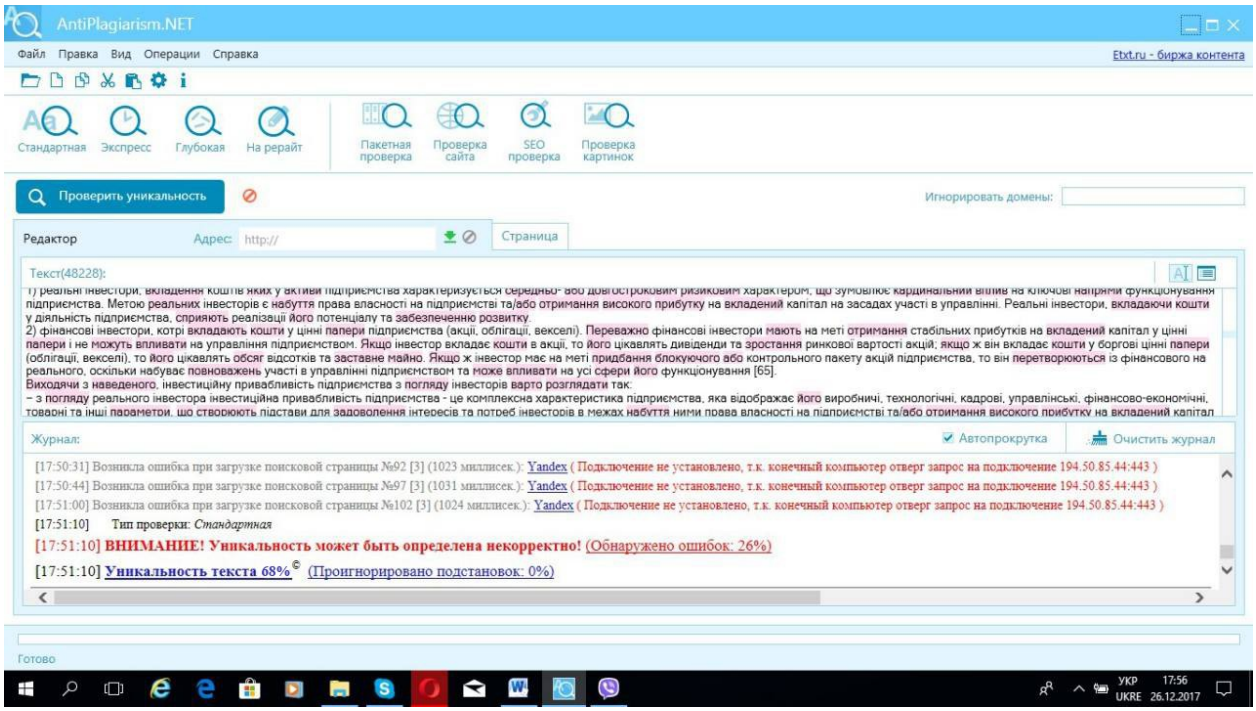
73 Хобта В. М. Формування та підвищення інвестиційної привабливості суб’єктів господарювання / В. М. Хобта, А. В. Мєшков // Наукові праці Донецького національного технічного університету. Серія : економічна. – 2009. – Вип. 37-3. – С. 15–21.

74 Черниш С. С. Огляд методик аналізу інвестиційної привабливості підприємства / С. С. Черниш // Інноваційна економіка. – 2013. – № 5. – С. 87–92.

75 Щербатенко І. Аналіз факторів, що впливають на інвестиційну привабливість підприємств авіатранспортної галузі / І. Щербатенко, О. Горбачова // Економічний аналіз. – 2013. – Випуск 12, № 4. – С. 166–170.

76 Юхимчук С. В. Матрична модель оцінки інвестиційної привабливості промислових підприємств / С. В. Юхимчук, С. Д. Супрун // Фінанси України. – 2003. – № 1.– С. 3–12.

ДОДАТКИ


AntiPlagiarism.NET
Файл Правка Вид Операции Справка
Etxt.ru - биржа контента
Стандартная
Экспресс
Глубокая
На рерайт
Пакетная проверка
Проверка сайта
SEO проверка
Проверка картинок
Проверить уникальность
Игнорировать домены:
Редактор
Адрес: http://
Страница
Текст(48228):
Журнал:
Автопрокрутка
Очистить журнал
[17:50:31] Возникла ошибка при загрузке поисковой страницы №92 [3] (1023 миллисек.): Yandex (Подключение не установлено, т.к. конечный компьютер отверг запрос на подключение 194.50.85.44:443)
[17:50:44] Возникла ошибка при загрузке поисковой страницы №97 [3] (1031 миллисек.): Yandex (Подключение не установлено, т.к. конечный компьютер отверг запрос на подключение 194.50.85.44:443)
[17:51:00] Возникла ошибка при загрузке поисковой страницы №102 [3] (1024 миллисек.): Yandex (Подключение не установлено, т.к. конечный компьютер отверг запрос на подключение 194.50.85.44:443)
[17:51:10] Тип проверки: Стандартная
[17:51:10] ВНИМАНИЕ! Уникальность может быть определена некорректно! (Обнаружено ошибок: 26%)
[17:51:10] Уникальность текста 68%© (Проигнорировано подстановок: 0%)
Готово
УКР
UKRE
17:56
26.12.2017