

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ, МОЛОДІ ТА СПОРТУ УКРАЇНИ
ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

На правах рукопису

БІЛАН ОКСАНА СТЕПАНІВНА

УДК 330.322:664.68

ІНВЕСТИЦІЙНЕ ПЛАНУВАННЯ
НА ПРОМИСЛОВОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Спеціальність 08.00.04 – економіка та управління підприємствами
(за видами економічної діяльності)

ДИСЕРТАЦІЯ

на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук

Науковий керівник
доктор економічних наук,
професор,
Гринчуцький В.І.

Тернопіль 2012

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПЛАНУВАННЯ НА ПРОМИСЛОВОМУ ПІДПРИЄМСТВІ	
1.1. Економічна сутність та значення інвестиційного планування в ринкових умовах	11
1.2. Принципи та методи інвестиційного планування на промисловому підприємстві	29
1.3. Система інвестиційного планування на підприємстві	48
Висновки до розділу 1	66
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПЛАНУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ КОНДИТЕРСЬКОЇ ГАЛУЗІ	
2.1. Аналіз макросередовища функціонування підприємств кондитерської галузі	70
2.2. Аналітична оцінка стану кондитерської галузі та її інвестиційних перспектив	91
2.3. Оцінка практики інвестиційного планування та обґрунтування його доцільності на кондитерських підприємствах.....	109
Висновки до розділу 2	135
РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПЛАНУВАННЯ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	
3.1. Організаційно-економічні напрямки вдосконалення інвестиційного планування на підприємстві	139
3.2. Інформаційне забезпечення інвестиційного планування на промисловому підприємстві	160
3.3. Модель оптимізації стратегії інвестиційного планування на кондитерському підприємстві	176
Висновки до розділу 3	192
ВИСНОВКИ	195
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	199
ДОДАТКИ.....	216

ВСТУП

Актуальність теми. Сучасний стан інвестування реального сектора економіки не відповідає змінам у соціально-економічному середовищі, незважаючи на вибір Україною ринкової моделі розвитку, та залишається на досить низькому рівні в порівнянні з розвинутими країнами. Однією з основних причин цього явища є спроби розв'язати нові для вітчизняної економіки проблеми старими методами управління або новими, проте ще не пристосованими до особливостей національної економіки.

Світова фінансово-економічна криза засвідчила, що, крім зовнішніх факторів, які впливають на діяльність підприємств, таких, як внутрішня економічна стратегія та політика діяльності держави на зовнішніх ринках, інвестиційний клімат тощо, важливою причиною неспроможності адаптуватися до нових умов господарювання підприємств у кризових умовах є невідповідність управлінського персоналу та відсутність інформаційної системи, на основі якої ухвалюються управлінські рішення. Більшість проблем, що виникає в процесі управління господарською і фінансовою діяльністю підприємства, зумовлені недосконалою структурою системи інвестиційного менеджменту, а отже, і її організацією.

Сучасні умови якісного оновлення суспільства викликають об'єктивну необхідність у запровадженні принципів і методів інвестиційного планування в практику роботи промислових підприємств. Саме системний підхід до питань інвестиційного планування дозволить активізувати вкладення капіталу в розвиток промислових підприємств, зменшить вплив негативних змін у зовнішньому середовищі і, тим самим, забезпечить успішне функціонування господарських структур в умовах ринку.

Розробці теоретичних основ інвестиційного планування присвячені роботи зарубіжних науковців: Д. Адама, В. Беренса, Г. Бірмана, Л. Крушвіца, В. Лівшица, П. Массе, В. Мильника, Д. Норткотта, Р. Фатхутдінова, Д. Хана, Р. Холта, Я. Хонко, М. Бромвича, Л. Гітмана, М. Грачової, М. Джонка, В. Ковальова, І. Лукасевича, Б. Хавранека та ін. У вітчизняній економічній літературі також

значну увагу звернено на дослідження важливих питань інвестиційного планування, про що свідчать праці І. Бланка, Г. Вербицької, О. Вовчак, В. Гринчуцького, М. Денисенка, О. Ємельянова, В. Ковальова, А. Наливайка, А. Пересади, В. Польшакова, Ю. Правик, Н. Ткаченко, В. Шевчука, О. Ястремської, А. Гойка, В. Коссова, Я. Крупки, О. Фіщенко, Л. Хижняка, В. Хобти, Н. Хрущ та ін.

Складна економічна ситуація в країні, що викликана світовою економічною кризою, відсутність достатнього досвіду реального інвестування, невирішеність значної кількості теоретико-методологічних проблем побудови системи інвестиційного планування на вітчизняних підприємствах вимагають проведення глибших досліджень та обумовлюють їхню актуальність. Потребують уточнення й подальшого вирішення питання інформаційного забезпечення інвестиційного планування, оптимізації інвестиційної діяльності підприємств кондитерської галузі за організаційно-економічними напрямками. Розв'язання означеної проблематики дослідження забезпечить прискорення адаптації підприємств до змін у зовнішньому середовищі та підвищення рівня їх конкурентоспроможності.

Зв'язок роботи із науковими програмами, планами, темами. Дисертація відповідає тематичній спрямованості наукових розробок Тернопільського національного економічного університету Міністерства освіти і науки, молоді та спорту України та є складовою науково-дослідної роботи кафедри економіки підприємств і корпорацій, реалізованої в рамках держбюджетних кафедральних тем, а саме: “Обґрунтування шляхів підвищення ефективності функціонування підприємства в умовах трансформації економіки України” (державний реєстраційний номер 0102U002562), розділ “Підвищення ефективності інвестиційної діяльності підприємства”; “Забезпечення конкурентоспроможності підприємств як фактор підвищення ефективності промислового виробництва” (державний реєстраційний номер 0107U012224), підпункт “Активізація інвестиційної діяльності підприємств як фактор підвищення ефективності виробництва”. Участь автора у їх виконанні полягає у розробці теоретико-методичних основ інвестиційного планування та оцінювання його рівня на

вітчизняних кондитерських підприємствах.

Мета та завдання дослідження. Мета дисертаційного дослідження полягає в розробці комплексу науково-методичних положень та практичних рекомендацій щодо вдосконалення інвестиційного планування на підприємствах кондитерської галузі. Для досягнення сформульованої мети в роботі було поставлено й вирішено такі завдання:

- 1) дослідити й систематизувати теоретичні положення щодо визначення сутності інвестиційного планування для з'ясування його ролі та значення як елементу ринкового механізму функціонування підприємства;
- 2) обґрунтувати необхідність застосування системного підходу до інвестиційного планування як необхідної умови підвищення ефективності інвестиційної діяльності підприємства;
- 3) дослідити та проаналізувати особливості впливу чинників зовнішнього середовища на інвестиційні процеси підприємств кондитерської галузі і на цій основі виявити напрямки вдосконалення управління інвестиційними проектами підприємств;
- 4) розробити методичні підходи щодо оцінювання стану інвестиційного планування на основі використання методу профілів з урахуванням результатів експертної оцінки найважливіших його складових;
- 5) встановити особливості інвестиційного планування в кондитерській галузі для вироблення організаційно-економічних напрямків щодо вдосконалення організації планування інвестиційної діяльності на підприємствах;
- 6) обґрунтувати пропозиції щодо розроблення та впровадження структурно-логічної моделі системи інвестиційного планування на підприємстві на основі формування і реалізації відповідного механізму;
- 7) розробити заходи щодо вдосконалення інформаційного забезпечення інвестиційного планування з урахуванням напрямків інформаційної взаємодії підприємства кондитерської галузі з зовнішнім середовищем;

8) побудувати модель оптимізації стратегії інвестиційного планування в рамках удосконалення наукових підходів до ресурсного забезпечення інвестиційної діяльності.

Об'єктом дослідження є процес інвестиційного планування на кондитерських підприємствах.

Предметом дослідження є теоретико-методичні та прикладні засади впровадження та розвитку інвестиційного планування діяльності кондитерських підприємств.

Методи дослідження. Для реалізації окреслених завдань використано загальнонаукові та спеціальні методи дослідження: системний метод пізнання (для аналізу процесів і явищ у взаємозв'язку та взаємозалежності, пов'язаних з формуванням системи інвестиційного планування на кондитерських підприємствах); порівняльного аналізу, систематизації та узагальнення (з метою уточнення категорій); монографічного (для вивчення та аналізу принципів і закономірностей інвестиційного планування на вітчизняних підприємствах та для відображення основних тенденцій становлення і розвитку ринку кондитерських виробів в Україні); порівняння (для зіставлення фактичних даних за окремі періоди); економічного, системного і статистичного аналізу (використані для виявлення кола проблем, що виникають у процесі здійснення інвестиційного планування); графічний (для наочного ілюстрування досліджуваних явищ, процесів і закономірностей); SWOT-аналізу (для виявлення можливих загроз і переваг для підприємств досліджуваної галузі); метод експертних оцінок (для отримання інформації про особливості здійснення інвестиційного планування на кондитерських підприємствах і оцінки їх позицій на ринку); методи опрацювання анкетних даних (з метою оцінювання достовірності отриманих результатів опитування та виявлення закономірностей); економіко-математичного моделювання (метод лінійного програмування) при побудові моделі оптимізації стратегії інвестиційного планування); соціологічного дослідження (для опитування керівників підприємств); логічного узагальнення (при формулюванні висновків).

Інформаційною базою дослідження слугували законодавчі й нормативні акти України (закони України, укази Президента України, постанови Кабінету Міністрів України), теоретичні праці вітчизняних і зарубіжних авторів, інші спеціальні та науково-практичні інформаційні джерела, у тому числі матеріали періодичних видань та спеціальні монографічні джерела за темою дисертаційної роботи. Використані аналітичні й статистичні матеріали Держкомстату України, дані ЗАТ “Укркондитер”, звіти окремих підприємств України, результати соціологічних досліджень, власних обстежень та розрахунків.

Наукова новизна одержаних результатів дослідження полягає в системному обґрунтуванні теоретико-методичних основ та прикладних організаційно-економічних засад щодо вдосконалення інвестиційного планування на підприємствах кондитерської галузі. Найбільш вагомими науковими результатами дисертаційної роботи є такі:

вперше:

- розроблено структурно-логічну модель системи інвестиційного планування на основі формування і реалізації механізму її створення, яка дозволяє врахувати взаємозв'язки і взаємодії трьох її складових, а саме: функцій, етапів і елементів, що є необхідною умовою ефективного інвестиційного планування на промисловому підприємстві;

удосконалено:

- підхід до оцінювання стану інвестиційного планування на основі використання методу профілів з урахуванням результатів експертної оцінки найважливіших його складових, що дозволяє визначити узагальнюючий показник стану інвестиційного планування і, залежно від отриманого значення такої оцінки, дає змогу виявити недоліки в організації планової роботи та розробити конкретні рекомендації щодо підвищення рівня інвестиційного планування на промисловому підприємстві;
- комплекс організаційно-економічних напрямків та відповідної їм системи заходів щодо вдосконалення інвестиційного планування на підприємствах

шляхом їх систематизації, що дало змогу окреслити перспективи подальшого розвитку підприємств вітчизняної кондитерської галузі;

- підхід до прийняття інвестиційних рішень на основі побудованої моделі оптимізації стратегії інвестиційного планування в рамках удосконалення наукових підходів до ресурсного забезпечення інвестиційної діяльності, що дало змогу автору обґрунтувати можливість забезпечення фінансування стратегічного проекту-акцептора завдяки реалізації інвестиційних проектів-донорів та, у разі необхідності, з частковим залученням коштів із зовнішніх джерел;

набули подальшого розвитку:

- теоретичні аспекти процесу інвестиційного планування на підприємстві, що дало змогу уточнити визначення понять “інвестиційне планування”, “система інвестиційного планування”, запропонувати їх авторське трактування, а також подати власне бачення процесу інвестиційного планування промислового підприємства та визначити його роль і місце в загальній системі планування;
- теоретичні підходи до узагальнення і систематизації принципів та методів інвестиційного планування, що дозволяє запропонувати єдину класифікаційну систему принципів та методів інвестиційного планування, яка, на противагу існуючим, враховує закономірності та етапи його здійснення на підприємстві;
- науково-обґрунтовані результати дослідження зовнішнього середовища підприємств кондитерської галузі, урахування яких у процесі інвестиційного планування забезпечить прийняття найбільш оптимального, обґрунтованого управлінського рішення щодо інвестування залежно від стану зовнішнього оточення та дасть змогу окреслити ринкові перспективи розвитку підприємства;
- теоретичний підхід до організації інформаційного забезпечення системи інвестиційного планування на основі якомога ширшого використання всіх можливих зовнішніх та внутрішніх джерел інформації та їхнього

ефективного опрацювання з урахуванням напрямків інформаційної взаємодії підприємства кондитерської галузі з зовнішнім середовищем.

Практичне значення одержаних результатів. Практичне значення одержаних результатів дослідження полягає у можливості їх застосування вітчизняними промисловими підприємствами при здійсненні планування інвестиційної діяльності, а саме: викладені в дисертаційній роботі теоретичні та методичні розробки щодо вдосконалення інвестиційного планування на основі використання комплексного підходу доведені до практичних висновків і рекомендацій, які можуть бути використані кондитерськими підприємствами при формуванні системи інвестиційного планування. Наукові результати та практичні рекомендації, сформульовані в дисертації, отримали схвальну оцінку, їх застосовують у практичній діяльності ПП “Бекерай” (довідка про впровадження № 62 від 14.07.2011 р.); ПАТ “ТерА” (довідка про впровадження № 133 від 01.09.2011 р.); ТОВ “Ваврик і Компанія” ЛТД (довідка про впровадження № 145 від 20.09.2011 р.).

Окремі положення дисертаційного дослідження використовуються в навчальному процесі Тернопільського національного економічного університету Міністерства освіти і науки, молоді та спорту України при викладанні дисциплін “Інвестиційна діяльність промислового підприємства”, “Управління проектами”, “Планування і контроль на підприємстві”, “Економіка підприємства”, які реалізується в рамках освітньо-професійної програми підготовки фахівців за спеціальністю “Економіка підприємства” (довідка про використання результатів наукових досліджень № 126-38/981 від 4 травня 2011 р.).

Особистий внесок здобувача. Дисертація є самостійною науковою працею. Усі наукові результати, викладені в роботі, отримані автором особисто. З наукових праць, опублікованих у співавторстві, у дисертації використані лише ті ідеї та положення, які становлять індивідуальний внесок автора.

Апробація результатів дисертації. Основні теоретичні положення, наукові результати та практичні розробки дисертації доповідалися та обговорювалися на 6 науково-практичних конференціях, зокрема: науково-

практичній конференції “Роль національних стандартів обліку в інтеграційному процесі України у світовий економічний простір” (м. Мукачево, 24-25 жовтня 2002р.); науково – практичній конференції “Стратегія розвитку вітчизняних підприємств” (м. Тернопіль, 23-24 жовтня 2003 р.); VIII Міжнародній науково - практичній конференції “Наука і освіта 2005” (м. Дніпропетровськ, 7-21 лютого 2005 р.); IV Міжнародній науково - практичній конференції “Проблеми планування виробництва в умовах переходу до ринку” (м. Алушта, 30 вересня -2 жовтня 2005р.); Всеукраїнській науково-практичній конференції “Теоретико-методологічні та практичні аспекти розвитку економіки України” (м. Тернопіль, 23-24 лист. 2006р.); загальноуніверситетській підсумковій науковій конференції професорсько-викладацького складу ТНЕУ “Економічні, правові, інформаційні та гуманітарні проблеми розвитку України в умовах проведення системних реформ” (м. Тернопіль, 14 квітня 2011 р.).

Публікації. За темою дисертації опубліковано 15 наукових праць загальним обсягом 4,98 д. а. (з них 14 одноосібно й 1 у співавторстві). Зокрема, 11 наукових праць – у наукових фахових виданнях (4,33 д. а.) та 4 – в інших виданнях (0,65 д. а.).

Обсяг і структура роботи. Дисертація складається із вступу, трьох розділів і висновків, списку використаної літератури та додатків. Основний текст роботи викладено на 198 сторінках. Дисертація містить 14 таблиць та 35 рисунків. Список використаних джерел, що налічує 186 найменувань, викладено на 16 сторінках. Загальний обсяг дисертації 242 сторінки.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПЛАНУВАННЯ НА ПРОМИСЛОВОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

1.1. Економічна сутність та значення інвестиційного планування в ринкових умовах

У сучасних умовах інвестиційна діяльність є основним фактором якісних перетворень і стабільності економіки. Інвестиції в розширення і модернізацію виробничих потужностей сприяють підвищенню ефективності виробництва, забезпечують накопичення оборотних засобів, виступають найважливішим елементом сукупних витрат, здійснюють вплив на обсяг, структуру оновленого виробництва, попит і пропозицію, зайнятість населення тощо. Але разом з тим, нераціональне використання інвестиційних ресурсів призводить до значного скорочення обсягів промислового виробництва.

Інвестиційна діяльність притаманна практично кожному підприємству, яке функціонує в економічному просторі країн з ринковою економікою. Адже, щоб вистояти в конкурентній боротьбі, підприємство повинно спрямовувати значні засоби (власні й позичкові) на придбання матеріальних та інтелектуальних цінностей, що є необхідним для оновлення, розширення і диверсифікації виробництва. Перш ніж здійснити інвестицію, підприємство повинно оцінити її фінансові наслідки. Така оцінка проводиться в рамках планування інвестицій.

Таким чином, погоджуємось з думкою зарубіжних дослідників, що планування інвестицій – це багатоетапний процес, який починається з пропонування ідей щодо можливих інвестицій і закінчується повним аналізом, який ґрунтується на використанні виробленої практикою системи кількісних показників: поточної вартості, окупності, внутрішнього коефіцієнта окупності тощо [161, с. 6].

У цьому ракурсі першочергового вирішення потребує питання переосмислення сутності й значення планування як такого, що не має сенсу в сучасних умовах політичної та економічної нестабільності і яке було відкинута на задній план. Втрата інтересу до планування в нашій державі обумовлена значною мінливістю, невизначеністю і слабкою прогнозованістю зовнішнього середовища, що є наслідком впливу кризових явищ, які притаманні вітчизняній економіці.

Однак ринковим відносинам не суперечать ідеї планування в цілому, а лише жорстке директивне планування, яке обмежує підприємницьку свободу в прийнятті рішень в умовах мінливого середовища, не забезпечує зацікавленості в інноваціях. На початку 90-х відмова від інституту планування призвела до втрати керованості в цілому, спаду виробництва, скорочення інвестицій, зниження рівня життя та демографічних показників, інфляції тощо.

Загалом, ідея планування зводиться до пошуку методів (способів) забезпечення відповідності між потребами і ресурсами. Теоретично планування володіє такими наборами подібних методів і способів. Проблема полягає в розмежуванні функцій ринку і плану та визначенні оптимальних методів і форм планування залежно від умов функціонування економіки в цілому і підприємств зокрема.

Досвід управління підприємствами в зарубіжних країнах показує, що співвідношення “план – ринок” доповнюють одне одного, оскільки в процесі планування забезпечується необхідна рівновага між виробництвом і споживанням продукції, обсягом попиту на товари і послуги та обсягом їх пропозиції підприємствами.

Кожна американська корпорація регулює рух свого капіталу і своєї продукції на основі власних принципів управління, які, хоча й спираються на ринкове середовище та конкуренцію в країні та світі, проте мають індивідуалізований характер. Тобто, діяльність корпорації підпорядковується не стільки законам ринку, скільки власним принципам, які визначаються місцем (положенням, становищем) фірми на ринку [63, с. 142]. На нашу думку,

саме планування є тим економічним інструментом, за допомогою якого окремі підприємства і держава в цілому забезпечать те, чого неможливо досягнути лише за допомогою ринкових механізмів.

За умов командно-адміністративної системи господарювання вважалося, що планування є відмінною рисою соціалістичної економіки. Насправді ж багато капіталістичних країн (Японія, Австрія, Франція та інші) продемонстрували гнучкішу систему індикативного планування на рівні як підприємств, так і держави, що перевершувала тодішню радянську практику. Цей досвід був узагальнений Дж. Гелбрейтом, який пов'язав формування “планового капіталізму” з недоліками ринку: “ринкові відносини повинні бути модифіковані шляхом деякого планування” [46, с. 60].

У період проведення економічних реформ (перебудови) в нашій країні основним “злом” економіки вважалась практика планування. Однак, якщо ринок не всесильний та не гарантує досягнення бажаного результату, суспільству необхідні механізми, які б доповнювали ринок. Цього можна досягти шляхом продуманого планування цілеспрямованих дій.

Необхідність планування випливає з фундаментальної невизначеності майбутнього, яку Дж. Кейнс вважав невід'ємною рисою ринкових відносин. Ринок підсумовує господарське рішення тільки *ex post* (після, оцінювання за результатами), а корпорації, інвестуючи у справу багатомільйонні кошти, хочуть *ex ante* (до, попереднє оцінювання) знизити ризики, дізнатись, чого їм слід очікувати в майбутньому. Але тільки планування є способом зменшення невизначеності в майбутньому, а відповідно, і ризику. Шляхом вивчення попиту і планування своєї діяльності корпорації замінюють менш надійний ринковий спосіб більш надійним плановим способом вирішення проблем. “З точки зору промислової фірми, планування полягає в тому, щоб передбачити дії, які необхідно здійснити в період від початку процесу виробництва до його завершення і підготуватися до виконання цих дій. Воно полягає також у тому, щоб передбачити будь-які несподіванки, які можуть виникнути у процесі, та

мати можливість справитися з ними. Окрім того, планування є механізмом, який встановлює, що буде вироблено і спожито і за якими цінами” [46, с. 61].

На зростаючу роль планування вказує І. Ансофф, зазначаючи, що еволюція складних систем розширила вимоги до планування. Дана функція стає все більш відповідальною за проектування системи, здійснення аналізу рішень і забезпечення лінійних керівників необхідними даними, а також за виявлення та аналіз нових перспективних сфер діяльності [4].

За роки становлення ринкових відносин, як зазначають науковці, що орієнтують кожного виробника й підприємства на отримання високих кінцевих результатів, планування набуло на вітчизняних підприємствах нових функцій. Воно спрямоване сьогодні не лише на забезпечення процесу виробництва конкурентоспроможної продукції, але й на сприяння при цьому досягненню повної зайнятості ресурсів, справедливому розподілу доходів і росту якості життя [37, с. 5].

Проблемою вітчизняних підприємств є те, що перегляд економічної суті планування, його значення в їх діяльності відбувався досить повільно, насамперед, через досить розповсюджене з часів командно-адміністративного управління трактування планування тільки як функції управління.

Як відомо, планування є однією з функцій менеджменту, тобто видом управлінської діяльності, у результаті якої вибирається варіант розвитку окремого підприємства, корпорації, об'єкта управління і який розрахований на певний період часу. З іншого боку, планування – це процес обробки інформації з використанням специфічних методів та інструментів [158].

Варто зазначити, що при управлінні інвестиційною діяльністю підприємства загалом та окремими інвестиційними проектами функція планування також займає одне з основних місць, тобто є відправною точкою, початком організації процесу реалізації розроблених інвестиційних проектів. Тому висвітлення основних аспектів даного питання вважаємо за необхідне почати з визначення сутності планування низкою вітчизняних та зарубіжних

авторів. Систематизація даних визначень дозволила виявити такі дефініції (табл. А.1 додатку А).

Аналіз поданих у додатку визначень поняття “планування” дозволив нам виділити такі семантичні групи. Так, найбільш поширеними трактуваннями цього поняття є такі: планування – проектування майбутнього і шляхів його досягнення [1]; планування – процес розробки і прийняття рішень [144; 8]; планування – передбачення (сукупність прогнозів) майбутніх подій [10; 158]; планування – процес розробки і практичного здійснення планів [69; 126]; планування – процес формування цілей (мети) і засобів їх досягнення [171; 121; 10; 114].

Проте, як ми вважаємо, найбільш містким є двобічне трактування планування Д. Ханом. Планування у вузькому змісті автор визначає як систематичну підготовку рішень, пов’язаних із визначенням майбутніх подій. План у цьому значенні означає систематичну підготовку до формування майбутнього підприємства. Планування в широкому змісті, на думку автора, означає прийняття на основі систематичної підготовки управлінських рішень, пов’язаних з майбутніми подіями. Мова йде про систематичну постановку цілей і підготовку необхідних для їх досягнення заходів у рамках наявного чи створюваного потенціалу підприємства. Планування, таким чином, являє собою систематичне формування майбутнього підприємства і охоплює процес складання й ухвалення планів [158, с. 31]. Тобто планування, крім підготовки планів, передбачає і їхнє затвердження.

З огляду на велику кількість тлумачень поняття “планування” зарубіжними та вітчизняними науковцями, можемо зробити висновок, що найбільш повним, на нашу думку, є трактування планування як процесу встановлення цілей підприємства та розробки і прийняття управлінських рішень на основі інформації, отриманої в результаті проектування майбутніх подій з метою вироблення найефективніших шляхів досягнення мети діяльності підприємства.

Щодо планування інвестиційної діяльності, то його роль і місце в загальній системі управління в умовах ринкової економіки зазнали значних змін.

Багатогранність інвестиційної діяльності як соціально-економічного явища вимагає постійного вдосконалення і розвитку науково-теоретичних і методологічних засад управління нею, тобто глибокого пізнання, системно-образного подання і практичної матеріалізації, а отже, уточнення і доповнення положень нової управлінської парадигми, що є адекватною до сучасних умов і особливостей функціонування підприємств у швидкозмінному, нестаціонарному, трансформаційному середовищі, яким є економіка України [179, с. 72].

З переходом України до ринкових умов господарювання інвестиційне планування необхідно розглядати як найбільш синтетичний вид діяльності і основний елемент самостійного управління підприємством. Значно зростають вимоги не лише до саме інвестиційного планування, але й до системи планування в цілому. Досвід високо розвинутих країн свідчить, що координації і системності управління можна досягнути шляхом складання бізнес-планів, у структурі та змісті окремих розділів яких відображене розгорнуте й взаємопов'язане планування різних напрямків діяльності підприємства. Діяльність підприємства повинна відповідати потребам ринку. Маркетинг, оцінка кон'юнктури є не лише окремими розділами бізнес-плану, але й основою для розрахунку основних відправних показників будь-якого інвестиційного плану.

На нашу думку, управління інвестуванням у розвиток підприємства - це процес цілеспрямованого впливу на інвестиційну діяльність підприємства з метою її максимальної відповідності інтересам розвитку як основної мети існування підприємства.

Процес управління інвестуванням на підприємстві здійснюється за допомогою реалізації функцій планування, організації, координації і регулювання, обліку, контролю і аналізу, активізації, мотивації і стимулювання.

Функції управління завжди спрямовані на реалізацію цілей управління, а оскільки будь-які цілі формуються на етапі планування, дана функція в системі функцій управління підприємством є основною.

Загалом план інвестування – це прийняте управлінське рішення, яке передбачає перелік і послідовність дій для досягнення його цілей. Оскільки планування є систематичною підготовкою прийняття рішень, пов'язаних із майбутніми подіями, то, на нашу думку, процес планування інвестицій – це систематична підготовка і прийняття рішень щодо цілей інвестування, його джерел і дій, пов'язаних з їх використанням, які представлені (викладені) в інвестиційних програмах, проектах і планах, а також планових показниках, що містяться в них. Такі рішення ухвалюються на основі цілеспрямованої порівняльної оцінки різних альтернативних дій в очікуваних умовах, спрямованих на забезпечення розвитку підприємства з метою підвищення рівня його конкурентоспроможності за допомогою ефективної інвестиційної діяльності.

Ключовою характеристикою процесу інвестування є його тривалість у часі. Вплив фактора часу передбачає наявність низки альтернатив розвитку інвестиційного процесу. Хоча інвестиційний капітал у початковий момент часу має певну вартість, його майбутня вартість є невідомою. Величина майбутньої вартості інвестиційних активів для інвестора є очікуваною величиною. Невизначеність майбутньої вартості активів, можливість відхилення цього показника від очікуваної величини являє собою сутнісну характеристику інвестування – ризик.

Тому, погоджуючись із думкою Д. Хана про те, що зміст планування полягає в підвищенні продуктивності й ефективності роботи підприємства через цільову орієнтацію і координацію усіх подій на підприємстві; виявлення ризиків і зниження їх рівня; розукрупнення і тим самим спрощення процесів, що протікають на підприємстві; підвищення гнучкості підприємства, його пристосовуваності до змін [158, с. 31], вважаємо, що метою інвестиційного

планування також є підвищення ефективності діяльності підприємства в майбутньому (на перспективу).

Зростання ролі планування інвестицій в сучасних умовах пояснюється необхідністю забезпечення конкурентоспроможності підприємства, зростанням вимог до формування інвестиційних проектів, багатоваріантністю та імовірним характером інвестиційних процесів, обмеженими можливостями залучення довгострокових інвестицій у розвиток підприємства тощо.

На нашу думку, інвестиційне планування на рівні окремого підприємства спрямоване, насамперед, на визначення цілей інвестиційної діяльності та пошук ефективних засобів їх досягнення.

Цікавою є думка Д. Хана, що інвестиційне планування відображає потребу в інвестиціях, необхідних для досягнення запланованих результатів підприємницької діяльності [158, с. 643].

Планування інвестицій і прийняття певного інвестиційного рішення обумовлюється цілями, які формує перед собою підприємство. До них належать забезпечення прибутковості інвестиційного заходу, зростання частки підприємства на внутрішньому ринку і вихід на зовнішній, модернізація обладнання та впровадження нових технологічних процесів тощо. Важливу роль в системі інвестиційних цілей має також ріст підприємства, який виражається в щорічному збільшенні обороту капіталу та частки ринку, що ним контролюється. До інвестиційних цілей, на думку науковців, належать: підтримка дружніх відносин із замовниками (репутація серед споживачів продукції); досягнення високої продуктивності праці; розробка нових видів продукції; підвищення кваліфікації персоналу тощо [85, с. 180].

Вищенаведені цілі можуть бути різними для різних підприємств залежно від виду діяльності, розміру, форми власності, стадій життєвого циклу підприємства, самої продукції тощо. На основі узагальнення сформовано систему цілей інвестиційної діяльності промислового підприємства (рис.1.1).



Рис. 1.1. Система цілей інвестиційної діяльності промислового підприємства*

* Джерело: Розроблено автором на основі джерел [85, с. 180; 28, с.191; 117; 118; 179, с.149]

Усі вищенаведені цілі взаємопов'язані між собою. Так, збільшення частки підприємства на ринку за рахунок нарощування обороту спричиняють зростання прибутковості проекту, що, натомість, дає можливість спрямувати частину коштів на підвищення кваліфікації працівників, вирішення соціальних проблем колективу тощо.

Планування інвестицій у зарубіжних публікаціях [62; 110; 158; 161; 184; 185; 186] представлено як прийняття стратегічних рішень щодо капітальних вкладень. Окремі вітчизняні публікації та публікації російських учених характеризують планування інвестицій в основному як складання кошторису витрат щодо капітальних вкладень [37; 77; 155]. В. В. Шеремет визначає планування капіталовкладень як “ набір дій, що передбачають визначення цілей і параметрів взаємодії між роботами й організаціями-учасниками, розподіл ресурсів і вибір інших організаційних, технологічних і економічних рішень, що забезпечують досягнення поставлених у проекті цілей” [174, с. 223].

Окремі автори розглядають інвестиційне планування надто вузько, лише як початковий етап діяльності зі здійснення інвестиційного проекту [52, с. 154], а процес інвестиційної діяльності суб'єктів господарювання пов'язують тільки з розробкою бізнес-плану окремого інвестиційного проекту.

Досить цікавим є визначення І. А. Бланка, який під інвестиційним плануванням розуміє процес розробки системи планів і планових (нормативних) показників із забезпечення розвитку підприємства необхідними інвестиційними ресурсами і підвищення ефективності його інвестиційної діяльності в майбутньому періоді [28, с. 103]. Такої самої думки щодо визначення сутності інвестиційного планування дотримуються й інші вітчизняні науковці, зокрема: О. Д. Вовчак [45], Ю. М. Правик [123, с. 246], А. В. Череп [169, с. 243], В. І. Польшаков [120], О. О. Удалих [148, с.43]. Проте ми вважаємо, що в сучасних умовах господарювання планування повинно зводитися не тільки до розробки планових показників, але й до визначення напрямків інвестиційної діяльності підприємства.

Цей аспект питання взято до уваги В. В. Мильником, на думку якого суть інвестиційного планування полягає в обґрунтованому формуванні основних напрямків інвестиційної діяльності згідно з визначеними цілями інвестицій, можливостями інвестиційного забезпечення та чинним на ринку попитом. Основне значення (роль) планування полягає в тому, що саме під час планових розрахунків забезпечується деталізація цілей та їх доведення до окремих структурних підрозділів підприємства та виконавців, зокрема, визначення складу необхідних інвестицій, узгодженість черговості й термінів виконання окремих робіт [108, с. 110]. Головною метою інвестиційного планування є інтеграція всіх учасників для виконання комплексу робіт, що забезпечить досягнення поставлених цілей [108, с. 126].

Варто зазначити, що на сьогодні недостатня увага приділена питанням системного підходу до інвестиційного планування. Окремі аспекти даної проблеми висвітлені в працях зарубіжних та вітчизняних авторів. Зокрема, автор [28] застосовує системний підхід, виділяючи окремо систему

стратегічного інвестиційного планування, систему тактичного інвестиційного планування та систему оперативного інвестиційного планування. Проте такий підхід не передбачає цілісного розгляду інвестиційного планування як відкритої системи у взаємозв'язку із зовнішнім середовищем, є неповним, незавершеним. Тому в подальшому дослідженні вважаємо за необхідність запропонувати власне бачення вирішення цієї проблеми.

На основі систематизації поглядів вітчизняних і зарубіжних вчених, пропонуємо власне розуміння сутності інвестиційного планування, яке враховує багатогранність поняття та необхідність виділення таких підходів до нього: наукового, функціонального та організаційно-правового.

За наукового підходу інвестиційне планування є системою знань щодо закономірностей здійснення інвестиційного планування та практики його застосування на промисловому підприємстві. Інвестиційне планування можна виділити як окрему науку, що розвивається на основі певних закономірностей та володіє власним набором термінів, базується на певній системі принципів та методів.

Другий підхід надає функціональні характеристики інвестиційному плануванню, оскільки дозволяє трактувати його як систему, що складається з підсистем, процесів, функцій. Інвестиційне планування - це складна, відкрита, динамічна система, що формується з елементів, від ефективної взаємодії яких між собою та з внутрішнім і зовнішнім середовищем підприємства залежить успішне функціонування і розвиток підприємства загалом. Система інвестиційного планування є підсистемою загальної системи планування на підприємстві та інтегрована в систему управління ним.

В рамках організаційно-правового підходу інвестиційне планування розглядається як сфера людської діяльності зі здійснення на належному рівні інвестиційного планування на основі законодавчих актів, що регулюють інвестиційну діяльність промислового підприємства, методів, методик і технологій прийняття інвестиційних рішень, які знаходяться у взаємодії один з одним та з зовнішнім середовищем. Таким чином, згідно третього підходу

інвестиційне планування – це система організаційно-правових важелів інвестиційного планування, що впливають на процеси забезпечення конкурентоспроможності та інвестиційної адаптивності суб'єктів господарювання до мінливих умов зовнішнього середовища.

У сучасних умовах глобалізації ринкової економіки особливої гостроти набуло питання створення вітчизняної інфраструктури інвестиційної діяльності, що відповідатиме світовим стандартам. Такі перетворення відкриють перед нашою державою нові можливості на світових ринках для подальшого економічного розвитку. Формуванням потужної інфраструктури повинні займатися не лише державні служби (департаменти, міністерства, служби нагляду й прогнозування) та компанії з організації інфраструктури ринку (інформаційні агентства, рейтингові та експертні бюро, охоронні організації, асоціації виробників та споживачів), але й професійні менеджери (експерти, аналітики), фінансові інститути (банківські установи, аудитори, консалтингові, страхові, венчурні та інвестиційні компанії), юридичні фірми, наукові організації та навчальні заклади тощо.

При цьому особливу увагу слід акцентувати на сприянні розвитку індивідуальних якостей менеджерів, які займатимуться інвестиційним плануванням на промисловому підприємстві, а саме: необхідних знань, стилю керівництва, вміння налагоджувати колективну роботу над інвестиційними проектами, покращення психологічного клімату в колективі, формування в працівників прагнення до отримання необхідного результату, корпоративну культуру тощо.

На сучасному етапі стає очевидним, що досягнути успіхів у напрямку інвестування промислових підприємств можна лише шляхом втілення концептуальних засад інвестиційного планування в практику діяльності промислових підприємств, застосовуючи увесь комплекс сучасних методів (особливо економіко-математичних), що зумовлює необхідність реалізації системних принципів і системного мислення щодо управління на підприємствах.

Проведений науковцями аналіз трактування суті інвестиційного планування дав можливість сформулювати власне бачення цієї категорії. На нашу думку, інвестиційне планування – це процес формування основних напрямків інвестиційної діяльності, розробки системи планів і планових показників згідно з внутрішніми та зовнішніми можливостями та відповідними організаційно-правовими умовами його забезпечення з метою досягнення головної мети та цілей підприємства.

У процесі дослідження виявлено основні закономірності інвестиційного планування, зокрема:

1. На етапі інвестиційного планування ухвалюються важливі управлінські рішення, що в подальшому матимуть вплив на усі аспекти діяльності підприємства.

2. При плануванні інвестицій у розвиток підприємств слід брати до уваги, що це значні фінансові витрати переважно в обладнання і технології, які дозволяють досягнути стратегічних цілей розвитку підприємства та впливають на добробут усіх учасників інвестиційної діяльності (власників, працівників, суспільство).

3. Ухвалені управлінські рішення щодо інвестування в розвиток промислових підприємств незворотні (невелика ліквідність основних засобів), тому без науково обґрунтованого, добре організованого інвестиційного планування підприємство зазнає значних втрат.

4. Необхідно зважати на ринкові фактори здійснення інвестиційного планування: невизначеність зовнішнього середовища, ризик, час.

Успішна діяльність підприємства, зазвичай, залежить від правильного інвестиційного планування. У міжнародній практиці воно націлене на створення ефективних бізнес-структур підприємств, яке передбачає аналіз сильних і слабких сторін підприємства, розробку стратегії його розвитку. У результаті реалізації проекту підприємство повинно швидко реагувати на масштабні зміни попиту на його продукцію і стати ще більш привабливим для кредиторів [118, с. 411].

М. П. Денисенко вважає, що до головних функцій інвестиційного плану слід віднести: координаційну, економічну та інноваційну [57, с. 30]. На нашу думку, найбільш повний перелік функцій інвестиційного планування запропонований професором І. А. Бланком (табл. Б.1 додатку Б).

Інвестиційне планування спрямоване на пошук кінцевого балансу фінансових потреб і можливостей підприємства, вироблення підходів до здійснення інвестиційних проектів, які дозволяють досягнути стратегічних цілей підприємства.

Заслуговує на увагу думка західного економіста Р. Н. Холта, який вважає, що планування інвестицій – це метод, який полегшує порівняння можливих інвестицій. Компанії здійснюють значні витрати, пов'язані з інвестиціями, з метою отримання довгострокової вигоди, переважно у вигляді грошових надходжень. Оцінюючи фінансові витрати і пов'язану з ними вигоду, планування інвестицій дає менеджерам можливість бути більш поінформованими й ухвалювати краще інвестиційне рішення [161, с. 9].

При плануванні інвестицій на підприємстві мають бути послідовно вирішені такі принципові питання:

- 1) визначення загальної потреби в інвестиціях з урахуванням прогнозу збуту кінцевої продукції;
- 2) визначення можливості покриття потреби в коштах за рахунок власних джерел і розміру дефіциту ресурсів;
- 3) вибір способу залучення фінансових ресурсів;
- 4) розрахунок розмірів залучених позик, витрат і термінів повернення коштів.

При цьому проводиться облік параметрів зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства: інфраструктури, кредитної сфери, конкуренції, стратегії маркетингу, облікової політики, технологічного досвіду та інших індивідуальних особливостей виробництва. Для успішної реалізації проекту величини фактороутворюючих показників повинні оптимально поєднуватись, а це можливо лише при визначенні пропорцій їх взаємного впливу на стадії інвестиційного планування. За результатами оцінки інвестиційного проекту

підприємство здійснює вибір найбільш оптимального варіанту з усієї сукупності способів реалізації проекту.

Варто зазначити, що підприємству необхідно в процесі інвестиційного планування брати до уваги певні фактори, дія яких може вплинути на очікуваний результат від прийнятого інвестиційного рішення [30; 31; 163]. Основними факторами, на які необхідно звертати увагу, є: загальноекономічні, галузеві та фактори, що виникають на рівні конкретного підприємства.

До загальноекономічних факторів належать фінансово-кредитна політика уряду, рівень інфляції в країні, державне стимулювання інвестиційної діяльності підприємств, грошовий обіг в країні, інвестиційний клімат у державі і, відповідно, міра активності іноземних інвесторів, економічні зв'язки з іншими країнами, чинне податкове законодавство тощо.

Галузеві фактори характеризуються такими показниками: рівень науково-технічного розвитку галузі, енерго-, науко-, капіталомісткість виробництва, забезпеченість трудовими ресурсами, сировинними та енергоресурсами, зв'язки з іншими галузями промисловості, тип галузі (розвивається швидко або повільно), територіальне розташування підприємств галузі тощо.

До факторів, що діють на рівні конкретного підприємства, належать: його виробничий потенціал та наявність виробничих ресурсів, фінансовий стан підприємства, зв'язки зі споживачами продукції підприємства, відносини з конкурентами тощо [30, с. 299].

Серед основних принципів, дотримання яких є обов'язковим при здійсненні процесу інвестиційного планування, слід виділити такі:

- 1) фінансові розрахунки необхідно здійснювати в грошових одиницях однакової цінності, а затрати і надходження привести до єдиної дати;
- 2) рішення про фінансування інвестиційного проекту потрібно приймати на основі оцінки перспективи отримання інвестором доходу не меншого, ніж забезпечують альтернативні варіанти вкладення коштів;
- 3) вибір завжди залишиться за проектами, у яких надходження грошових коштів будуть перевищувати суми витрат при їх вираженні в грошах однакової

вартості.

Ми погоджуємось з автором [73], яка у своїй роботі акцентує увагу на обов'язковому інноваційному спрямуванні всього процесу інвестування на підприємстві. Тобто відправною точкою інвестиційного планування сьогодні має стати план інновацій, що дозволить підприємству в сучасних умовах жорсткої конкуренції не тільки вижити, але й успішно розвиватися та розширюватись.

Автор аргументує, що забезпечити міцну конкурентну позицію підприємству неможливо тільки завдяки скороченню витрат, зниженню цін, підвищенню попиту за допомогою рекламних акцій. Необхідно запроваджувати те, чого бажають покупці і що є несподіванкою для конкурентів, тобто інновації. Це дозволить підприємству захопити та утримувати лідерство [73, с.172].

Проте необхідно брати до уваги стратегічний характер інноваційно-інвестиційних рішень, адже вхідними даними для інвестиційного планування на підприємстві є інформація про загальну стратегію підприємства та результати аналізу виробничо-господарської діяльності з метою виявлення “ вузьких місць” та їх усунення за допомогою розробленої стратегії інвестування інновацій на підприємстві. Тому прийняття інвестиційних рішень потребує особливої уваги, а інвестиційне планування набуває ключового значення.

Аналізуючи галузь, необхідно зважати на таку важливу характеристику, як життєвий цикл галузі та можливі вільні (перспективні) ніші. Так, харчова галузь (і кондитерська галузь зокрема) на сучасному етапі розвитку вітчизняного виробництва знаходиться у фазі швидкого та стійкого зростання та, отже, має великі можливості для здійснення інновацій. Проте слід пам'ятати, що значний вплив при цьому мають і конкуренти, що постійно випускають інноваційні продукти [73, с. 173].

Послідовно здійснювані стандартні дії з реалізації інвестиційного проекту на промисловому підприємстві: отримання інвестицій, придбання обладнання, виробничий процес, повернення інвестицій – визначають специфічні особливості інвестиційного планування, серед яких найважливішими є:

1. Чітко окреслені межі процесу планування збігаються з рамками

інвестиційного проекту – придбання постійних активів і забезпечення їх окупності.

2. Високий рівень відповідальності за прийняття планових рішень, який пояснюється складністю коригування параметрів плану після початку здійснення проекту. Виправлення помилок ускладнене ще й через те, що капіталовкладення мають вузьку сферу застосування, яка не дозволяє використовувати їх з альтернативною метою.

3. Довгостроковість планування, яка зумовлена тривалим терміном окупності капіталовкладень у створення нових виробництв і технологій.

4. Урахування фактора невизначеності. Крім довгостроковості планування, на даний фактор певною мірою впливає новизна товарів, що виробляються, застосовуваних технологій та умов виробництва.

5. Інвестиційне планування не лише довгострокове, але й стратегічне, тому що орієнтоване на досягнення кінцевої мети – впровадження нових технологій і виробництв для підвищення рентабельності роботи підприємства.

Загалом, реалізація інвестиційного проекту повинна відповідати стратегічним цілям підприємства, а тому інвестиційне планування необхідно розглядати як складову частину стратегічного планування на підприємстві (рис. 1.2).



Рис. 1.2. Інвестиційне планування в загальній системі планування на підприємстві*

* Джерело: Розробка автора

Вплив стратегічних аспектів у процесі розробки конкретного інвестиційного проекту проявляється як в галузі визначення цілей та завдань здійснення проекту, так і у виборі локальних стратегій впровадження (втілення) проекту – цінової, маркетингової, витратної, технологічної, товарної, кадрової, кредитної. Разом з тим існує специфічний набір понять, принципів, методів та прийомів, сукупність яких складає систему планування інвестицій на підприємстві. Вирішення цього питання шляхом системного підходу до інвестиційного планування глибше розглядається в п.1.3 даного дисертаційного дослідження.

Необхідність складання інвестиційних планів пов'язана з невизначеністю законодавчої бази, економічної ситуації в країні тощо. Такі плани мають координуючу роль.

Отже, розробка інвестиційних планів є неодмінною умовою успішного функціонування підприємства. За сучасних умов господарювання планування стає центральною ланкою управління підприємством. Ринок не відкидає планування. Навпаки, у конкурентній боротьбі виходити на ринок зі своєю продукцією без наперед продуманого плану не допустимо. Вітчизняним виробникам, усім причетним до ухвалення рішень, пов'язаних з інвестиційною діяльністю, слід уважно вивчати й оперативно використовувати у своїй практичній діяльності набутий досвід у галузі інвестиційного планування.

За відсутності інвестиційного планування помилкові управлінські рішення в галузі інвестування можуть призвести до великих втрат, адже в процесі інвестування задіяні великі обсяги матеріальних, фінансових і людських ресурсів.

Крім того, професійне інвестиційне планування на підприємствах у сучасних умовах сприятиме зменшенню негативного впливу змін у зовнішньому середовищі, невизначеності, нестабільності і ризиків на їх результати діяльності; досягненню планомірності та пропорційності в роботі підприємств; створенню майбутніх конкурентних переваг підприємств та виявленню нових перспективних сфер їхньої діяльності тощо.

1.2. Принципи та методи інвестиційного планування на промисловому підприємстві

Основними елементами методології планування є система його принципів та методів. Принципи планування визначають характер і зміст планової діяльності на підприємстві, дозволяють зробити процес планування і плани раціональними й практично доцільними.

Планування інвестиційної діяльності промислових підприємств повинно базуватись, насамперед, на використанні таких принципів, які були б адекватними до сучасних умов господарювання. Чітке визначення цих принципів на етапі інвестиційного планування та подальше їх дотримання зменшує кількість допущених помилок та є запорукою успішної організації інвестиційного процесу на підприємстві.

У довідковій літературі “принцип” (лат. *princĭpĭum* – основа, першооснова) визначається як вихідне положення будь-якого вчення, теорії, науки центральне положення, основа системи, що розповсюджується на всі явища тієї сфери, з якої даний принцип абстрагований [136; 138;156]. Таким чином, принципи – це основні, вихідні положення теорії, головні правила проведення (здійснення) певної діяльності, а від обґрунтованості структури й змісту сукупності принципів залежить ефективність у даному випадку інвестиційного планування на підприємстві.

Вважаємо за доцільне почати розгляд цього питання з дослідження загальних принципів планування діяльності на підприємстві. Уперше принципи планування були сформульовані А. Файолем [150, с. 48-56]. Як основні вимоги при реалізації функції планування на підприємстві були названі такі п'ять принципів: необхідність, єдність, безперервність, гнучкість і точність. Р. Акофф пізніше обґрунтував ще один принцип планування - принцип участі [2, с. 20-36]. Наведені принципи мають всеохопний характер і притаманні різним системам планування й видам планів, у тому числі й інвестиційному плануванню. Розкриємо зміст указаних принципів:

1. Принцип необхідності. Означає повсюдне й обов'язкове планування при виконанні будь-якого виду трудової діяльності. Принцип необхідності або обов'язковості планування є особливо важливим щодо інвестиційної діяльності, оскільки його дотримання відповідає сучасним економічним вимогам раціонального використання обмежених інвестиційних ресурсів на підприємствах.

2. Принцип єдності. Цей принцип передбачає, що процес планування на підприємстві повинен мати системний характер, тобто забезпечувати координацію та інтеграцію розвитку всіх підрозділів щодо проведення усіх напрямків діяльності [37] (у тому числі й планування інвестиційної діяльності). Важливо застосовувати цей принцип у плануванні інвестиційної діяльності, що передбачає формування цілісної системи планів: стратегічного інвестиційного плану (стратегії), тактичних, оперативних планів та бізнес-планів окремих інвестиційних проектів. Тобто при розробці кожного з планів зокрема потрібно брати до уваги спільність цілей інвестиційної стратегії та стратегії розвитку підприємства загалом.

3. Принцип безперервності. Суть принципу полягає в тому, що на кожному підприємстві процеси планування, організації та управління виробництвом, як і трудова діяльність, є взаємопов'язаними і повинні здійснюватися постійно і безупинно [37, с. 34]. Безперервність інвестиційного планування означає поступовий перехід від стратегічних планів до тактичних (бізнес-планів), а від них – до оперативних; передбачає взаємодію між короткостроковими і довгостроковими планами; дозволяє постійно здійснювати контроль за реалізацією планів та коригувати їх відповідно до змін у внутрішньому та зовнішньому середовищі підприємства. Дотримання зазначеного принципу в процесі інвестиційного планування забезпечує зближення фактичних та планових показників інвестиційної діяльності.

4. Принцип гнучкості. Указаний принцип тісно пов'язаний з безперервністю планування і передбачає можливість коригування встановлених показників та координації планово-економічної та, зокрема,

інвестиційної діяльності підприємства. Постійні зміни в техніці, технології та організації виробництва приводять, як правило, до зниження витрат запланованих ресурсів і, як наслідок, до необхідності уточнення початкових планів. В умовах ринку відбуваються постійні зміни в зовнішньому оточенні підприємства: можливі значні коливання попиту, зміни встановлених цін і тарифів, що також призводить до необхідності здійснення відповідних поправок у планах. Тому всі плани на підприємствах, як це прийнято у світовій практиці, повинні містити резерви, так звані надбавки "безпеки", або "подушки" [37, с. 34]. Планувати величину таких резервів також необхідно з дотриманням цієї вимоги, тому що їх необґрунтоване застосування позначається на результатах планування.

5. Принцип точності. Цей принцип визначається як внутрішніми, так і зовнішніми факторами. Високий ступінь точності планів, очевидно, є не дуже потрібним для підприємств в умовах вільних ринкових відносин. Тому будь-який план необхідно складати з такою точністю, якої бажає досягти саме підприємство, з огляду на свій фінансовий стан, місце на ринку та багато інших факторів. Простіше кажучи, можливим є різний ступінь точності планів, але за умови забезпечення допустимої ефективності виробництва. Головним чином вона визначається системами і методами планування, що застосовуються. При оперативному плануванні інвестиційної діяльності необхідним є вищий ступінь точності планових показників, при стратегічному - можна обмежитись вибором загальної цілі і здійсненням наближених розрахунків [37, с. 35].

6. Принцип участі. Передбачає активний вплив персоналу на процес планування на підприємстві. Згідно з цим принципом ніхто не може планувати ефективно для когось іншого. Краще планувати для себе (не важливо, наскільки погано), ніж бути спланованим іншими (не важливо, наскільки добре) [37, с. 101]. Крім того, урахування цього принципу має суттєву перевагу: кожен з учасників у процесі інвестиційного планування отримує важливу інформацію щодо перспектив здійснення інвестиційної діяльності, має можливість збагнути суть стратегії розвитку підприємства. Такі знання допоможуть працівникам

підприємства (керівникам та менеджерам) у втіленні запланованих напрямків та показників інвестування на практиці.

Узагальнивши дослідження вітчизняних і зарубіжних науковців щодо визначення принципів планування, вважаємо за необхідне розглянути найголовніші з них у контексті здійснення інвестиційного планування.

В.Я. Шевчук та П.С. Рогожин при розгляді питання формування концептуальних засад планування акцентують увагу на застосуванні принципу комплексності у плануванні інвестиційного процесу: “У ході планування інвестиційного процесу промислових підприємств необхідна комплексність, яка вимагає всебічного наближення до вирішення проблеми розвитку підприємства та оцінки впливів та взаємодій” [172, с. 126].

Принцип ефективності потребує розробки такого варіанту інвестиційних планів, який при обмеженнях використовуваних ресурсів, які існують, забезпечує отримання найбільшого економічного ефекту. Будь-який плановий ефект показує міру досягнення деякого заданого результату. При оцінці ефекту в процесі планування переважно здійснюється порівняння очікуваних показників з наперед обраною метою, встановленим нормативом дохідності та іншими порівняльними даними. Відомо, що будь-який ефект в кінцевому результаті полягає в економії ресурсів (зокрема інвестиційних). Першим показником запланованого ефекту може служити перевищення результатів над витратами [37, с. 36].

Відповідно, основні принципи інвестиційного планування орієнтують підприємства на досягнення найкращих економічних результатів. Чимало принципів дуже тісно між собою пов'язані. Деякі з них, наприклад ефективність і оптимальність, діють в одному напрямку, інші (гнучкість і точність) – в різних напрямках.

Отже, найбільш важливими загальними принципами інвестиційного планування є:

- ефективність (інвестиційне планування повинно передбачати кінцевий економічний та (або) соціальний ефект, а реалізації підлягати лише інвестиційні проекти, прибутковість яких перевищує ставку банківського процента);
- варіантність, яка передбачає розробку кількох інвестиційних проектів з подальшим вибором найкращого з них;
- урахування недостатнього обсягу власних інвестиційних ресурсів та обмеженої можливості використання залучених;
- безперервність процесу планування;
- урахування факторів ризику та часу;
- забезпечення єдності стратегічного і поточного планування;
- системний підхід до здійснення планування;
- адекватність (створення системи інвестиційного планування окремого підприємства необхідно здійснювати з урахуванням сучасного стану соціально-економічного розвитку країни).

Пропонуємо доповнити перелік принципів планування ще двома, дотримання яких у процесі здійснення інвестиційного планування дає можливість швидко адаптуватись до змін у зовнішньому середовищі та, на основі достовірної інформації про розвиток подій, ухвалювати обґрунтовані управлінські рішення щодо інвестування і чітко встановлювати цілі подальшого розвитку підприємства.

Перший - принцип безперервної адаптації, що означає безперервність і послідовність проведення інвестиційного планування на підприємстві на основі врахування змін у зовнішньому середовищі та вироблення заходів з обмеження його негативного впливу. В умовах мінливого і невизначеного зовнішнього середовища дотримання принципу адаптації є основною передумовою реалізації інвестиційних процесів на промисловому підприємстві. Даний принцип пов'язаний із необхідністю відповідати реальним зовнішнім і внутрішнім умовам діяльності, постійно брати до уваги виникнення нових небезпек і можливостей, безупинно відстежувати зміну ситуації.

Другий – принцип цілеспрямованості, дотримання якого забезпечує спрямованість і підпорядкованість цілей інвестиційного планування стратегічним цілям підприємства. Інвестиційне планування повинно бути цілеспрямованим на усіх етапах його здійснення, а цілі, що ставляться на даному етапі, мають бути орієнтовані на забезпечення ефективного функціонування і розвитку підприємства, тобто виходити з генеральних цілей. Дотримання даного принципу можливе завдяки чіткому визначенню цілей інвестиційної діяльності і встановленню їхньої ієрархії (стратегічні цілі інвестиційної діяльності формуються на основі генеральних цілей підприємства, натомість зі стратегічних цілей виходять тактичні та оперативні).

Цілі, що встановлюються на етапі інвестиційного планування, повинні відповідати вимогам конкретності, реальності, досяжності, вимірності, значимості для підприємства.

У сучасній вітчизняній науці й практиці планування існують такі загальноекономічні принципи: системність, цілеспрямованість, комплексність, оптимальність, ієрархічність, ефективність, науковість, пріоритетність, збалансованість, об'єктивність, динамічність, ризик та ін. Ми вважаємо за необхідне торкнутися лише тих принципів, які мають найтісніший зв'язок з основними методами ефективного ринкового планування.

Спираючись на результати досліджень попередніх авторів і беручи до уваги особливості сучасного теоретичного підґрунтя інвестиційного планування на підприємстві, вважаємо за необхідне розробити систему принципів та методів інвестиційного планування з урахуванням закономірностей здійснення інвестиційного планування на промисловому підприємстві. Зокрема, варто виділити загальнофілософські, загальносистемні, стратегічні, загальні, спеціальні та організаційні принципи інвестиційного планування (див.рис. 1.4).

Загалом до групи загальнофілософських належать принципи:

- матеріалізму як основного інструменту пізнання явищ;
- відображення об'єктивної реальності - завдяки її суб'єктивному

сприйняттю;

- протиріч, згідно з яким розвиток системи або процесу ґрунтується на їх роз'єднанні, протистоянні;
- детермінізму, що пояснює об'єктивну закономірність і причинну зумовленість існування соціально-економічних явищ у суспільстві, до яких належать як економічні агенти, так і зв'язки між ними, що виникають і об'єктивно існують у процесі інвестування;
- органічної взаємодії як основного способу існування економічних агентів та суспільних цілісних систем, що характеризуються взаємним нелінійним зв'язком як їх складових, так і кожної з них із системою в цілому в процесі постановки та досягнення цілей інвестиційної діяльності;
- розвитку, згідно з яким органічне ціле є завжди єдністю, що розвивається у множині своїх складових. Зокрема, на необхідність урахування загальнофілософських принципів у процесі здійснення планової роботи на підприємстві вказують вітчизняні науковці [179, с. 110-113; 89, с. 18].

Беручи до уваги особливості здійснення інвестиційної діяльності на промислових підприємствах, виділимо загальносистемні принципи:

- системність, що полягає у використанні системного аналізу як основного теоретичного підґрунтя інвестування, та необхідність урахування всіх факторів внутрішнього і зовнішнього середовища, які впливають на процес планування інвестиційної діяльності;
- комплексність, що передбачає доцільність урахування в процесі інвестиційного планування окремих аспектів реалізації проекту (технологічного, організаційного, трудового, фінансового, екологічного, соціального тощо);
- об'єктивність, що передбачає здійснення планування інвестиційної діяльності з використанням достовірної й актуальної інформації, яка враховує особливості та динаміку зміни внутрішніх і зовнішніх факторів інвестиційного середовища;
- динамічність, що передбачає врахування мінливості факторів впливу на

прийняття інвестиційних рішень у процесі планування інвестиційної діяльності та їх коригування в разі необхідності;

- досяжність, що передбачає прийняття рішень у процесі інвестиційного планування з позицій не тільки оптимальності, яка може бути недосяжною або досяжною, а й реальності досягнення. Тому названий принцип має переваги над принципом оптимальності, оскільки від дозволяє забезпечити реалізованість і реальність інвестиційних планових рішень;

- конструктивна дієвість, яка полягає не тільки в прийнятті інвестиційних рішень, але й у їх втіленні в конкретні дії, що зробить можливим досягнення поставлених цілей інвестиційної діяльності.

Варто зазначити, що реалізація інвестиційного планування як якісно іншого підходу до складання планів має певні особливості, що позначаються на змісті загальновідомих принципів планування. Стратегічний характер інвестиційної діяльності вимагає врахування стратегічних принципів планування, які забезпечують досягнення критеріїв якості та динамічності створюваної системи інвестиційного планування в довгостроковій перспективі.

На дослідження стратегічних принципів звернена значна увага вітчизняних вчених [122; 179; 165], проте контекст дослідження потребує їх узагальнення й уточнення. Так, до основних стратегічних принципів планування інвестиційної діяльності належать принципи:

- рефлексії, який указує на необхідність врахування інтересів суб'єктів зовнішнього середовища при прийнятті рішення щодо інвестування. Його доцільно використовувати під час здійснення інвестиційного планування, а саме: при визначенні вірогідності й цінності інформації, стратегічному аналізі зовнішнього середовища;

- самоорганізації, завдяки якому система інвестиційного планування знаходить у зовнішньому середовищі корисні для себе стимули і посилює їх у контурах з позитивним зворотним зв'язком, у результаті чого між елементами та складовими системи виникають стійкі взаємозв'язки, що створюють певні переваги в процесі інвестиційного планування;

- обмеженої раціональності, що ґрунтується на твердженні про обмежену можливість осіб, що приймають рішення, сприймати й переробляти інформацію, а також на положенні про необхідність постійного оновлення інформації і знань про тенденції зміни економічних інтересів елементів процесу інвестиційного планування й компонент зовнішнього середовища;
- самовизначення, який дозволяє системі інвестиційного планування не тільки змінюватися під впливом зовнішнього середовища, але й змінювати його згідно з цілями функціонування системи без суттєвих перетворень у ній самій, тобто система інвестиційного планування є активним елементом ринкових відносин;
- диверсифікації, який полягає у поєднанні об'єктів різноманітних галузей і видів матеріального виробництва в єдиний інвестиційний портфель, що дозволяє здійснити перерозподіл ресурсів між різнорентабельними інвестиційними проектами з метою кращого використання виробничого потенціалу об'єкта інвестування;
- резервування ресурсів, що забезпечує мінімізацію усіх видів ресурсів (у тому числі й інвестиційних) і їх резервування у випадку невизначеності впливу зовнішнього середовища;
- безупинної адаптації до умов зовнішнього середовища, який полягає у розгляді процесу інвестиційного планування як відкритої системи, успіх діяльності якої залежить від внутрішніх організаційних можливостей.

Доповнила перелік стратегічних принципів О. М. Ястремська [179]. Із запропонованих автором принципів ми розглянемо лише ті, які можуть бути використані при здійсненні інвестиційного планування на підприємстві, а саме:

- принцип адаптивної ефективності, що характеризує можливість системи інвестиційного планування заохочувати впровадження інновацій, сприймати ризик, здійснювати перетворення різного характеру без суттєвих втрат, тобто із збереженням параметрів ефективності;
- когнітивності, який полягає у здатності системи до навчання. Згідно з цим принципом, у процесі інвестиційного планування складові системи мають бути

готові самостійно адаптуватися до змін зовнішнього і внутрішнього середовища на основі накопиченого інтелектуального капіталу. Використання даного принципу дозволить обробляти інформацію про стан внутрішнього й зовнішнього середовища підприємства, накопичувати інформацію і створювати специфічну базу знань;

- поліваріантності, що забезпечує розробку кількох варіантів інвестиційних планів з максимальним урахуванням впливу усіх негативних, позитивних і типових факторів середовища життєдіяльності системи. Необхідність використання принципу поліваріантності базується на об'єктивно існуючій багатокритеріальності інвестиційної діяльності;

- проактивності, який випливає з того, що формування поліваріантних інвестиційних планів створюють для підприємств можливість діяти не реактивно, тобто відповідно до тих подій, які вже відбулися у ринковому середовищі, а проактивно, передбачаючи їх настання, що дозволить зменшити рівень інвестиційного ризику;

- персоноцентричності, що означає посилення соціальної орієнтації управління (та зокрема інвестиційного планування) на споживача, власника, персонал, інвестора і викликає об'єктивну необхідність у застосуванні вказаного принципу, який передбачає врахування інтересів конкретних осіб щодо участі в інвестиційних процесах. У внутрішньому середовищі підприємства принцип персоноцентричності доцільно використовувати для мотивації й стимулювання персоналу щодо активної участі в реалізації інвестиційного процесу на підприємстві;

- прозорості, який ґрунтується на твердженні, що інформаційна взаємодія об'єкта капіталовкладень із суб'єктами зовнішнього і внутрішнього середовища повинна будуватися не на впливі першого, а на прийнятті й впровадженні концепції діалогу, що передбачає активні дії з боку обох сторін;

- коеволюції, що доповнює принципи персоноцентричності і прозорості щодо інформаційної взаємодії об'єкта інвестування із зовнішнім середовищем і надає процесу інвестиційного планування дієвості, оскільки передбачає активну

участь суб'єктів зовнішнього середовища в даному процесі [179].

Спираючись на основні принципи планування та інвестування, сформулюємо спеціальні принципи інвестиційного планування (методичні принципи або практичні), які є характерними для даного виду діяльності. Перший з них можна охарактеризувати як альтернативність витрат. Цей принцип є інтерпретацією ширшого підходу до обґрунтування інвестицій: інвестиції, доходом від здійснення яких знехтували заради інвестування в інший проект, називаються альтернативними витратами.

По-перше, даний принцип втілює системне бачення процесу планування інвестицій, яке проявляється в декількох аспектах. У контексті даного дослідження воно полягає в єдності зовнішнього середовища, яке є основою для застосування концепції взаємодії; здійснення стратегічних прогнозів підприємства й вибору стратегії інвестування.

По-друге, принцип альтернативності витрат базується на маркетинговій орієнтації вибору можливостей інвестування, на концепції попиту, яка реалізована у вигляді стержневих компетенцій. Під стержневими компетенціями (core competencies) слід розуміти ті чинники, які забезпечують підприємству базові конкурентні переваги в довгостроковій перспективі, визначають унікальні переваги кінцевого продукту підприємства, забезпечують потенційний доступ до ринків збуту [183, с. 79-91]. Інший автор [88, с. 33] ототожнює стержневі компетенції підприємства з основними діловими якостями. Теоретично перед промисловим підприємством відкрита велика кількість можливостей для інвестування, але прийнятними є лише ті, котрі відповідають її фірмовим стержневим компетенціям, котрі вона зможе забезпечити джерелами фінансування та які одночасно забезпечать кращу рентабельність вкладень. У кожному варіанті інвестування порівнюються показники рентабельності інвестицій з альтернативними варіантами їх вкладення із використанням методу вибору, що називається "бінарними відносинами".

Прогноз довгострокової конкурентної позиції складається з: аналізу факторів зовнішнього середовища, що впливають на створення конкурентної переваги; вимірювання успішних компаній за методом benchmarking і формування власних стержневих компетенцій (benchmarking – метод для підвищення ефективності бізнес-процесів всередині організації, побудований на вивченні і використанні досвіду світових і галузевих лідерів у цій галузі); розробка альтернатив (можливостей) – продуктово-ринковий портфель інвестицій і вибір альтернатив інвестицій.

Другим спеціальним принципом планування інвестицій є вартість грошей у часі. Витрати на залучення капіталу повинні бути нижчими від величини рентабельності інвестицій, в іншому випадку інвестиції не ефективні. Даний принцип базується на загальному підході оптимізації результатів діяльності полів бізнесу підприємств, які класифікуються за принципом витрат-результатів.

Третій принцип планування інвестицій можна охарактеризувати як необхідна рентабельність інвестицій. Необхідний рівень рентабельності – це той мінімальний рівень дохідності, який здатний зацікавити інвестора, це альтернативні витрати на інвестування в даний проект у порівнянні з іншими проектами, які мають рівні величини ризику. Цей принцип має у своїй основі загальні принципи теорії економічної ефективності, інвестування, цільової орієнтації і вибору стратегії відповідно до ринкових процесів і пріоритетів промислової політики підприємства.

Отже, підхід із загальнофілософської позиції до питань інвестиційного планування сприятиме об'єктивному пізнанню сутності предмета дослідження; з загальносистемної точки зору – забезпечить всебічність охоплення даного питання. Стратегічні принципи забезпечать досягнення критеріїв якості і динамічності системи інвестиційного планування в довгостроковій перспективі. Розгляд загальних і спеціальних принципів дасть можливість виділити спільні з іншими видами планування принципи та виокремити принципи, спеціальні, тобто такі, що є характерними лише для даного виду діяльності –

інвестиційного планування на підприємстві. Загальні принципи планування є складовою частиною загальної методології планування діяльності підприємства, тоді як спеціальні принципи враховують специфіку інвестиційної діяльності та особливості здійснення її планування (практики планування, методики).

Окремо слід виділити організаційні принципи, що стосуються організаційних особливостей здійснення роботи на підприємстві з інвестиційного бізнес-планування, запропоновані Ю. Я. Крольом [89, с. 18-19], а саме:

- 1) професіоналізму, що вимагає від розробників системних управлінських знань у царині планування інвестицій;
- 2) відповідальності за ухвалення рішення, що визначає високий рівень відповідальності працівників, що здійснюють інвестиційне планування. Дотримання даного принципу обумовлює досягнення цілей інвестування та забезпечує економічно обґрунтоване використання обмежених інвестиційних ресурсів.
- 3) мотивації, що забезпечує моральну й матеріальну зацікавленість розробників і виконавців бізнес-планів для досягнення заданих параметрів ефективності, втілених у наступному принципі механізму бізнес-планування: ефективним повинен бути кожен етап, завдання, що вирішується в межах механізму, з метою досягнення на цій основі синергічного ефекту управління.

Запропонована система принципів інвестиційного планування на підприємстві є цілісною, несуперечливою та повністю відповідає теоретико-практичним положенням інвестиційного планування.

Варто зазначити, що методи планування інвестицій базуються на принципах інвестиційного планування. Ринкові умови господарювання передбачають дотримання певних вимог щодо методів інвестиційного планування, які повинні братися до уваги при їх виборі, а саме: урахування стану зовнішнього середовища та специфіки господарської діяльності

підприємства; відповідність методів етапам проведення інвестиційного планування; урахування особливостей виду інвестиційного планування тощо.

Опрацювання літературних джерел дає змогу стверджувати, що на сьогодні вже є значні напрацювання, що стосуються основних методів інвестиційного планування [28; 71; 123; 148; 157; 169], проте, на наш погляд, відсутня їх чітка та обґрунтована систематизація, комплексний підхід та розгляд через призму етапів інвестиційного планування.

Перелік етапів процесу планування капіталовкладень наводить В. Я. Шевчук у роботі [173, с. 22-23], який виділяє такі стадії цього процесу: пошук і дослідження об'єкта капіталовкладень; розробка кількісних показників і якісних характеристик різних варіантів інвестування; зіставлення варіантів і вибір найкращого; розробка проекту плану капіталовкладень з урахуванням специфіки вибраного об'єкта і реальних можливостей фінансування капітальних вкладень; розгляд пропозицій і прийняття рішення про капіталовкладення, складання плану його реалізації; організаційно-економічний контроль процесу інвестування на всіх його стадіях. Ми вважаємо, що вищенаведений перелік є неповним і включає перелік робіт у рамках тактичного інвестиційного планування.

Інший, дещо ширший підхід до виділення етапів інвестиційного планування пропонує Бланк І. А., які зазначає, що інвестиційне планування повинно базуватися на реалізації в певній послідовності та у взаємозв'язку трьох його систем: 1) прогнозування інвестиційної діяльності; 2) поточне планування інвестиційної діяльності; 3) оперативне планування інвестиційної діяльності. Відповідно до цього підходу початковим етапом планування є прогнозування основних напрямків і цільових параметрів інвестиційної діяльності шляхом розробки загальної інвестиційної стратегії підприємства, яка визначатиме завдання і параметри поточного інвестиційного планування. Натомість поточне інвестиційне планування створює основу для розробки і доведення до безпосередніх виконавців оперативних бюджетів [28, с. 103-104]. Проте, ми вважаємо, що в рамках першого етапу інвестиційного планування,

крім прогнозування інвестиційної діяльності, насамперед необхідно здійснити аналіз зовнішнього середовища на основі інформації, отриманої в результаті маркетингових досліджень. Розгляд першого етапу інвестиційного планування як результату синтезу аналітичних та прогностичних методів, що дозволяє його назвати – стратегічне планування інвестиційної діяльності.

Грунтуючись на дослідженнях науковців, виділяємо три етапи інвестиційного планування та окреслимо перелік робіт в рамках кожного з них (рис.1.3).



Рис.1.3. Етапи інвестиційного планування на промисловому підприємстві*

*Джерело: Побудовано на основі [28].

Таким чином, багатогранність, етапність здійснення інвестиційного планування, обумовлюють необхідність застосування широкого діапазону сучасних наукових методів.

Беручи до уваги, що інвестиційне планування на промисловому підприємстві передбачає комплексний підхід та вимагає врахування як внутрішніх, так і зовнішніх можливостей підприємства, методичне забезпечення повинно складатися із загальних методів планування та прогнозування майбутнього розвитку підприємства, методів аналізу внутрішнього стану підприємства та його зовнішнього середовища функціонування, методів маркетингових досліджень тощо.

Насамперед вважаємо за необхідне в системі методів інвестиційного планування виділити загальнонаукові методи, а саме:

1. Системний аналіз та синтез (передбачає розкладання інвестиційного планування як явища на окремі складові, їх дослідження та об'єднання цих складових в єдине ціле з метою отримання можливості комплексного вирішення проблем, що виникають на початковому етапі інвестування).
2. Комплексний підхід (передбачає дослідження процесу інвестиційного планування в усій повноті, взаємозв'язку та розвитку, тобто з урахуванням усіх чинників зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства, застосовується при розробці комплексу заходів з удосконалення інвестиційного планування).
3. Програмно-цільове планування (особливість застосування цього методу в практиці інвестиційного планування полягає в плануванні від кінцевих цілей. При цьому при визначенні системи цілей використовується метод структуризації, який передбачає побудову дерева цілей) та ін.

Основними правилами побудови даного дерева є підпорядкованість (елементи кожного нижнього рівня дерева цілей деталізують елементи вищого його рівня, забезпечують їхню реалізацію) і порівнюваність [71].

Для подолання невизначеності зовнішнього середовища та врахування тенденцій на ринках продукції необхідно здійснювати аналіз чинників зовнішнього середовища: чинників макросередовища, стану галузі, ринків, на яких підприємство планує збувати продукцію, сировинних ринків, конкурентів тощо. Крім того, необхідно проаналізувати внутрішнє середовище

підприємства в розрізі усіх його складових, оцінити власні можливості, потенціал підприємства. Тобто на першому етапі інвестиційного планування виникає необхідність застосування методів маркетингових досліджень зі збору й обробки інформації як із зовнішніх, так і внутрішніх джерел.

З метою проведення на належному рівні маркетингових досліджень, які повинні передувати ухваленню рішення щодо інвестування, у процесі інвестиційного планування необхідно поєднати методи пошуку та збору інформації, її аналізування.

На етапі стратегічного інвестиційного планування доцільно використовувати, крім загальнонаукових методів, методи прогнозування стану зовнішнього середовища. Останні використовуються для передбачення змін і наслідків впливу зовнішнього середовища на підприємство і поділяються на кількісні та якісні. До якісних методів прогнозування належать методи експертних оцінок, які використовують для прогнозу попиту та інших показників. За допомогою цих методів визначають, як зміниться обсяг і структура продажу в залежності від ціни товару, місцезнаходження і рівня доходів клієнтів та інших факторів. До кількісних методів прогнозування відносять аналіз часових рядів і причинно-наслідкових зв'язків (кореляційно-регресійний аналіз), які дозволяють зробити висновки про поточні зміни показників у часі. Так, німецький вчений Хан Д. [158, с. 143-154] виділяє такі методи прогнозування зовнішнього середовища, як одно- та багатоступінчасті якісні методи, одно- та багатопараметричні кількісні методи та комбіновані методи (розробка сценаріїв, система раннього попередження).

Не втрачає своєї актуальності в сучасних ринкових умовах балансовий метод планування. На необхідність його використання на другому етапі інвестиційного планування вказують окремі науковці [28; 73; 123, с. 247; 148, с. 53; 157; 169, с. 246]. Даний метод дозволяє відобразити взаємозв'язок та взаємоузгодження потреби підприємства в інвестиційних ресурсах та можливостей їх отримання та передбачає розробку поточних планів – балансів.

Ще одним методом планування, який, на нашу думку, в умовах обмежених фінансових ресурсів є досить важливим, є нормативний метод, суть якого полягає в тому, що розрахунок потреб підприємств у ресурсах (у тому числі інвестиційних) на плановий період здійснюється на основі прогресивних норм та нормативів [28; 73; 148; 157]. У процесі інвестиційного планування основним нормативом, індикатором доцільності реалізації конкретного інвестиційного проекту є показник мінімально допустимого рівня прибутковості інвестицій, який не може бути меншим від прогнозного рівня відсотка за депозитами в банках. Окрему групу методів складають методи оцінювання ефективності інвестицій [52, с. 127; 55, с. 185-220; 105, с.302-312; 155, с.305-308], застосування яких є необхідним при оцінці ефективності інвестиційних проектів з метою вибору найкращого з варіантів.

На третьому етапі інвестиційного планування для визначення обсягів і складу витрат, які пов'язані зі здійсненням інвестиційної діяльності та забезпечення покриття цих витрат інвестиційними ресурсами (власними або залученими) розробляються оперативно-календарні плани – бюджети. При цьому використовується метод бюджетування [28; 73; 123, с. 246; 148, с. 55-56; 157; 169, с. 247].

З метою підвищення ефективності інвестиційної діяльності в процесі інвестиційного планування на промислових підприємствах ширше необхідно використовувати економіко-математичні методи, застосування яких в умовах обмежених фінансових ресурсів дозволяє приймати оптимальні рішення щодо інвестування.

У сучасних умовах глобальної автоматизації процесів управління науковці [73; 166; 168] акцентують увагу на впровадженні методів математичного програмування в практику діяльності підприємств. Методи цієї групи доцільно використовувати на усіх етапах інвестиційного планування, а програмне забезпечення дозволяє вирішувати наскрізні задачі, починаючи від прогнозування і закінчуючи оперативно - календарним плануванням.

Вважаємо, що здійснення науково обгрунтованого процесу інвестиційного планування передбачає використання усіх вищенаведених методів в залежності від етапу його проведення.

З метою узагальнення і систематизації принципів і методів інвестиційного планування пропонуємо єдину систему принципів і методів інвестиційного планування (рис.1.4).



Рис.1.4. Система принципів та методів інвестиційного планування промислового підприємства*

* Джерело: Розробка автора

На нашу думку, використання та дотримання вищенаведеної системи принципів та методів у практичній роботі з інвестиційного планування забезпечить успішне здійснення інвестиційної діяльності на підприємстві, а отже, й успішне функціонування підприємства в перспективі.

Таким чином, система принципів та методів інвестиційного планування є суттєвим підґрунтям побудови дієвої системи інвестиційного планування, що дає можливість брати до уваги всі аспекти інвестиційної діяльності.

Таким чином, на сучасному етапі становлення і розвитку ринкових відносин в Україні проблема побудови ефективної системи інвестиційного планування на промислових підприємствах на основі науково обґрунтованих принципів та методів, які мають бути покладеними в основу її створення, є однією з найактуальніших, а її вирішення сприятиме забезпеченню та закріпленню позитивних тенденцій розвитку підприємств, закладенню підвалин для подальшого економічного зростання вітчизняної промисловості.

1.3. Система інвестиційного планування на підприємстві

Сучасні швидкозмінні умови розвитку соціально-економічних відносин, складність і багатоаспектність інвестиційної діяльності підприємства, мінливість зовнішнього середовища, дискретність у прийнятті інвестиційних рішень вимагають подальшого розвитку та вдосконалення науково-теоретичних та методичних засад інвестиційного планування на промислових підприємствах з використанням системного підходу при розгляді цього питання.

Одним з головних положень системного підходу є використання категорії системи при дослідженні об'єктивних явищ і процесів.

Кожна система характеризується не лише наявністю зв'язків та відносин між елементами, що її утворюють, але й тісною єдністю з навколишнім середовищем, у взаємодії з яким система проявляє свою цілісність. Ієрархічність, багаторівневність, структурність – властивості не лише будови, морфології системи, але і її поведінки: окремі рівні системи обумовлюють певні аспекти її поведінки, а цілісне функціонування є результатом взаємодії всіх її сторін і рівнів. Тому основними і спільними для будь-якої системи є такі загальнофілософські принципи:

- цілісність (принципова неможливість ототожнення властивостей системи і суми властивостей її елементів, неможливість трактування властивостей цілого на підставі властивостей елементів; залежність кожного елемента, властивості і відношення системи від його місця, функцій тощо всередині цілого);
- структурність (можливість опису системи через встановлення її структури, тобто мережі зв'язків і відносин системи; обумовленість поведінки системи не так поведінкою її окремих елементів, як властивостями її структури);
- взаємозалежність системи і середовища (система формує і проявляє свої властивості в процесі взаємодії із середовищем, будучи при цьому провідним активним компонентом взаємодії);
- ієрархічність (кожен компонент системи можна розглядати як систему, а досліджувана в даному випадку система є одним із компонентів системи вищого рівня);
- множинність опису кожної системи (через принципову складність кожної системи її адекватне пізнання потребує побудови множини різних моделей, кожна з яких описує лише певний аспект системи) тощо [156, с. 610].

За типом усі системи поділяються на:

- 1) матеріальні (цілісні сукупності матеріальних об'єктів) і абстрактні (продукт людського мислення);
- 2) статичні (стан зі зміною часу залишається постійним) і динамічні (змінюють свій стан з плином часу);
- 3) детерміновані (якщо значення змінних системи в даний момент часу дозволяють встановити стан системи в будь – який попередній або наступний проміжок часу) і стохастичні (якщо значення змінних системи в даний момент часу дозволяють лише передбачити ймовірність розподілу значень цих змінних в наступні проміжки часу);

4) закриті (в них не поступає і не виділяється речовина, а лише проходить обмін енергією) і відкриті (постійно відбувається вхід і вихід не лише енергії, але й інших речовин) [156, с. 611].

Вважаємо за необхідне розглянути генезис терміну “система”. У філософському енциклопедичному словнику система (від грецьк. – ціле, складене з частин; об’єднання) - сукупність елементів, які перебувають у взаємовідносинах і взаємозв’язках між собою та утворюють певну цілісність, єдність [156, с. 610].

Поділяє цю думку Л. фон Берталанфі, вказуючи на існування взаємозв’язку елементів системи із зовнішнім середовищем [11].

На наявності особливої єдності із зовнішнім середовищем компонентів системи наголошує і російський автор Р. А. Фатхутдінов, підкреслюючи при цьому ієрархічність і зазначаючи, що кожна система є підсистемою більш високого порядку [154]. Автор визначає систему як системний комплекс взаємопов’язаних компонентів, що має особливу єдність із зовнішнім середовищем і є підсистемою більш високого порядку.

Щодо визначення сутності поняття “система планування” німецький вчений-економіст Д. Хан залежно від того, що розглядається як елементи системи – суб’єкти планування і контролю, процеси обробки інформації чи їх результати, - розрізняє, по-перше, систему планування і контролю та, по-друге, систему планів і звітів (планово-звітну систему).

Елементами системи планування і контролю можуть бути керівники і допоміжний управлінський персонал, які здійснюють процеси планування і контролю, а отже, і відповідні планово-контрольні розрахунки, результатами яких є планово-контрольна інформація, що подається у формі планів і звітів [158, с. 46].

Водночас елементами системи планування і контролю можуть бути процеси планування і контролю, результатом яких є планово-контрольна інформація, що також відображається в планах і звітах.

Систему планування і контролю через уточнювальний характер функції контролю часто називають просто системою планування, а систему планів і звітів – системою планів, використовуючи обидва поняття: “система планування” і “система планів”, – як синоніми. Д. Хан визначає систему планування і контролю (ПіК) як цілеорієнтовану сукупність процесів планування і контролю, між якими існують специфічні зв’язки (ПіК) [158, с. 47]. Така система включає в себе такі складові частини:

Така система включає в себе такі складові частини:

1. Елементи зі специфічними параметрами, тобто самі процеси планування і контролю щодо конкретних об’єктів, які характеризуються особливими ознаками:

– методами планування і контролю, які використовуються при обробці інформації;

– аналітичною і прогнозною інформацією, яка міститься в планах і звітах в якості вихідної інформації;

– суб’єктами планування і контролю (керівники і їх помічники, оснащені відповідними допоміжними засобами обробки інформації, насамперед комп’ютерами).

2. Специфічні зв’язки між елементами, тобто особливі структури процесів планування і контролю, насамперед структури самих планів і звітів.

Найважливішими вимогами, які ставляться до системи планування і контролю, та одночасно її ознаками є: цілеспрямованість; цілісність і повнота; структуризація планів за змістом, масштабами і часовими параметрами; цілеорієнтована інтеграція розділів плану (окремих планів): гнучкість, актуальність, ефективність [158]. Тобто, на думку автора, система планування й контролю може бути інтерпретована як цілеорієнтована сукупність суб’єктів планування і контролю або як цілеорієнтована сукупність процесів планування і контролю, між якими існують специфічні зв’язки. Проте в наведеному визначенні не береться до уваги вплив і зв’язок із зовнішнім оточенням підприємства в процесі планування.

Елементами системи планів і звітів є планово-контрольна інформація, що міститься в планах і звітах, які також стають елементами системи планування і контролю.

Отже, система планів і звітів - цілеорієнтована сукупність планів і звітів, між якими існують специфічні зв'язки. Суб'єктами планування і контролю при такому розгляді залишаються керівники і допоміжний персонал, які здійснюють процеси планування і контролю, а отже, і планово-контрольні розрахунки. Обидві точки зору не виключають одна одну, оскільки плани і звіти є інформаційною складовою будь-якої системи планування і контролю [158, с. 46 - 47].

Водночас колектив авторів [77] серед основних елементів системи планування виділяє:

1. Плановий персонал, сформований в організаційну структуру планування.
2. Механізм планування як сукупність засобів і методів, за допомогою яких ухвалюються планові рішення і забезпечується їх реалізація.
3. Процес обґрунтування, прийняття і реалізації планових рішень (процес планування).
4. Засоби, що забезпечують процес планування (інформаційне, технічне, організаційне забезпечення).

Системного підходу до визначення сутності, на нашу думку, потребує також інвестиційне планування на підприємстві. Як підсистема загальної системи планування система інвестиційного планування є системою більш високого порядку щодо певних підсистем, а саме: систем стратегічного, тактичного й оперативного інвестиційного планування.

Так, російський учений-економіст В. В. Царєв [168] ототожнює поняття “система інвестиційного планування” та “система інвестиційного проектування”. Проте, на нашу думку, інвестиційне проектування та інвестиційне планування не є тотожними поняттями. Об'єктом інвестиційного проектування є окремий інвестиційний проект, тоді як інвестиційне планування охоплює ширший діапазон робіт на підприємстві.

Тому помилковим є вживання терміну “інвестиційне проектування” тоді, коли йдеться про системний підхід до інвестиційного планування. Адже в таких випадках необхідно зважати на те, що інвестиційне планування - це ширше поняття, не лише планування реалізації окремого інвестиційного проекту, а й стратегічне планування інвестиційної діяльності. Тобто інвестиційному проектуванню передуює встановлення стратегічних інвестиційних цілей відповідно до місії конкретного підприємства; проведення роботи зі збору необхідної інформації щодо можливості здійснення інвестиційних проектів, оцінка ефективності інвестицій; аналіз впливу на роботу підприємства зовнішніх і внутрішніх чинників та обов’язкове маркетингове дослідження ринку продукції, яку підприємство планує випускати завдяки реалізації інвестиційного проекту (проектів) тощо. Цей спектр робіт виходить за межі інвестиційного проектування.

Як слушно вважає автор В.В. Царєв [168, с. 99], система інвестиційного планування (проектування) полягає в складанні планів-прогнозів з метою найбільш ефективного вкладення фінансових ресурсів у різні види активів (наприклад, у виробниче устаткування, цінні папери тощо) для подальшого вирішення завдань, які були сформульовані в місії підприємства.

Заслуговує на увагу підхід ученого щодо визначення елементів вищенаведеної системи планування інвестиційною діяльністю підприємства:

1. Планово-облікова одиниця (повний проект або його частина, що самостійно реалізується і входить до складу сформованого на підприємстві інвестиційного портфеля).
2. Планово-обліковий період (час (крок інвестиційних розрахунків, протягом якого організовано облік грошових потоків, які обумовлені реалізацією інвестиційних проектів. Досить часто таким планово-обліковим періодом у системі інвестиційного планування є рік).
3. Плановий період (час, протягом якого на підприємстві заплановано реалізацію всього комплексу заходів інвестиційного портфеля).

4. Нормативне забезпечення (чинна податкова система, темпи інфляції, нормативні значення величини ризиків, процентні ставки, норма дисконту тощо; важливим доповненням до нормативного забезпечення системи інвестиційного планування є методичні рекомендації з оцінки ефективності інвестиційних проектів) [168, с. 99].

Проте наведений перелік елементів системи є надто вузьким і свідчить про те, що останнє визначення трактування “система інвестиційного планування” варто замінити на “система інвестиційного проектування”.

Так, до інвестиційного планування входять процеси обробки інформації керівниками та допоміжним управлінським персоналом. Ці процеси здійснюються з використанням специфічних методів та інструментів. Входом для цих процесів служить інформація про зовнішнє і внутрішнє середовище підприємства, а виходом або результатом – планово-контрольна інформація, яка міститься в планах. Планова інформація визначає цілі і заходи, які характеризують майбутній стан підприємства.

Беручи до уваги вищесказане, система інвестиційного планування є системою взаємопов’язаних елементів зі специфічними параметрами, тобто процесів планування щодо конкретних об’єктів, які характеризуються специфічними ознаками:

- аналітичною і прогностною інформацією про розвиток зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства, тобто вхідною інформацією;
- методами планування та засобами обробки інформації;
- суб’єктами планування (керівники підприємств та допоміжний управлінський персонал);
- планово-контрольною інформацією, що міститься в планах і звітах - вихідна інформація;
- специфічними зв’язками між елементами системи.

Отже, на нашу думку, система інвестиційного планування на підприємстві – це процес збору, обробки інформації про зовнішнє середовище і внутрішній стан підприємства, її трансформації за допомогою ресурсів і

методів у планово-контрольні показники та створення підґрунтя для прийняття управлінських рішень щодо інвестування (рис. 1.5).

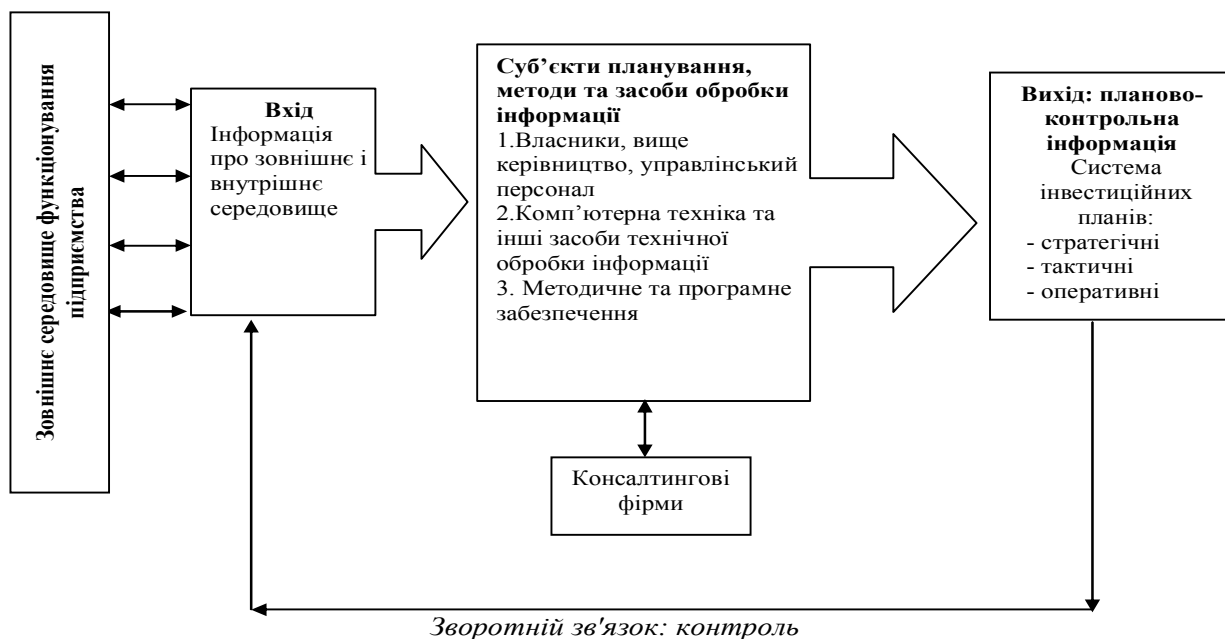


Рис. 1.5. Система інвестиційного планування як процес перетворення інформації*

* Джерело: Розробка автора

Слід зазначити, що використання системного підходу дозволяє зважати на всі фактори, які впливають на процес інвестиційного планування.

При побудові системи інвестиційного планування необхідно брати до уваги такі принципи:

1. Спрямованість системи інвестиційного планування на реалізацію загальної стратегії (місії) підприємства. Для того, щоб бути ефективною, система інвестиційного планування повинна мати стратегічний характер, тобто відображати основні пріоритети розвитку підприємства.
2. Гнучкість системи інвестиційного планування. Система повинна бути побудована з урахуванням можливості пристосування до нових інструментів інвестування; до нових норм і видів здійснення інвестиційної діяльності; до нових технологій і методів здійснення інвестиційних операцій; до змін у макро-, мезо-, і міросередовища підприємства тощо.
3. Економічність інвестиційного планування. Витрати на проведення інвестиційного планування повинні бути мінімізовані з позицій їх адекватності

до ефекту від запровадження інвестиційного планування в практику роботи підприємства. Це означає, що обсяг витрат з організації інвестиційного планування на підприємстві не повинен перевищувати розмір отриманого (очікуваного) ефекту (приросту доходів, збільшення прибутків, зниження витрат тощо). На нашу думку, дотримання вищенаведених принципів у процесі інвестиційного планування забезпечить успішне здійснення інвестиційної діяльності на підприємстві, а отже, і успішне функціонування підприємства в перспективі.

Відповідно до основних ознак систем виділимо характерні особливості системи інвестиційного планування на підприємстві (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Характеристика системи інвестиційного планування на підприємстві*

Ознака	Коротка характеристика системи
1. За типом	Змішана, тому що їй притаманні властивості як матеріальної, так і абстрактної системи
2. За видом	Соціально-економічна, оскільки вона ставить цілі, що мають соціально-економічну природу
3. За розміром і складністю	Середня за розміром і складністю, тому що є підсистемою загальної системи планування на підприємстві
4. За характером взаємовідносин системи із зовнішнім середовищем	Відкрита, оскільки постійно обмінюється із зовнішнім середовищем інформаційними потоками
5. За ступенем свободи щодо зовнішнього середовища	Відносно самостійна, тому що функціонує згідно із самостійно поставленими цілями, проте виконує інформаційні директиви зовнішнього середовища
6. За способом подання цілі	Цілеспрямована, адже ставить цілі у власному внутрішньому середовищі
7. За рівнем спеціалізації	Спеціалізована, бо створюється для виконання певної функції – планування інвестиційної діяльності на підприємстві
8. За тривалістю функціонування	Безперервна, тому що передбачає послідовне здійснення трьох видів планування: стратегічного, тактичного й оперативного, що тісно пов'язані між собою і не можуть здійснюватись розірвано, дискретно, тобто вимагають послідовності у здійсненні. Інвестиційні плани повинні знаходитись у чіткому підпорядкуванні: на основі довгострокових стратегічних цілей і місії підприємства розробляється бізнес – план, який є інструментом досягнення цих цілей, потім створюється система оперативних планів, орієнтованих на бізнес – план
9. За зміною стану	Динамічна, тому що постійно змінює свій стан з плином часу під впливом як зовнішніх, так і внутрішніх чинників

Продовження табл. 1.1

10. За способом опису	Стохастична, оскільки поведінка системи описується у термінах розподілу ймовірностей, проте її можна в деяких випадках віднести і до виду детермінованих, оскільки певні параметри, які описують поведінку системи є функціонально залежними і однозначно визначеними (це переважно стосується такого виду інвестиційного планування, як оперативне, де можна встановити точні значення показників плану та термінів виконання робіт)
-----------------------	---

*Джерело: Складено автором на основі джерела: [179].

Беручи до уваги результати попередніх досліджень [129; 135; 154; 156; 158; 179] і особливості сучасного теоретичного підґрунтя інвестиційного планування, вважаємо за необхідне розглянути детальніше основні властивості запропонованої системи інвестиційного планування, спираючись на загальноприйнятні властивості систем і зважаючи на особливості здійснення інвестиційної діяльності на вітчизняних підприємствах.

1. Цілісність. З кібернетичної точки зору, цілісність системи визначається терміном “емерджентність”: “Система має властивість функціональної емерджентності. Емерджентність (цілісність) – це така властивість системи, яка принципово не редукується до суми властивостей елементів, які складають систему, і не виводяться з них” [5, с. 24]. Для системи інвестиційного планування цілісність зумовлена прагненням досягнення загальної для її підсистем (елементів) мети – інтеграції всіх учасників для виконання комплексу робіт з планування інвестиційної діяльності, що забезпечить досягнення поставлених стратегічних цілей підприємства та, у свою чергу, зробить можливим досягнення головної мети інвестування – отримання прибутку, соціального ефекту чи будь-якої іншої вигоди.

2. Адитивність - полягає у розпаді системи на окремі елементи або компоненти. Ця властивість проявляється в тому випадку, коли планування і здійснення окремого інвестиційного проекту закінчено, а розробка нового в даний момент часу не передбачається. Важливо зазначити, що будь-яка система, у тому числі й система інвестиційного планування, знаходиться між абсолютною цілісністю і адитивністю.

3. Ієрархічність. Система інвестиційного планування є підсистемою загальної системи планування на підприємстві та водночас сама складається з підсистем (системи стратегічного інвестиційного планування, системи тактичного інвестиційного планування та системи оперативного інвестиційного планування).
4. Інтегративність. Підсистеми інвестиційного планування, з одного боку, прагнуть вступити у взаємодію з метою отримання додаткових переваг, а з іншого – кожна з них має власну мету, методи і процедури, характеризується неоднорідністю своїх елементів, що сприяє виникненню суперечностей між підсистемами, які водночас є основою загальносистемного розвитку. Інтегративність не є синонімом цілісності, оскільки характеризує глибинні причини її збереження, однією з яких є прагнення кожної підсистеми до самореалізації і розвитку.
5. Комунікативність. Оскільки система інвестиційного планування є відкритою, вона активно взаємодіє (“спілкується”) із суб’єктами зовнішнього (зовнішня комунікативність) і внутрішнього (внутрішня комунікативність) середовища.
6. Цілеутворення та пріоритетність цілей. Відкритість і самоорганізованість системи створюють підґрунтя для існування і генерації цілей у її внутрішньому середовищі [179, с. 106]. Водночас вони повинні відповідати генеральній меті підприємства і встановлюватись на її основі. Пріоритетності у встановленні цілей необхідно дотримуватись при здійсненні стратегічного, тактичного і оперативного інвестиційного планування.
7. Невизначеність інформаційного забезпечення. Для постановки і реалізації цілей потрібна достовірна, своєчасна, надійна, актуальна інформація в достатньому обсязі. Але мінливість і невизначеність зовнішнього середовища негативно діє на достатність і визначеність наявної інформації, тому система інвестиційного планування завжди знаходиться у стані її пошуку [179, с. 107]. Більшість підприємств сьогодні не мають фінансової можливості на придбання необхідної інформації щодо стану зовнішнього середовища (на проведення

маркетингових досліджень ринків). Тому, у переважній більшості, спеціалісти у сфері планування на підприємстві вимушені займатися пошуком та обробкою інформації самостійно.

8. Орієнтація системи інвестиційного планування на споживача. При проведенні аналізу зовнішнього середовища необхідно звернути особливу увагу на прогнозування майбутніх стратегічних потреб на продукцію, яку планує виготовляти підприємство; здійснити стратегічну сегментацію ринку, проаналізувати конкурентоспроможність продукції. Варто зазначити, що проведення маркетингових досліджень є досить складним, яке пов'язано з обробкою значного обсягу інформації, але без нього в сучасних ринкових умовах господарювання досягнення стратегічних цілей підприємства неможливе.

9. Синергічність – (синергія - походить від грецького “*sinergeia*”) і означає співробітництво, яке дозволяє отримати ефект від взаємодії різних факторів, що є більшим від суми ефектів, отриманих у результаті впливу на досліджуваний об'єкт кожного фактора зокрема. Дозволяє отримати більший за обсягом та значущістю ефект від об'єднання складових у систему, ніж від їх окремого використання.

При системному підході до управління інвестиційною діяльністю інвестиційне планування вирішує такі завдання:

- дослідження умов функціонування підприємства;
- структурування цілей інвестиційної діяльності, які розроблені на вищих рівнях управління, та доведення їх до виконавців;
- устанавлення просторового та часового взаємозв'язку окремих цілей, заходів та виконавців;
- формування програм розподілу інвестицій за рівнями ієрархії управління.

Ефект від запровадження системи інвестиційного планування, на нашу думку, полягає у:

- зменшенні, а в окремих випадках усуненні негативного впливу зовнішнього середовища завдяки наявності в підприємства достовірної і вичерпної інформації про його стан і динаміку;
- скороченні витрат на пошук об'єктів інвестування, створення інвестиційних проектів та їх реалізацію;
- зменшенні тривалості реалізації інвестиційних проектів;
- отриманні вищого результату від втілення інвестиційних проектів для усіх учасників інвестиційної діяльності тощо.

Отже, наведені властивості доводять, що інвестиційне планування є не просто поєднанням окремих елементів, а системою з притаманними їй властивостями, виявленими в результаті застосування системного підходу. Їх дослідження і використання в процесі інвестиційного планування дозволить керівництву і персоналу, що займається плановою роботою, ухвалювати обґрунтовані стратегічні, тактичні і оперативні рішення, які б не суперечили одне одному. І це, на нашу думку, є основним проявом синергічного ефекту від впровадження даної системи в практику господарювання підприємств. Таким чином, відмінність запропонованого підходу до інвестиційного планування від чинної практики інвестиційного планування полягає у використанні в процесі її формування системного підходу, що значно підвищить ефективність інвестиційного процесу на підприємстві. Розглянуті властивості системи інвестиційного планування згруповано і подано на рисунку 1.6.

Для ефективного функціонування системи планування зокрема системи інвестиційного планування, на підприємстві потрібно створити певні передумови: організаційні, інформаційні та кадрові. Організаційна структура підприємства має бути адекватною до системи планування для того, щоб органи управління й організаційні одиниці, які утворюють відповідно організаційну та планову піраміди, взаємодоповнювали одна одну. Процедури планування мають бути сплановані з погляду організаційного забезпечення.



Рис. 1.6. Властивості системи інвестиційного планування

* Джерело: Побудовано на основі джерел: [129; 135; 154; 156; 158; 179].

Як вважають науковці, при побудові системи інвестиційного планування на підприємстві варто пам'ятати, що інвестиційне планування слід здійснювати за допомогою таких забезпечувальних підсистем: інформаційної підсистеми, організаційної та підсистеми прийняття інвестиційних рішень [180, с. 24]. Взаємозв'язок указаних підсистем є настільки сильним, що жодна з них не зможе ефективно функціонувати без інших. Таким чином, з метою успішної реалізації процесу інвестування на підприємстві необхідно використовувати системний підхід до інвестиційного планування (див. рис.1.7).



Рис. 1.7. Забезпечувальні підсистеми системи інвестиційного планування на промисловому підприємстві [180, с.24].

Формування ефективної системи інвестиційного планування на вітчизняних промислових підприємствах насамперед передбачатиме створення певних організаційних передумов, до яких належать:

- освоєння працівниками, які задіяні у здійсненні інвестиційного планування, методів і процедури опрацювання даних про зовнішнє і внутрішнє середовище підприємства та розробку стандартних форм для узагальнення, аналізу і зберігання цієї інформації;
- забезпечення всіх функціональних підрозділів підприємства комп'ютерною технікою та сучасними засобами комунікації з метою отримання оперативної і достовірної інформації про стан справ на підприємстві та в зовнішньому середовищі;
- організація моніторингу зовнішнього оточення і внутрішнього середовища підприємства з подальшим формуванням власного інформаційного банку даних про стан цих факторів;
- здійснення мотивації персоналу в процесі досягнення цілей підприємства, підвищення кваліфікації персоналу в галузі інвестиційного планування, розвиток творчого мислення, формування новаторського підходу персоналу до вирішення окреслених проблем.

Ефективна організація інвестиційного планування на підприємстві передбачає формування цілісної системи планів. Для здійснення функції планування інвестиційної діяльності підприємство розробляє стратегічні плани, бізнес – плани, оперативні плани [108, с. 127] (див. рис.1.8).

Ці три види планів повинні бути чітко пов'язані між собою. На кожному підприємстві, яке здійснює інвестиційну діяльність, необхідно застосовувати всі три види планування. Інвестиційні плани повинні знаходитись у чіткому підпорядкуванні: на основі довгострокових стратегічних цілей і місії підприємства розробляється бізнес – план, який є інструментом досягнення цих цілей, потім створюється система оперативних планів, орієнтованих на бізнес – план.

До основних проблем побудови ефективної системи планування на вітчизняних підприємствах віднесемо такі:

- орієнтація на короткострокові результати діяльності, нерозвиненість стратегічного управління, відсутність систематичного контролю

за відповідністю результатів поточної діяльності підприємства його стратегічним цілям;

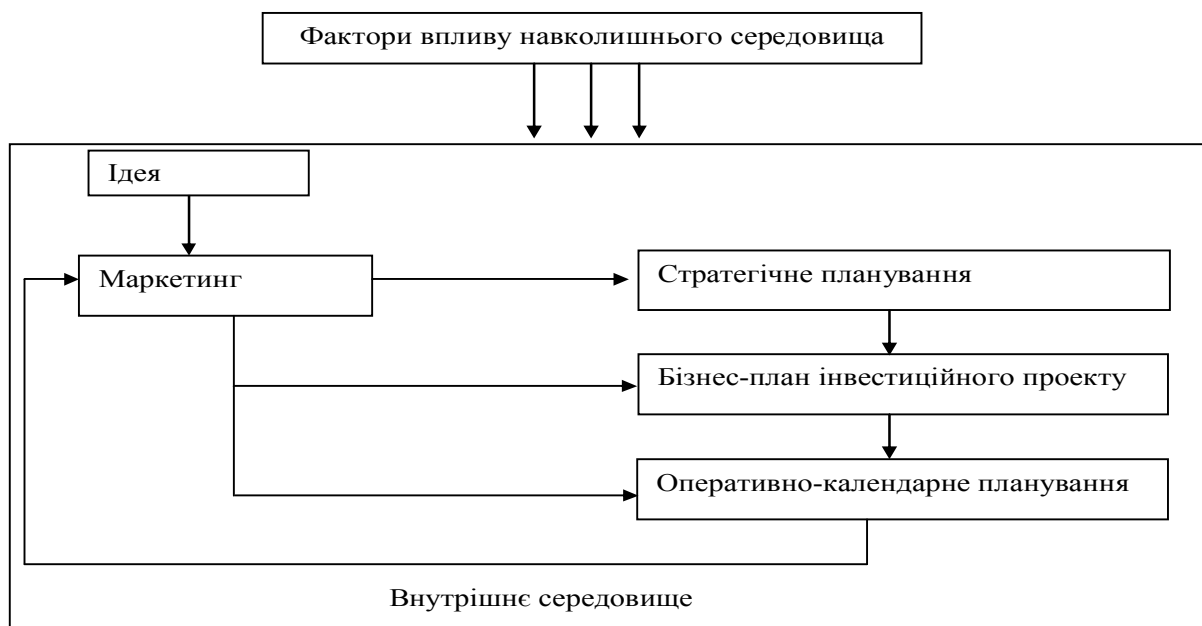


Рис. 1.8. Система планів при інтеграції планування інвестиційною діяльністю [108].

- фрагментарність та відсутність комплексності поточних планів, зниження рівня координації в системі; практично повна відсутність роботи на ринку, не розробленість методично-аналітичної бази для аналізу ринку;
- нерозвиненість корпоративного управління, розбіжності інтересів власників, управлінського персоналу та колективу [144, с. 36].

На нашу думку, інвестиційні плани, незалежно від виду, повинні бути: адекватними до умов господарювання, що існують; достовірними, тобто відображати реальний стан справ на підприємстві; точними щодо планових розрахунків; вчасними, тобто складатись і використовуватись за призначенням у потрібний час; достатніми, тобто містити мінімально необхідний обсяг інформації; ясними і лаконічними у формулюванні; зрозумілими та доступними до сприйняття; чіткими та логічними щодо послідовності викладення матеріалу; конкретними; обґрунтованими щодо всіх положень та інше.

Підсумовуючи та беручи до уваги, що на сьогодні немає однозначного трактування змісту поняття “система інвестиційного планування”, визначимо її

як сукупність процесів, методів і заходів із планування інвестиційної діяльності для отримання підприємством позитивного економічного результату. При цьому інвестиційне планування на підприємстві в рамках запропонованої системи виступає, по-перше, як вид діяльності зі стратегічного управління, яке полягає у визначенні перспективних цілей і методів інвестування та обґрунтуванні ефективності їх досягнення; по-друге, це процес, за допомогою якого здійснюються певні планові процедури; по-третє, галузь наукових і практичних знань, яка використовує специфічні прийоми та інструменти планування.

Характеризуючи сутність поняття системи інвестиційного планування, виділимо такі її основні змістові складові:

- функціональну – система як сукупність видів діяльності, спрямованої на досягнення певних результатів у галузі інвестування;
- процесну – система, з точки зору виконання дій для виявлення і вирішення проблем, процес і підготовка прийняття інвестиційних рішень;
- елементну – система як зв'язуюча діяльність з організації взаємодії структурних елементів, задіяних в інвестиційному плануванні.

Такий умовний поділ дозволяє, по-перше, розглянувши види і зміст управлінської діяльності, розробити механізм цілевизначення і забезпечення досягнення цілей інвестиційної діяльності. При цьому треба брати до уваги ієрархічний (багаторівневий) спосіб формування мети (цілі), аналізувати взаємозв'язки між цілями на всіх рівнях управлінської вертикалі. Так, якщо для кондитерського підприємства основною метою залучення інвестицій буде вихід на зовнішній ринок, то цілі нижчого рівня мають чітко «вишикуватись» по ієрархічному ланцюгу: забезпечення стандартизації і сертифікації продукції за системою ISO; використання сучасних технологій та обладнання; досягнення відповідних обсягів виробництва продукції; налагодження системи постачання сировини і збуту готової продукції тощо.

Під кожен із таких необхідно передбачити певні фінансові ресурси, обсяг, умови і джерела надходження яких мають бути складовою нижчого рівня

загального інвестиційного плану підприємства (інвестиційної стратегії) або плану окремого інвестиційного проекту та відображатися в них.

По-друге, проаналізувавши стадії й етапи процесу управління, виробити принципи створення і технологію використання системи інвестиційного планування. Тут необхідним є чітке структурування ситуації, її оцінка, виділення для підприємства його сильних і слабких сторін, зовнішніх можливостей. Саме в цьому випадку слід звернутися до SWOT-аналізу і на основі його результатів формувати певні інвестиційні рішення. Також важливим моментом у цьому аспекті є врахування принципу синергізму при функціонуванні систем, тобто багатофакторності процесів, нелінійності впливу різних чинників на результати функціонування системи. Тому при прийнятті інвестиційних рішень слід розробляти якомога більшу кількість альтернативних варіантів – сценаріїв розвитку ситуації при різних механізмах залучення та використання інвестицій.

По-третє, акцент переноситься на дослідження інформаційної системи, кадрового складу, стилю управління, технічного оснащення управління з метою визначення ролі і значення кожного елемента системи, її внутрішньої будови.

Отже, система інвестиційного планування, у тому числі на кондитерських підприємствах, повинна розглядатися як триєдине поняття, що об'єднує певні функції, процеси та елементи і взаємодія яких може забезпечити ефект синергії при функціонуванні цієї системи.

Щодо стратегічного управління, частиною якого є інвестиційне планування, вважаємо можливим і необхідним змінити як складу напрямків і видів управлінської діяльності на підприємстві, так і їх внутрішнього змісту для досягнення необхідних економічних результатів, у нашому випадку – ефективного планування і здійснення інвестиційного проекту. У зв'язку з цим вважаємо, що для успішного функціонування система інвестиційного планування повинна володіти такими адекватними реакціями на зовнішні впливи, які б відповідали за якістю і складністю рівню змін, що проходять у середовищі. Вимоги, що ставить сьогодні перед вітчизняними підприємствами

інвестиційна криза, однозначно передбачають внесення змін і в структуру управління з метою забезпечення відповідного рівня прогнозування, планування, організації, координації і контролю інвестиційної діяльності на підприємстві.

Отже, як бачимо з вище викладеного матеріалу, для підприємств, які передбачають довгострокове й успішне функціонування на ринку, обов'язковим є використання системного підходу в здійсненні інвестиційного планування. Практика діяльності вітчизняних підприємств сьогодні вимагає впровадження системи інвестиційного планування, оскільки врахування і пристосування до мінливих умов зовнішнього ринкового середовища є неможливим без системи обґрунтованих планових показників, у тому числі в галузі інвестиційної діяльності підприємства.

Висновки до розділу 1

1. У сучасних умовах інвестиційна діяльність є основним фактором якісних перетворень і стабільності економіки. Інвестиції в розширення і модернізацію виробничих потужностей сприяють підвищенню ефективності виробництва, забезпечують накопичення оборотних засобів, виступають найважливішим елементом сукупних витрат, здійснюють вплив на обсяг, структуру оновленого виробництва, попит і пропозицію, зайнятість населення та ін.

2. В умовах ринкової економіки роль і місце планування інвестиційної діяльності в загальній системі управління зазнали значних змін. На основі досліджень літературних джерел з означеної проблематики запропоновано авторський підхід до визначення категорії “інвестиційне планування” як процесу формування основних напрямків інвестиційної діяльності та розробки системи планів і планових показників згідно з внутрішніми та зовнішніми можливостями та відповідними організаційно-правовими умовами його забезпечення з метою досягнення головної мети та цілей підприємства.

3. У процесі дослідження виявлено основні закономірності інвестиційного планування, зокрема такі: на етапі інвестиційного планування приймаються важливі управлінські рішення, що в майбутньому матимуть вплив на усі аспекти діяльності підприємства; при плануванні інвестицій в розвиток підприємств необхідно враховувати, що переважно це значні фінансові витрати в обладнання і технології, які дозволяють досягнути стратегічних цілей розвитку підприємства та впливають на добробут усіх учасників інвестиційного процесу; ухвалені управлінські рішення щодо інвестування в розвиток промислових підприємств незворотні (невелика ліквідність основних засобів); необхідно зважати на ринкові фактори здійснення інвестиційного планування: невизначеність зовнішнього середовища, ризик, час.

4. Теоретичний підхід до аналізу, узагальнення і систематизації принципів та методів інвестиційного планування та методологічних розробок зі здійснення інвестиційного планування на підприємстві дозволив запропонувати єдину класифікаційну систему принципів та методів інвестиційного планування відповідно від виду інвестиційного планування. Аргументовано, що запропонована система повинна включити загально-філософські, загально-системні, стратегічні, організаційні принципи, загальні та спеціальні принципи планування. Встановлено, що на етапі стратегічного планування інвестиційної діяльності пріоритетним є застосування методів маркетингових досліджень, методів прогнозування та аналітичних методів; на етапі тактичного планування – балансового та нормативного методів; на етапі оперативного інвестиційного планування – метод бюджетування. Водночас загальнонаукові та економіко-математичні методи складають підґрунтя розробки та прийняття інвестиційних рішень на усіх етапах планування інвестиційної діяльності (усієї системи інвестиційного планування).

5. Сутність поняття “система інвестиційного планування” слід трактувати як складну систему змістових складових, а саме: функціональної (система як сукупність видів діяльності, спрямованої на досягнення певних результатів у галузі інвестування), процесної (система, з точки зору виконання

дій для виявлення і вирішення проблем, процес і підготовка прийняття інвестиційних рішень), елементної (система як зв'язуюча діяльність з організації взаємодії структурних елементів, задіяних в інвестиційному плануванні).

6. Ефективна діяльність і розвиток вітчизняних кондитерських підприємств неможливі без розроблення і послідовного втілення системи інвестиційного планування в практику діяльності підприємств. У дисертації аргументовано розгляд системи інвестиційного планування на підприємстві через призму інформаційної взаємодії із зовнішнім середовищем як процесу збору, обробки інформації про зовнішнє середовище і внутрішній стан підприємства, її трансформації за допомогою ресурсів і методів у планово-контрольні показники та створення підґрунтя для прийняття управлінських рішень щодо інвестування.

7. Ґрунтуючись на загальноприйнятих властивостях систем і беручи до уваги особливості здійснення інвестиційної діяльності на вітчизняних підприємствах виділені такі властивості системи інвестиційного планування: синергічність, орієнтація системи інвестиційного планування на споживача, невизначеність інформаційного забезпечення, цілеутворення та пріоритетність цілей, комунікативність, інтегративність, ієрархічність, адитивність, цілісність.

8. Формування ефективної системи інвестиційного планування на вітчизняних промислових підприємствах передбачає створення певних організаційних передумов, а саме: освоєння працівниками, які задіяні у здійсненні інвестиційного планування, методів і процедури опрацювання даних про зовнішнє і внутрішнє середовище підприємства; забезпечення комп'ютерною технікою та сучасними засобами комунікації; організація моніторингу зовнішнього оточення і внутрішнього середовища підприємства; здійснення мотивації персоналу в процесі досягнення цілей підприємства, підвищення кваліфікації персоналу в галузі інвестиційного планування тощо.

9. Сучасні швидкозмінні умови розвитку соціально-економічних відносин, складність і багатоаспектність інвестиційної діяльності підприємства,

мінливість зовнішнього середовища, дискретність у прийнятті інвестиційних рішень вимагають подальшого розвитку та вдосконалення науково-теоретичних та методичних засад інвестиційного планування на промислових підприємствах з використанням системного підходу в розгляді даного питання. На нашу думку, для підприємств, які передбачають довгострокове і успішне функціонування на ринку, обов'язковим є застосування системного підходу в здійсненні інвестиційного планування.

Положення та ідеї, викладені у розділі 1 дисертаційної роботи, знайшли відображення у публікаціях автора [13], [15], [16], [17], [19].

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПЛАНУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ КОНДИТЕРСЬКОЇ ГАЛУЗІ

2.1. Аналіз макросередовища функціонування підприємств кондитерської галузі

Продовольче забезпечення і продовольча безпека є одними з найважливіших завдань державної політики будь-якої країни. Вони залежать, насамперед, від ефективного функціонування харчової промисловості як стратегічно важливої галузі економіки, що безпосередньо формує запаси продовольства в державі і створює підґрунтя сталого економічного зростання.

Сектор виробництва кондитерських виробів є важливою складовою харчової промисловості України за обсягами виробництва, часткою експорту, обсягами залучення інвестицій, а отже, за інвестиційною привабливістю. Це одна з небагатьох високорентабельних галузей промисловості, яка змогла відносно швидко адаптуватись до ринкових умов господарювання і увійти в десятку бюджетоутворюючих секторів економіки.

Наявність в Україні місцевої сировини – борошна та цукру – стала передумовою для створення та розвитку протягом ХХ століття потужної кондитерської промисловості. На початку 90-х років кондитерські вироби виготовляли 200 українських підприємств, а обсяги виробництва склали 1 111 300 тонн [92].

Із розпадом СРСР економічний спад, природно, торкнувся й кондитерської галузі, якому посприяло стрімке зростання обсягів імпортованих кондитерських виробів. Проте, у відповідь на такі тенденції, вітчизняні виробники зосередили свою увагу на покращенні якості та розширенні асортименту кондитерської продукції. Поряд з великими підприємствами на ринку з'явилася велика кількість дрібних підприємств.

Позитивні тенденції в кондитерській галузі промисловості відзначаються починаючи з 1997 року, після спаду в період 1991-1996 років і до 2004 року була досягнута певна структуризація ринку: основні гравці створили холдинги та корпорації, завоювали споживачів у своїх сегментах ринку, налагодили постачання як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках, інвестували в нове обладнання, зосередились на якості та асортименті, закріпили старі бренди та вивели на ринок інноваційні продукти й нові торговельні марки [61].

Більшість змін у кондитерському секторі відбулась завдяки інвестиціям, які мали як зовнішнє, так і вітчизняне походження. Галузь і сьогодні залишається інвестиційно привабливою через незначні терміни окупності вкладених інвестицій, стабільний попит, наявність вітчизняної сировини тощо. Тому проблематика інвестиційного планування взагалі, і для виробників-кондитерів зокрема, залишається актуальною, вимагає глибших досліджень і розробки пропозицій щодо його вдосконалення.

Інвестиційне планування неможливе без дослідження середовища його функціонування, імовірних небезпек, оцінки власних можливостей і переваг, що можуть мати місце при здійсненні інвестиційної діяльності. Зокрема, потребують дослідження чинники макросередовища підприємства, яке складається з елементів, що не пов'язані з підприємством прямо, але мають вплив на формування загальної атмосфери бізнесу, створюють так звану «екологію» підприємства, хоча не є середовищем його безпосередніх контактів.

Для оцінки можливостей активізації інвестиційних процесів у кондитерському виробництві України та інвестиційного планування на підприємствах макроекономічні показники є особливо важливими, оскільки саме вони першочергово потрапляють у поле зору потенційних інвесторів і критично оцінюються ними.

Зовнішнє макросередовище промислових підприємств, яке ще називають середовищем непрямого впливу або неконтрольованим середовищем, доцільно аналізувати за елементами, які, на нашу думку, найбільш суттєво впливають на інвестиційні процеси у харчовій промисловості загалом і в кондитерській галузі

зокрема: економічними, політико-правовими, соціально-демографічними, виробничо-технологічними та ринковими.

Так, значний вплив на діяльність підприємств мають економічні чинники, тому аналіз макросередовища доцільно розпочати саме з них. Насамперед, на розвиток будь-якого виробництва впливає загальна економічна ситуація в державі, яку можна оцінити за багатьма макроекономічними показниками. Так, про динаміку внутрішнього валового продукту (ВВП) свідчать показники, наведені в табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Динаміка ВВП України за 2006-2010 роки*

Показники	2006	2007	2008	2009	2010
1) ВВП, млн. грн.	544153	720731	948056	914720	1086935
2) ВВП у розрахунку на одну особу, грн.	11630	15496	20495	19832	23700
3) Індекс ВВП, в % до попереднього року	107,3	107,9	102,3	85,2	104,2
4) Індекс ВВП у розрахунку на одну особу, в % до попереднього року	108,1	108,6	102,9	85,6	119,5

*Примітка: складено за даними Держкомстату України [59].

За даними табл. 2.1, бачимо, що протягом 2006-2010 рр. найбільшого падіння ВВП зазнав у 2009 році, коли знизився на 14,8% у порівнянні з попереднім роком. За оцінкою Держкомстату, через тривале скорочення населення країни падіння ВВП у розрахунку на одну людину в 2009 році було дещо меншим – 14,4% і склало 19,83 тис. грн. У цьому ж році ВВП України знизився до 63,3% від рівня 1990 року, перевищивши показник 2005 року. Найкращим це значення 74,2% було у 2008 році (в докризовий період), коли українська економіка в цілому зросла на 2,3%. У 2010 р., за даними Держкомстату, ВВП зріс на 4,2% і вперше за роки незалежності перевищив трильйонний рубіж, сягнувши показника 1,086 трлн. грн. Україна опинилась на 7 місці серед країн СНД за темпами зростання ВВП.

Важливим є показник ВВП у розрахунку на одну особу. У 2010 р. він сягнув 23,7 тис. грн., що склало 119,5% у порівнянні з 2009 р. Хоча, слід

зазначити, зростання цього показника обумовлене в основному демографічними чинниками (щорічним скороченням населення), а не абсолютним зростанням показника ВВП.

Економічна ситуація в країні, насамперед, визначається показниками промислового виробництва. Динаміка промислового виробництва за 2006-2010 рр. наведена на рис. 2.1, звідки бачимо, що темпи зростання виробництва продукції харчової промисловості на фоні промислового виробництва взагалі протягом останніх п'яти років були вищими. Навіть скорочення промислового виробництва в кінці 2008 – 2009 рр. не позначилось так катастрофічно на виробництві продуктів харчування: якщо у 2009 р. переробна промисловість зазнала падіння більше, як на чверть (26,6%), то в харчовій промисловості зниження темпів виробництва становило лише 6,1%. Це свідчить, що виробництво харчових продуктів є традиційною галуззю вітчизняної економіки, яка, незважаючи на кризові коливання, завжди має ринки збуту, що є основою економічної стабільності підприємств – виробників галузі.

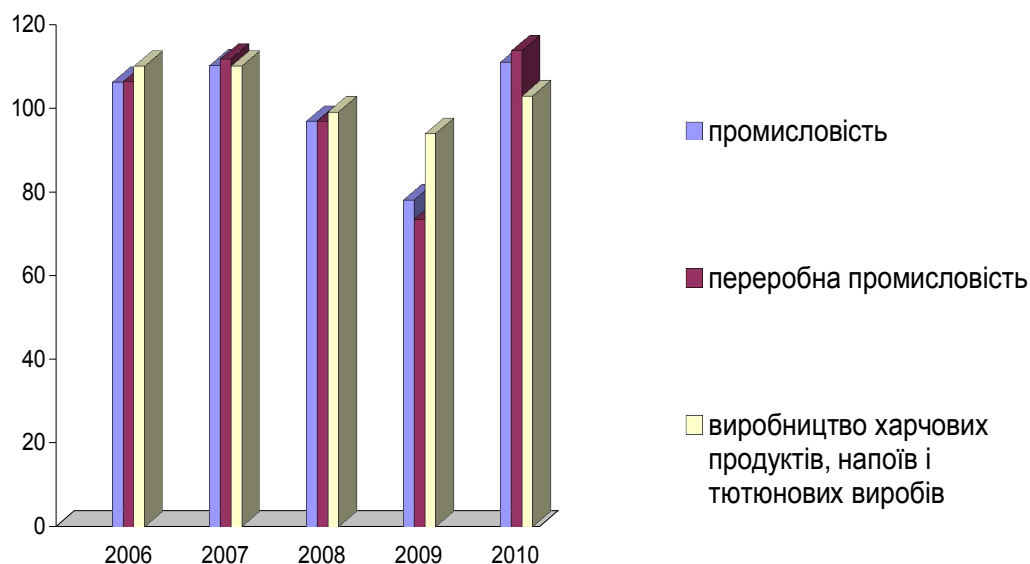


Рис. 2.1. Динаміка промислового виробництва України за 2006 - 2010 рр. (в % до попереднього року)*

*Примітка: складено за даними Держкомстату України [59].

Простеживши динаміку темпів росту виробництва харчових продуктів, напоїв і тютюнових виробів починаючи з 1995 року (рис.2.2), бачимо, що лише у 2008 – 2009 рр. темпи зниження обсягів виробництва цих видів продукції були помітними і вперше за 10 років знизилися нижче 100% і становили відповідно 99,1 та 93,9%.

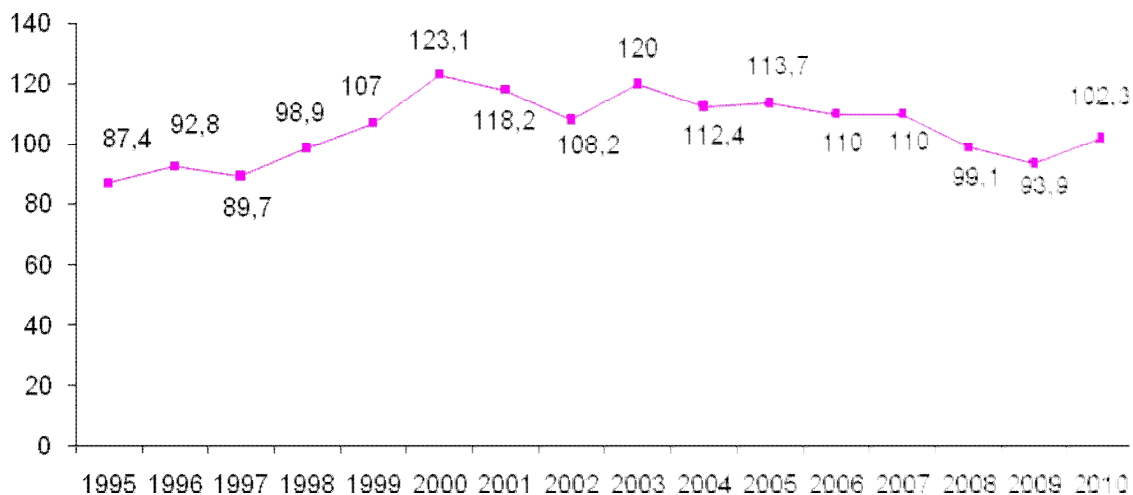


Рис. 2.2. Динаміка темпів росту виробництва харчової промисловості в Україні у 1995 - 2010 рр.*

*Примітка: складено за даними Держкомстату України [59]

Останні аргументи свідчать про доцільність інвестування у вітчизняну харчову промисловість, оскільки вона є однією з найбільш стабільних серед промислових виробників і потенційно займатиме і далі ключові позиції в реальному секторі економіки України.

Формування загальної картини економічної ситуації в країні здійснюють показники фінансових результатів діяльності підприємств, що характеризують ефективність їх функціонування (табл. 2.2.).

Таблиця 2.2

Фінансові результати від звичайної діяльності промислових підприємств
України до оподаткування за 2006-2010 роки (млн. грн.)*

Показники	2006	2007	2008	2009	2010
Промисловість	34699,6	43700,9	20243,2	-4788,1	26530,5
Виробництво харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів	4425,3	3711,3	-5468,6	5856,5	5211,0
Питома вага промисловості в забезпеченні позитивних фінансових результатів у промисловості	12,7	8,5	-	-	19,6

*Примітка: складено за даними Держкомстату України [59]

Дані табл. 2.2 демонструють, що харчова промисловість, яка в загальному обсязі промислового виробництва України складає близько 15%, у 2010 р. фактично наблизилась до 20-відсоткової частки у формуванні загальних прибутків промислових підприємств. Винятком є 2008-2009 рр. через кризові явища в економіці, які не оминули й виробництво продуктів харчування.

Частка прибуткових підприємств у промисловості та харчовій галузі в 2006-2010 рр. представлена на рис. 2.3.

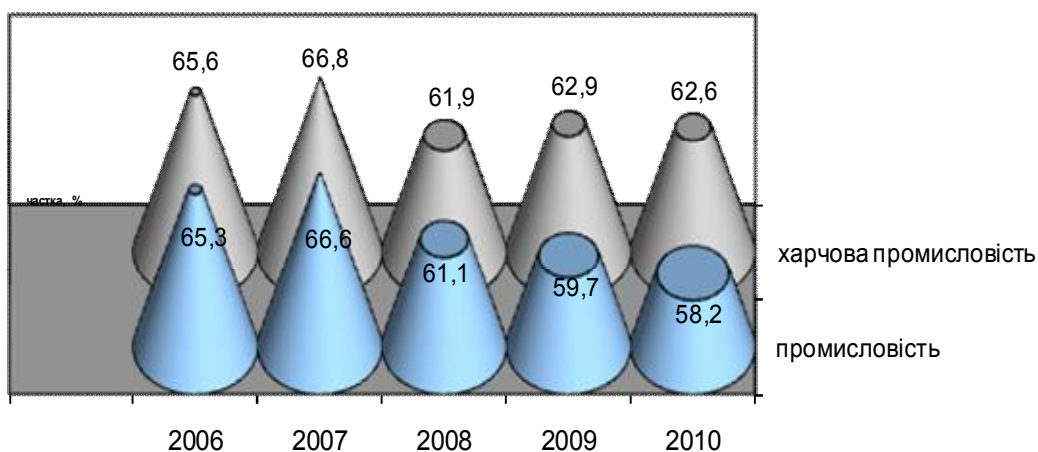


Рис. 2.3. Частка прибуткових підприємств у промисловості України у 2006-2010 роках *

*Примітка: складено за даними Держкомстату України [59]

Як бачимо, частка прибуткових підприємств у харчовому виробництві завжди випереджала їх питому вагу в промисловості загалом, а протягом останніх років цей розрив зростає.

Упродовж 2010 р. динаміка фінансових результатів діяльності підприємств була позитивною завдяки дії відновних процесів в економіці, пов'язаних з покращенням зовнішньої кон'юнктури та розширенням внутрішнього ринку. Найбільш позитивні фінансові результати сформувались у промисловості (26,5 млрд. грн.): приріст промислового виробництва порівняно з 2009 р. становив 11,2%. Це є наслідком покращення ситуації на основних світових ринках та впливом дії стабілізаційних заходів у ключових галузях економіки. Позитивні фінансові результати в харчовій промисловості (5,2 млрд. грн.) зумовлені стабільно високим попитом на вітчизняні продукти харчування [104].

Важливим макроекономічним показником є індекс інфляції, який відображає не лише зростання цін, але й викликає зворотно пропорційне зниження купівельної спроможності (знецінення) грошової одиниці. Для пересічного споживача інфляція асоціюється із загальним ростом цін, який не супроводжується зростанням виробництва товарів та послуг. На рис. 2.4 представлені дані, які ілюструють індекси інфляції в Україні за 2001-2010 рр.

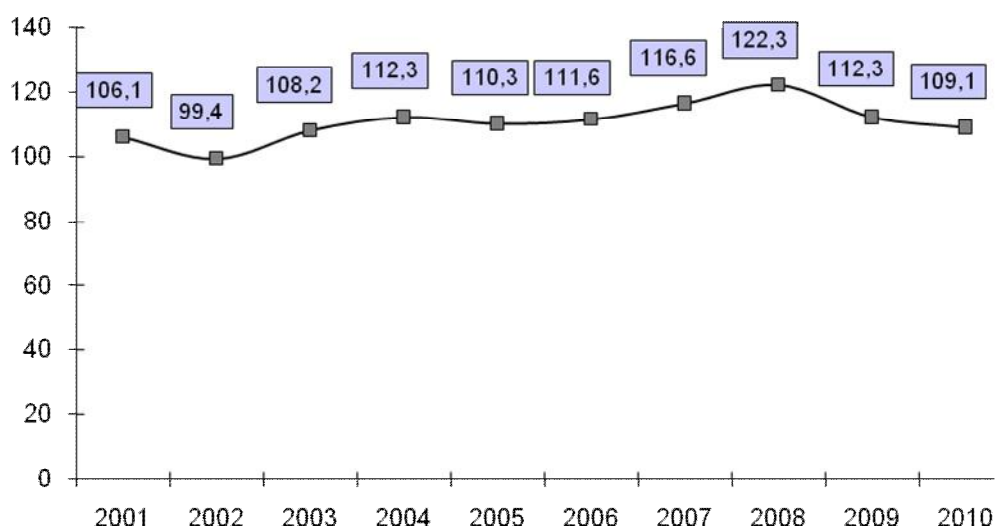


Рис. 2.4. Динаміка індексів інфляції в Україні у 2001-2010 роках*

*Примітка: складено за даними Держкомстату України [59]

Уже в першій половині 2011 р. середньомісячний індекс споживчих цін становив близько 1% (для довідки: середній показник цього ж періоду у 2002-2010 рр. – 101,7%) [104].

За товарною структурою інфляція в основному була сформована за рахунок подорожчання продуктів харчування на 1,3%, що забезпечило внесок до індексу споживчих цін на рівні 0,7 відсоткового пункту, та підвищення цін (тарифів) на комунальні послуги на 1,4% (внесок 0,2 відсоткового пункту). Так, на продовольчому ринку спостерігається зростання цін на хліб на 0,6%, борошно – на 0,9%, різні крупи – від 1,6 до 11,1% через подорожчання пшениці, що було зумовлено як реакцією внутрішнього ринку на підвищення світових цін на зернові культури, так і через ажіотажний попит з боку населення на деякі групи харчових продуктів; на цукор – на 2,7% через підвищення цін на дану продукцію на світовому ринку [104].

Основними сповільнювальними факторами, які впливали протягом останніх років на формування цін на споживчому ринку, були: 1) достатність пропозиції на споживчому ринку, у тому числі і через квотування експорту зернових (відповідно до постанови КМУ від 04.10.2010 № 938 із змінами); 2) уповільнення зростання цін виробників у харчовій промисловості; 3) збільшення депозитів фізичних осіб (середньомісячне зростання близько 1%); 4) скорочення споживчого кредитування (середньомісячне зменшення близько 0,3%); 5) стабільність на валютному ринку. Прискорювальними факторами були як зовнішні, так і внутрішні чинники. Так, до зовнішніх віднесемо: зростання світових цін на зернові (у січні 2010 р. порівняно з груднем 2009 р. ціна підвищилася на 4,9%); подорожчання цукру та нафти на світовому ринку; вплив світової агроінфляції (за даними Продовольчої та сільськогосподарської організації ООН (FAO) у січні 2011 р. індекс цін на продовольство був найвищим з 1990 р. і становив 231 пункт); прискорення інфляційних процесів у країнах-партнерах та інфляційна інерція; до внутрішніх – розширення платоспроможного попиту, головним підтвердженням чого було зростання обігу роздрібною торгівлі у січні на 11,7% [104].

Згладжування інфляційних процесів ілюструють показники номінальної та реальної заробітної плати в Україні, темпи зростання яких наведені на рис. 2.5. Зростання реальної середньомісячної заробітної плати вже у січні 2011 р. склало 10,6%. Збільшення реальної заробітної плати відбулося завдяки позитивній динаміці виробництва, підвищенню мінімальної заробітної плати на 8,3% (у розрахунку січень 2011 р. до січня 2010 р.) та через відносно менші темпи інфляції [104].

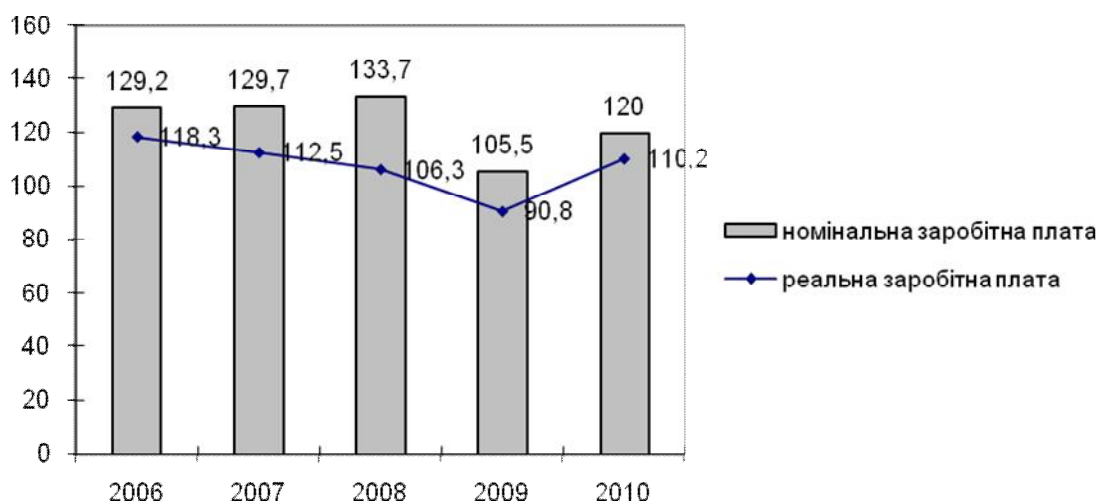


Рис. 2.5. Темпи зростання номінальної та реальної заробітної плати в Україні протягом 2006-2010 років *

*Примітка: складено за даними Держкомстату України [59].

Низхідний характер кривої інфляції протягом останніх років (рис. 2.4) та висхідний кривої реальної заробітної плати (рис. 2.5) свідчить, що цей елемент економічної складової макросередовища на сьогодні є одним із сприятливих для розширення виробництва як у харчовій промисловості, так і в кондитерському виробництві зокрема. Оцінюючи макросередовище функціонування підприємств харчової промисловості та кондитерського виробництва, слід звернути увагу на рівень доходів населення та його динаміку. Кондитерські вироби не є продукцією першої необхідності та не входять до переліку продуктів, які формують «споживчий кошик». Проте ці вироби, завдяки своїм смаковим властивостям, завжди користуються попитом у населення. За

деякими спостереженнями, зростання доходів населення на 1% призводить до збільшення попиту на солодощі на 0,5-0,6% [92].

У табл. 2.3 представлені дані про рівень наявних доходів у розрахунку на одну особу та їх динаміку в 2005-2010 рр. У 2010 р. номінальні доходи населення зросли на 19,6%, а номінальні наявні доходи, які можуть бути використані населенням на придбання товарів і послуг, збільшились на 20,4%; реальні наявні доходи громадян з урахуванням цінового фактора – на 11%.

Таблиця 2.3

Динаміка доходів населення України у 2005-2010 роках*

Роки	Наявні доходи в розрахунку на одну особу, грн.	Зміна реальних наявних доходів, % до попереднього року
2005	6332,1	23,9
2006	7771,0	11,8
2007	10126,0	14,8
2008	13716,3	7,6
2009	14606,2	-8,5
2010	17469,0	19,6

*Примітка: складено за даними Держкомстату України [59].

Певний вплив на платоспроможний попит населення в країні має рівень його зайнятості, який у статистичній практиці оцінюється за показниками рівня безробіття (рис.2.6).

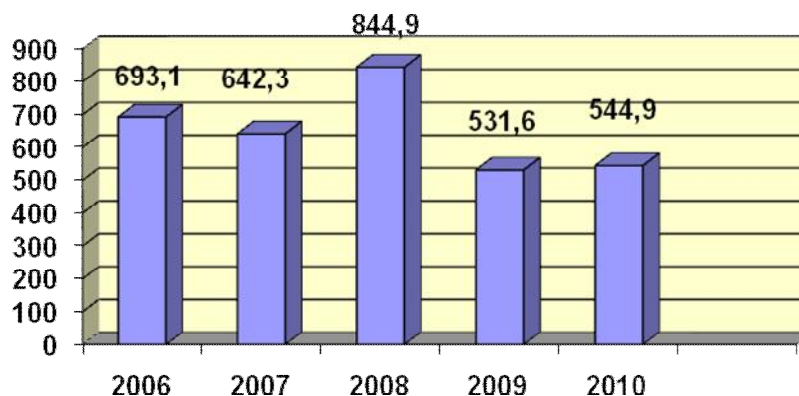


Рис. 2.6. Рівень безробіття в Україні у 2006-2010 роках (тис. осіб)*

*Примітка: складено за даними Держкомстату України [59].

За методологією МОП, рівень безробіття знизився на кінець 2010 р. з 8,5% (2009 р.) до 8%. Зазначимо, що, за підсумками 2010 р., рівень безробіття в Україні був нижчим за аналогічний індикатор у країнах ЄС (9,6%), де найвищий рівень безробіття зафіксовано в Іспанії – 20% та Латвії – 19,9% [104].

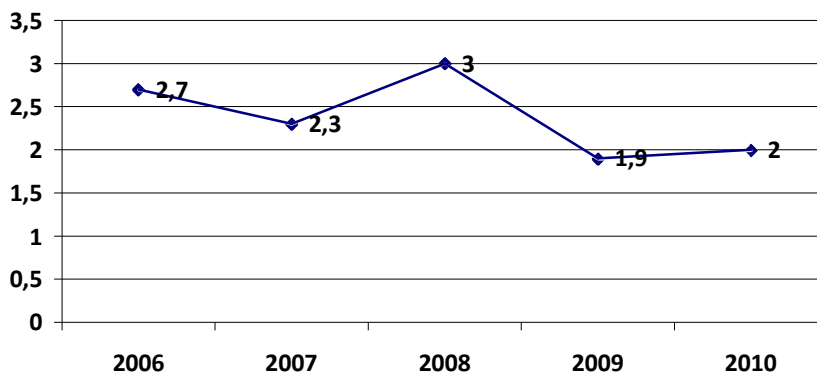


Рис. 2.7. Рівень зареєстрованого безробіття в Україні у 2006-2010 роках (в % до населення працездатного віку)*

*Примітка: складено за даними Держкомстату України [59].

На інвестиційну привабливість окремих галузей і виробництв має вплив такий чинник макросередовища, як обсяги зовнішньої торгівлі. Вони є ознакою конкурентоспроможності продукції, яка, у свою чергу, забезпечується певними інвестиційними вкладеннями у нові технології, прогресивне обладнання, об'єкти інтелектуальної власності та ін. Загалом в економіці протягом останніх років спостерігалось від'ємне сальдо торгівлі товарами (наприклад, у 2010 р. 9,3 млрд. дол. США). Однак у торгівлі продовольчими товарами і сировиною для їх виробництва торгівельне сальдо було додатнім (4,2 млрд. дол. США).

Структура зовнішньої торгівлі в Україні за 2006-2010 рр. у частині експорт-імпорт готових харчових продуктів та кондитерських виробів наведена в табл. В.1 додатку В. За її даними можемо зробити висновок, що експорт-імпорт харчової продукції, починаючи з 2006 р., мав хвилеподібну динаміку. Однак щодо експорту-імпорту цукру та кондитерських виробів з нього, то у 2006-2007 рр. експорт перевищував імпорт, а з 2008 р. імпорт різко зріс через скорочення посівних площ під цукрові буряки, непередуманої державної політики щодо підтримки виробництва цукру та зобов'язаннями України у зв'язку із вступом у СОТ. На кінець 2010 р. темпи росту імпорту цукру та кондитерських виробів з нього сягнули 264,3 %.

Проте кондитерське виробництво має усі можливості розвиватись у напрямку збільшення експорту какаоємних продуктів (шоколаду, цукерок), оскільки ці продукти, завдяки високій якості, давно завоювали симпатії споживачів у багатьох країнах світу. Цей сектор кондитерського виробництва останніми роками демонструє додатні темпи росту (за винятком 2009 р.). Такі факти є свідченням того, що інвестиційні процеси в кондитерському виробництві мають реальне підґрунтя для активізації, а це, у свою чергу, вимагає розвитку методології інвестиційного планування в цьому секторі виробництва.

Охарактеризовані економічні чинники макросередовища в загальному є сприятливими для розвитку харчової промисловості України загалом і кондитерського виробництва зокрема, оскільки на рівень попиту на продукцію впливають як загальні темпи промислового виробництва, фінансові результати діяльності харчових підприємств, так і рівень інфляції, доходів населення, його зайнятість та ін. Після загального скорочення виробництва у 2008-2009 рр. та в кондитерському секторі зокрема галузь має перспективи розвитку та повинна використати свої переваги в інвестиційному процесі.

У зв'язку з тим, що в сучасних умовах виробничо-господарська діяльність промислових підприємств значною мірою визначається станом політико-правового середовища в країні, оцінка чинників політичного і правового характеру в системі моніторингу зовнішнього середовища кондитерських підприємств набуває дедалі більшої актуальності. Внутрішній ринок завжди знаходився під впливом політичних подій та рішень. Відповідно до цього політичного чинника формувались і формуються усі рішення та дії і в площині міжнародного бізнесу.

У ході дослідження політико-правового середовища функціонування кондитерських підприємств, на нашу думку, доцільно зупинитись на тих його чинниках, які в найбільшій мірі впливають не лише на динаміку чи структуру виробництва, але й на інвестиційні процеси у галузі, а саме: рівень політичної

стабільності в країні; рівень державної підтримки і сприяння розвитку бізнесу загалом та підприємств галузі зокрема; дієвість правової системи.

Політична стабільність є суб'єктивним явищем, досить багатогранним і забезпечується стійкістю політичних відносин, економічного життя, релігійних спільнот, партійної ідеології, національних меншин, політичної еліти. Саме вони є складовими елементами політичної стабільності. Також важливим чинником стабільності є соціально-культурний стан суспільства.

На сьогодні досить актуальним є питання державної підтримки і сприяння розвитку бізнесу. Таке сприяння можна забезпечити шляхом правової підтримки як бізнесу в цілому, так і кондитерської галузі. Офіційна інформація профільних міністерств свідчить, що протягом останніх років в Україні відбувалось незначне спрощення умов ведення бізнесу.

Так, Верховною Радою України прийнято ряд нормативно-правових актів, спрямованих на подальшу дерегуляцію підприємницької діяльності та поліпшення ведення господарської діяльності в Україні, зокрема: Закон України “Про внесення змін до Закону України “Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності”; Закон України “Про внесення змін до Закону України “Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності”; постанову Кабінету Міністрів України “Про затвердження переліку певних дій щодо провадження господарської діяльності або видів господарської діяльності, які не можуть провадитися на підставі подання декларації відповідності матеріально-технічної бази суб'єкта господарювання вимогам законодавства”.

Варто зазначити, що починаючи з 2008 р., спостерігається продовження негативних тенденцій у динаміці залучення іноземних інвестицій в економіку України (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Прямі іноземні інвестиції в Україну у 2006-2010 роках*

Роки	Обсяги прямих іноземних інвестицій, наростаючим підсумком з початку інвестування, млн.дол.США	Темпи росту обсягу інвестицій, в % до попереднього року
2006	21607,3	127,9
2007	29542,7	136,7
2008	35616,4	120,6
2009	40026,8	112,4
2010	42511,9	110,2

*Примітка: складено за даними Держкомстату України [59]

Разом з тим статистичні дані свідчать, що Україна залишається привабливою для інвестицій, є достатньо інтегрованою у світове господарство, проте погіршення основних фінансово-економічних показників зовнішніх ринків суттєво впливає на стан вітчизняної економіки.

Отже, спад темпів приросту прямих іноземних інвестицій в економіку України, починаючи з другого півріччя 2008 р., найбільшою мірою пояснюється впливом світової фінансово-економічної кризи на рух капіталу.

Крім того, негативно впливають на інвестиційну активність в Україні такі чинники: складна ситуація у банківській сфері, що призвела до обмеження довгострокового кредитування реального сектора економіки; незадовільна кон'юнктура зовнішнього ринку за традиційними товарними групами українського експорту; ризики дестабілізації на валютному ринку; складні регуляторні процедури (складність адміністрування податків, кількість та складність отримання дозволів, технічне регулювання (сертифікація та стандартизація); перевірки органів державного нагляду).

Тому актуальним на сьогодні є питання удосконалення правової та організаційної бази для підвищення ефективності механізмів формування сприятливого інвестиційного клімату. Низку позитивних кроків у цьому напрямі вже здійснено:

1. На сьогодні в Україні вже створене правове поле для інвестування. Законодавство України передбачає визначені гарантії діяльності для інвесторів.

2. Щодо іноземних інвесторів застосовується національний режим інвестиційної діяльності, тобто надано рівні умови діяльності з вітчизняними інвесторами, іноземні інвестиції в Україні не підлягають націоналізації.

3. У випадку припинення інвестиційної діяльності іноземному інвестору гарантується повернення його інвестиції в натуральній формі або у валюті інвестування без сплати мита, а також доходів від інвестицій у грошовій або товарній формі. Держава також гарантує безперешкодний і негайний переказ за кордон прибутків та інших коштів в іноземній валюті, одержаних на законних підставах унаслідок здійснення іноземних інвестицій.

4. Для підвищення захисту іноземних інвестицій Законом України ратифікована Вашингтонська Конвенція 1965 р. про порядок вирішення інвестиційних спорів між державами та іноземними особами.

5. Для сприяння іноземним інвесторам у питаннях взаємодії з органами виконавчої влади та органами місцевого самоврядування, досудовому врегулюванню інвестиційних спорів, супроводження інвестиційних проектів у режимі «єдиного вікна» започатковано діяльність Державного агентства України з інвестицій та розвитку шляхом реорганізації останнього і Укрзовнішінвесту.

6. Утворено Державне агентство України з управління національними проектами (далі – Укрнацпроект). Основними його завданнями є реалізація стратегічно важливих проектів, що забезпечують технологічне оновлення та розвиток базових галузей реального сектора економіки України.

7. Усунуто адміністративний бар'єр для входження іноземного капіталу в Україну щодо обов'язковості реєстрації іноземних інвестицій, який був запроваджений наприкінці минулого року.

8. Міністерством економіки України розроблено також проекти нормативно-правових актів щодо удосконалення нормативно-правової бази у сфері інвестиційної діяльності, а саме: порядок проведення експертної оцінки інвестиційної пропозиції, Форму інвестиційної пропозиції, Інструкцію щодо її заповнення, Форму бізнес-плану інвестиційного проекту, що виконується за участю державної підтримки тощо.

З метою формування передумов сучасної фіскальної політики, що забезпечує стабільність оподаткування, досягнення стратегічних цілей сталого розвитку в оновленій системі регулювання економіки, прийнятий новий Податковий кодекс. Кодексом передбачено загальне зниження податкового навантаження на суб'єкти господарювання, зокрема за рахунок зменшення ставок ПДВ та податку на прибуток, зміни в умовах оподаткування інвесторів, що буде слугувати додатковим стимулом інвестиційної активності в країні. Проте ще необхідно працювати над розширенням інфраструктури фондового ринку та встановленням “прозорих” правил гри.

Окремо слід зауважити, що сьогодні здійснюються заходи щодо розширення інвестиційних можливостей співпраці з міжнародними фінансовими організаціями (МФО) як надійного джерела інвестицій в економіку України, розвиток співпраці з якими є одним з пріоритетних завдань. Завдяки цим діям очікується відновлення позитивної динаміки інвестицій в основний капітал (рис. 2.8).

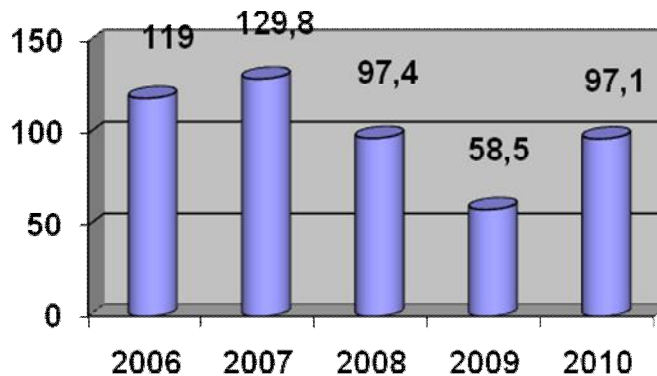


Рис. 2.8. Інвестиції в основний капітал у 2006-2010 роках в Україні (% до попереднього року)*

*Примітка: складено за даними Держкомстату України [59].

Головним джерелом фінансування інвестицій в основний капітал залишаються власні кошти підприємств і організацій, за рахунок яких у 2010 р. освоєно 58,1% капіталовкладень. Частка залучених і запозичених коштів, у тому числі кредитів банків та інших позик, коштів іноземних інвесторів у загальних обсягах капіталовкладень становила 17,8 %. Завдяки державному та

місцевому бюджету зроблено 3,3 % інвестицій в основний капітал. Частка коштів населення на будівництво власного житла становила 16,0 % усіх капіталовкладень.

Підсумовуючи оцінку політико-правового елемента макросередовища функціонування підприємств в Україні і, зокрема, рівня державної підтримки розвитку бізнесу і підприємств досліджуваної галузі, можемо констатувати, що політична стабільність у державі сьогодні ґрунтується на сильній президентській владі та владній вертикалі. Інші складові стабільності (економічна стійкість та стійкість політичних і релігійних відносин, партійної ідеології, суспільних настроїв) практично є дуже хиткими, що пояснює зростання недовіри до влади як з боку населення, так і потенційних інвесторів. В Україні недостатньо на сьогодні використовуються внутрішні резерви нарощування потенціалу за рахунок приватних інвестицій та податкових доходів.

Проблемою для нашої країни залишається питання забезпечення дієвості правової системи. Це особливо стосується сфери підприємництва, адже, незважаючи на низку здійснених кроків у напрямку дерегулювання економіки, зменшення правового тиску на бізнес, на практиці виробники потерпають від “взаємодії” з державними структурами.

Формальністю залишається участь представників бізнесу в обговоренні регуляторних актів. Проте не маючи можливостей взаємодіяти з владою у вирішенні господарських проблем, виробники вирішують свої питання шляхом сплати так званих додаткових неофіційних платежів чиновникам. Антикорупційне законодавство, багато разів деклароване керівниками держави, на практиці все ще порушується.

Аналіз причин застосування неофіційних платежів показує, що дана проблема є особливо актуальною для малих і середніх підприємств галузі. Як правило, розмір неофіційних платежів за словами респондентів не перевищує 5 % чистого річного прибутку [61]. Така ситуація у владі, в економіці та досліджуваній галузі є досить відчутною перепорою на шляху залучення

інвестицій тому, що для потенційного інвестора першочерговим завданням є забезпечення очікуваних ним термінів повернення інвестицій і розмірів одержаних економічних вигод, а не питання подолання перешкод вітчизняної бюрократично-правової машини. В оцінці факторів зовнішнього середовища функціонування кондитерських підприємств цей чинник однозначно оцінюється як негативний.

Оскільки продукція кондитерського виробництва націлена, в основному, на кінцевого споживача-покупця, то неабиякий вплив на розвиток галузі мають демографічні і соціально-культурні чинники макросередовища.

Стосовно демографічного середовища, то в Україні простежується стійка тенденція до скорочення чисельності населення (рис. 2.9).

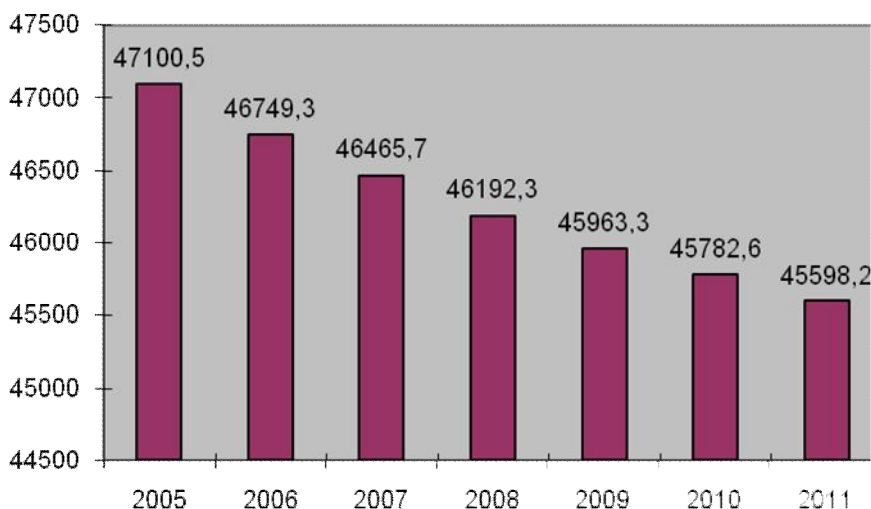


Рис. 2.9. Динаміка чисельності населення України у 2005-2011 роках*

*Примітка: складено за даними Держкомстату України [59].

На 1 січня 2011 р. чисельність населення становила 45,8 млн. чол., при цьому частка міського населення склала 68,4% (31,5 млн. чол.) і сільського 31,4% (14,3 млн. чол.) [59]. Незначним є міграційний приріст населення (16 тис. осіб за 2010 р.), а скорочення чисельності населення відбувається виключно за рахунок природного скорочення (200 тис. осіб за 2010 р.). Такі чинники можуть у подальшому призвести до скорочення обсягів ринку кондитерських виробів. Однак позитивним для галузі є той факт, що більшість населення

проживає у містах, а саме міські мешканці мають схильність до придбання і споживання готової кондитерської продукції.

Рівень життя населення є однією із соціальних категорій, яка характеризує становище людини в суспільстві. Одним з найважливіших показників, який дозволяє його оцінити, є частка витрат на харчування в сукупних витратах домогосподарств. Цей показник по Україні перевищує 60%, що за міжнародними стандартами є свідченням недосконалої структури споживання. За регіонами України ця частка коливається від 52% у м. Києві до 73% у Закарпатській і Чернігівській областях [59]. За умов нераціонального добового раціону споживання висока питома вага витрат на харчування є свідченням загального низького рівня життя.

Варто зазначити, що значна населення України перебуває у скрутному матеріальному становищі, людям складно купувати одяг і взуття, не вистачає коштів на повноцінне харчування. У сукупних витратах більшості українських сімей дуже низька питома вага витрат на непродовольчі товари (10,9%) та послуги (11,8%). Це стосується всіх без винятку регіонів України. За такої структури споживання у населення відсутні засоби не тільки для створення заощаджень, але й для оплати за послуги культури і відпочинку, медичного обслуговування, навчання та ін. Лише близько третини населення, так званий «середній клас», може дозволити собі купувати речі тривалого користування поряд із витратами на харчування, одяг, оплату комунальних послуг [59]. Така структура споживання негативно позначається на сукупному попиті на продукцію кондитерської галузі особливо дорогого сегмента.

Не варто забувати такий макроекономічний чинник впливу на кондитерське виробництво, як культурне середовище. Слід зазначити, що на заході останнім часом дуже поширена тенденція до ведення здорового способу життя, занять спортом і активного відпочинку, обмеження споживання солодощів. Ця тенденція поширюється й на Україну. Проте варто наголосити на позитивних сторонах споживання солодощів: наприклад, шоколад покращує

роботу мозку, поліпшує настрій. Крім того на зростання рівня попиту на кондитерську сприятливо впливають ментальні звичаї української гостинності.

Зазначені чинники необхідно також брати до уваги при оцінці потенційних можливостей галузі та її інвестиційної привабливості.

Характеризуючи виробничо-технологічні чинники макросередовища, можна констатувати, що вони недостатньо сприятливі через незначні обсяги фінансування інвестиційно-інноваційних програм з боку держави та обмеженість у використанні інших джерел фінансування підприємствами для оновлення своєї продукції і технологій.

Аналіз рівня впровадження нових розробок підприємствами кондитерського сектора показує, що вони досить швидко реагують на зміну потреб ринку і оновлюють свою продукцію [61]. Більше половини підприємств незалежно від їх розміру впроваджують нові розробки для удосконалення продукції. 36% підприємств, переважно великих, здійснюють нові розробки для нових продуктів. Не здійснюють жодних розробок переважно малі підприємства.

Через обмежені інвестиції першочерговим завданням кондитерських підприємств є тенденція до зосередження на підвищенні якості продукції за рахунок власних коштів (табл. 2.5).

Таблиця 2.5

Структура інвестицій за джерелами фінансування (в % до загального обсягу)* в Україні у 2006-2010 роках*

Джерелами фінансування інвестицій	2006	2007	2008	2009	2010
Кошти держбюджету	4,6	4,5	3,5	4,3	5,2
Кошти місцевих бюджетів	4,3	3,2	3,6	2,3	1,8
Власні кошти підприємств	58,5	58,8	59,7	64,3	57,4
Інші джерела фінансування	32,6	33,5	33,2	29,1	35,6

*Примітка: складено за даними Держкомстату України [59].

Підсумовуючи викладене, можемо констатувати, що аналіз чинників макросередовища функціонування харчової промисловості, зокрема кондитерського виробництва, в Україні є досить важливим етапом оцінки його інвестиційної привабливості та активізації інвестиційних процесів у ньому та вдосконалення інвестиційного планування.

Не всі з охарактеризованих чинників позитивно впливають на галузь. Попри деякі позитивні зрушення, що спостерігаються в економічному середовищі (ріст ВВП, промислового виробництва, реальної заробітної плати, доходів населення, покращення фінансових результатів діяльності кондитерських підприємств та ін.), не зовсім сприятливими є чинники політико-правового елемента макросередовища (досить хиткі чинники політичної стабільності, ріст недовіри до влади, недостатня дієвість правової системи, корупція).

Демографічні і соціально-культурні чинники не є однорідними і по-різному впливають на розвиток кондитерської галузі. Деякі з них гальмують його через скорочення сукупного попиту на кондитерську продукцію (зменшення чисельності населення, незначний середній клас, невисокий рівень доходів переважної більшості населення, недосконала структура споживання), а інші, навпаки, стимулюють (схильність до споживання солодоців у родинному колі, традиції гостинності тощо).

Виробничо-технологічні чинники макросередовища не є сприятливими, оскільки обмеженим є фінансування з боку держави різних інвестиційно-інноваційних програм, що спонукає підприємства кондитерського сектора самотужки вирішувати питання фінансування власних нових розробок, технологій та ін.

Окремо варто зупинитись на оцінці інвестиційного клімату в державі. Незважаючи на збереження негативної тенденції динаміки залучення інвестицій в економіку України через об'єктивні і суб'єктивні причини, керівництвом держави прийнято у 2010 р. низку законодавчих актів, покликаних активізувати механізми забезпечення сприятливого інвестиційного

клімату (правове поле інвестування, гарантування повернення коштів іноземним інвесторам, ліквідація норми щодо обов'язкової реєстрації іноземних інвестицій), а також розширити співпрацю з міжнародними фінансовими організаціями. Поліпшення інвестиційного клімату в країні сприятиме припливу прямих іноземних інвестицій та активізації інвестиційної діяльності вітчизняних підприємств.

2.2. Аналітична оцінка стану кондитерської галузі та її інвестиційних перспектив

Аналіз основних параметрів макросередовища функціонування промислових підприємств в Україні не дає повної картини стану розвитку вітчизняної кондитерської галузі взагалі та кондитерських підприємств Тернопільської області зокрема. Тому для оцінки можливостей інвестиційної активності зупинимось на характеристиці основних чинників мікросередовища функціонування підприємств досліджуваної галузі. Адже перш ніж інвестувати в кондитерські підприємства, потенційні інвестори повинні чітко орієнтуватись у перспективах розвитку ринку кондитерських виробів як всередині держави, так і за її межами.

При аналізі такого середовища визначальною є характеристика самого ринку кондитерських виробів України. Загальна місткість вітчизняного ринку кондитерської продукції оцінюється в 1 млн. тонн. Сьогодні він достатньо розвинений і структурований. Виробники стимулюють зростання споживання якісних і складних у виготовленні кондитерських виробів. У структурі реалізації цієї продукції частка великих торговельних мереж сягає 35 - 40% у грошовому вираженні.

Встановлено, що причинами зростання сектора кондитерських виробів, збільшення їх виробництва в Україні було зумовлено низкою причин:

- 1) реструктуризацією власності та консолідацією капіталу в галузі;
- 2) значними вітчизняними та іноземними інвестиціями;

- 3) розширенням асортименту продукції;
- 4) активною маркетинговою політикою виробників;
- 5) використанням сучасних матеріалів пакування та новими технологіями.

Сьогодні за насиченістю та асортиментом ринок кондитерських виробів України майже нічим не відрізняється від ринку європейських країн. Кондитерські вироби налічують до 1000 найменувань, а 90% кондитерського ринку належить до вітчизняної продукції.

На думку експертів, кондитерський ринок в Україні характеризується певними особливостями, зокрема:

- значна матеріаломісткість: більша частина витрат спрямована на придбання сировини;
- сезонність виробництва сировини, що викликана коливанням цін на цукор, борошно та какао-боби протягом року;
- сезонність виробництва готової кондитерської продукції: восени та взимку попит на кондитерські вироби зростає, а отже, зростають й обсяги виробництва [61; 92; 119].

На сьогодні ринок кондитерських виробів в Україні характеризується відносною стабільністю розвитку. Динаміка виробництва кондитерських виробів за 2005 - 2010 рр. наведена на рисунку 2.10.

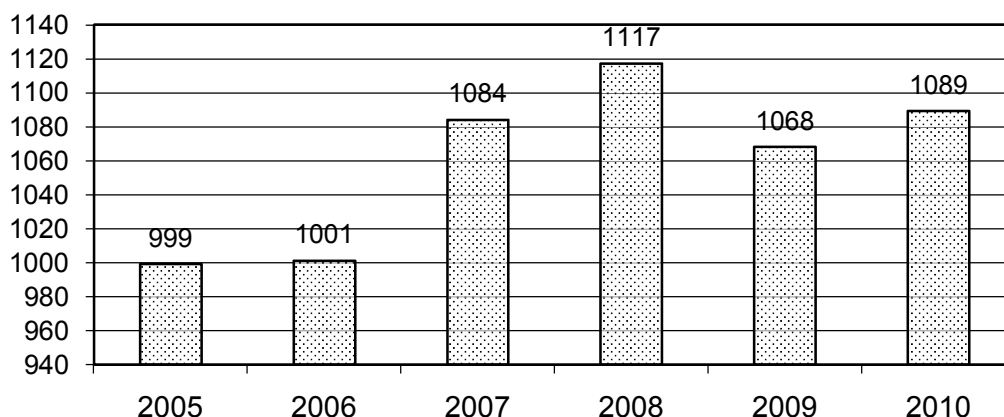


Рис. 2.10. Динаміка виробництва кондитерських виробів в Україні у 2005-2010 роках (тис. т)*

*Примітка: складено за даними Держкомстату України [59].

Наведені дані ілюструють помітно стійку тенденцію до уповільнення темпів росту ринку, що свідчить про наближення до точки рівноваги між попитом і пропозицією, поступове насичення вітчизняного ринку даною продукцією. До кризи кондитерська галузь в Україні стабільно зростала. Розвиток ринку став швидко сповільнюватися вже у 2008 р. – характерне для 2003-2005 рр. щорічне зростання у 10-13% змінилось на 3- 8% у 2007- 2008 рр., а у 2009 р. зниження обсягів виробництва становило 4,3% [59].

Показники роботи кондитерського ринку вказують на те, що у 2010р. спостерігалася невелика позитивна динаміка виробництва. За даними Держкомстату України, у 2010 р. у порівнянні з 2009 р. обсяги виробництва солодоців збільшились на 2% до 1089 тис. т. Таке зростання зумовлене, насамперед, експортом продукції [59].

У секторі кондитерських виробів за кодами СКП (статистична класифікація продукції) виділяють три основних сегменти:

- 1) борошняні кондитерські вироби (печиво, галети та крекери, вафлі, пряники, сухарі, рулети, кекси, сушка, здоба, торти, тістечка, дрібно штучна здоба);
- 2) цукристі кондитерські вироби (карамелі, драже, цукерки без вмісту какао, східні ласощі – зефір, халва, щербет);
- 3) шоколадні вироби і какао-порошок (шоколад у плитках, брикетах, глазуrowані шоколадні цукерки, батончики, товарний випуск какао-порошку).

Найбільшу частку у грошовому вимірі (41,3%) складає сегмент шоколадних виробів і какао; 37,1% припадає на борошняні вироби, частка цукристих становить 21,6%.

Розподіл сегментів кондитерського ринку між зазначеними групами у натуральному вимірі дещо інший: 41,4% – борошняні кондитерські вироби; 32,0% – цукристі та 26,6% – шоколадні вироби і какао (див. рис. 2.11).

Аналіз структури кожного сегмента вказує на той факт, що в сегменті борошняних кондитерських виробів найбільша частка припадає на солодке печиво і вафлі (близько 73%), а найбільш динамічно останніми роками зростає виробництво галетів, крекерів, тортів і тістечок (120%).

Упродовж 2007-2010 рр. прискорились темпи випуску шоколадних виробів, що дещо збільшило їх питому вагу в секторі кондитерського виробництва. Практично всі кондитерські фабрики проявляють особливий інтерес до шоколадної групи: шоколаду в плитках, пастах, шоколадних цукерок, батончиків та інших виробів з вмістом какао.

Найпоширенішою проблемою кондитерського ринку є виражена сезонність. Найбільш чутливими до сезонних змін серед кондитерських виробів є цукерки, споживання яких у літні місяці значно зменшується, однак суттєво зростає під час новорічних свят. Приблизно аналогічну динаміку має шоколад, споживання якого в останні місяці року зменшується через переорієнтацію населення на цукерки. Споживання карамелі має тенденцію до зниження на початку осені, але ближче до зими воно знову починає зростати. Споживання печива значно менш чутливе до сезонності. Протягом усього року споживання цього виду продукції зростає, хоча і відбувається певне уповільнення темпів росту у перші місяці року та наприкінці весни.

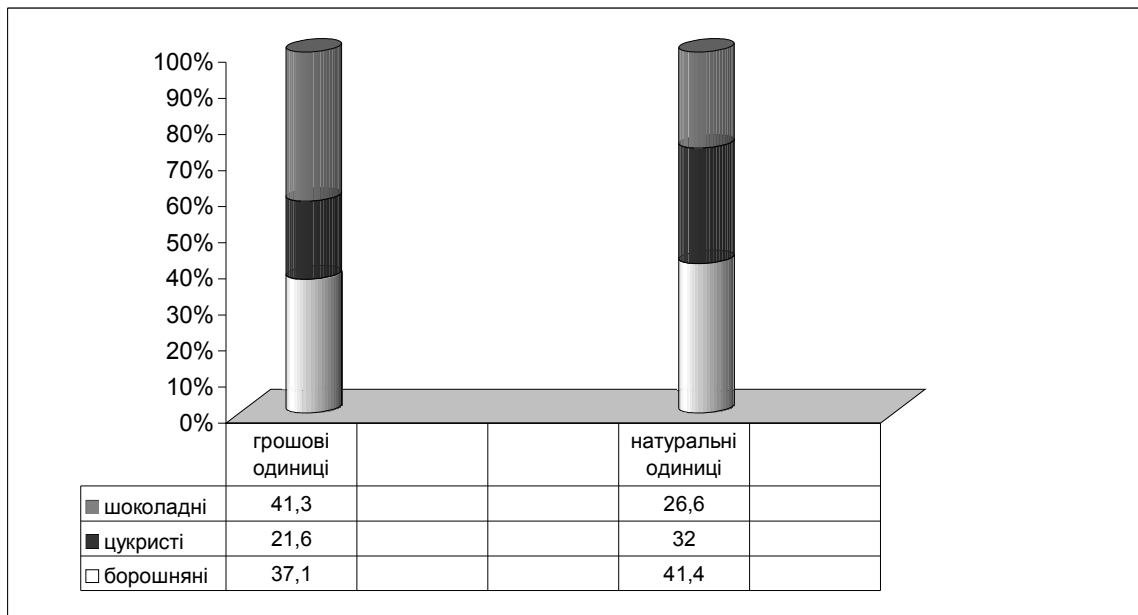


Рис. 2.11. Частка сегментів ринку кондитерських виробів у вартісних і натуральних вимірниках, %*

*Примітка: складено за даними Держкомстату України [59].

Отже, ринок кондитерських виробів в Україні має чітко визначену сезонність: найменшим є споживання цієї продукції у літні місяці, тоді як під час новорічних свят воно досягає свого найбільшого значення.

Підсумовуючи загальний аналіз ринку сектора кондитерських виробів, відзначимо, що його розмір у 2010 р. становив близько 4708 млн. грн. За оцінками експертів, у наступні два-три роки варто очікувати щорічний приріст ринку кондитерських виробів на 3-5% у натуральному вираженні [59]. Це підтверджує доцільність та необхідність інвестування грошових коштів у розвиток сектора кондитерських виробів як в один з найбільш стабільних і динамічних, навіть за умов наявності багатьох негативних чинників впливу на нього. Інвестиційна активність кондитерських підприємств прямо пов'язана з можливостями розширення виробництва, що також є наслідком можливостей розвитку ринку. У цьому процесі визначальна роль належить інвестиційному плануванню як механізму оцінки та прогнозування доцільності інвестицій.

Аналіз галузі – це, насамперед, аналіз пропозиції. На сьогодні в Україні налічується близько тисячі виробників кондитерської продукції. Сюди входять як спеціалізовані кондитерські фабрики, комбінати, так і приватні кондитерські цехи та окремі цехи з виготовлення кондитерських виробів у складі хлібопекарних підприємств тощо.

Усіх виробників кондитерської продукції можна поділити на три групи залежно від обсягів виробництва, способу виходу на ринок та рівня впливу на нього, регіонального розміщення.

До першої, нечисленної, але найпотужнішої групи, належать кондитерські концерни, серед яких «Roshen» (до складу якого входять 6 фабрик, дві з яких знаходиться у Росії і Литві), «Конті» (складається з трьох українських та однієї російської фабрики), «АВК» (до складу якого входить чотири українські фабрики). До другої групи належать підприємства, які працюють на обласних та регіональних ринках. У цих підприємств недостатньо потужностей для виходу на загальноукраїнський ринок. Третя група – це дрібні

підприємства (часто вони виробляють не лише кондитерську продукцію), які поставляють продукцію на ринок міста чи навіть району.

За способом виходу на ринок українські кондитерські фабрики можна розподілити на три категорії:

1) підприємства, які розвиваються за рахунок залучення фінансів іноземного інвестора (ПАТ «Крафт Фудз Україна», ЗАТ «Львівська кондитерська фірма «Світоч»);

2) підприємства, які залучають внутрішніх інвесторів (Корпорація «Roshen», Компанія «АВК»);

3) підприємства, які роблять ставку на власну успішну діяльність («Бісквіт-Шоколад», ЗАТ «Одесакондитер» та ін.).

Щодо перспектив невеликих кондитерських цехів, то їх успіх пов'язаний головним чином із унікальністю продукції, що пропонується, та низькою ціною на вироби.

За регіональним розподілом найбільші обсяги виробництва припадають на Донецьку, Полтавську, Дніпропетровську, Одеську області та місто Київ. Найменше кондитерських виробів виробляють у Севастополі, Кіровоградській та Івано-Франківській областях. Детальнішу характеристику ринку кондитерської продукції, яка виготовляється кондитерами Тернопільської області, буде наведено в наступних параграфах дисертаційного дослідження.

Ринок виробників кондитерських виробів в Україні є висококонцентрованим. Понад 65% ринку розподілено між п'ятьма компаніями: «Roshen», «Конті», «АВК», «Бісквіт-Шоколад» та «Житомирські ласощі».

Також сьогодні на вітчизняному ринку діють кілька великих світових концернів: Nestle (ЗАТ «Львівська кондитерська фірма «Світоч»), Kraft Foods (ПАТ «Крафт Фудз Україна»), Western NIS Enterprise Fund (ЗАТ «АВК»), Sigma Bleizer (ПАТ «Полтавакондитер»), Trilini International (ПАТ КФ «Харків'янка»).

Дрібні підприємства воліють не конкурувати з великими компаніями і намагаються знайти вільні ніші в регіонах.

Національна кондитерська промисловість представлена підприємствами, котрі входять у систему Департаменту харчової промисловості України: ЗАТ «Укркондитер», «Укрпродсоюз», «Укрхліб» та безліч неасоційованих підприємств приватного сектора.

Найбільшим є ЗАТ«Укркондитер». Це об'єднання, до складу якого входять 28 великих кондитерських фабрик з усіх областей України. Підприємства об'єднання виготовляють близько 70% шоколадно-карамельної продукції України.

ЗАТ «Укркондитер» було створене в період приватизації і з 1991 р. представляє інтереси вітчизняних кондитерів в органах влади та громадських організаціях. Окрім того, діяльність товариства спрямована на сприяння інвестуванню закордонними партнерами у розвиток галузі, покращення якості та конкурентоспроможності продукції, розширення існуючих та пошук нових ринків збуту кондитерської продукції в Україні та за кордоном тощо.

Кондитерські фабрики «Укркондитера» виготовляють практично весь асортимент кондитерських виробів. Обсяги їх виробництва складають від 2 до 40 тис.т у рік. Проте на ринку функціонують вузькоспеціалізовані кондитерські підприємства. Це фабрика «Бісквіт-Шоколад», на якій виготовляють більше 40 найменувань борошняних кондитерських виробів.

Найбільшими виробниками шоколаду є «Крафт Фудз Україна», «Roshen», «Світоч», «Конті». Однак такі фабрики, як Вінницька, Дніпропетровська, Одеська, Полтавська також помітно збільшують випуск шоколадних виробів.

Необхідно відзначити, що протягом 2008-2010 рр. майже 65% виробництва цукристих кондитерських виробів було сконцентровано на підприємствах Полтавської, Донецької, Вінницької, Одеської та Харківської областей.

Поряд з найбільшими виробниками кондитерської продукції на ринку функціонують невеликі підприємства, які випускають, в основному, цукристі й

борошняні кондитерські вироби в невеликих обсягах – від 1 до 10 тис. т у рік. Зазвичай, їх продукція реалізується на місцях або в сусідніх регіонах. Також практично всі хлібокомбінати разом з хлібобулочними виробами виготовляють різноманітну борошняну продукцію: торти, тістечка, печиво тощо. Обсяг випуску кондитерської продукції на таких підприємствах може обмежуватись 1 тонною виробів на рік.

Загалом 68,4% підприємств займаються виробництвом борошняних кондитерських виробів, 22,9 % - виробляють цукристу і шоколадну продукцію, 8,7 % - виробляють решту кондитерських виробів.

Якщо оцінювати рівень конкуренції в галузі, то їй властиві такі основні ознаки:

- 1) висока структурованість ринку та високий рівень конкуренції;
- 2) завершення процесу розподілу ринку (лише грамотна маркетингова стратегія може забезпечити просування нової продукції у невеликі ринкові ніші);
- 3) можливість входження в галузь нових потенційних конкурентів у вигляді торговельних мереж, які мають власні кондитерські цехи (це властиве в найбільшій мірі сегменту борошняних кондитерських виробів); за умови припинення росту ринку має місце загострення галузевої конкуренції;
- 4) високий ступінь залежності від обмеженого кола постачальників какао-бобів (це впливає в основному на виробників шоколаду і шоколадної продукції і у цьому проявляється висока конкурентна сила постачальників);
- 5) відмова від цінових способів конкуренції (при кількісному насиченні кондитерського ринку споживачі більш вимогливі до солодоців і визначальним чинником купівлі є не ціна виробів, а їх якість; конкуренція вимагає від виробників поліпшення якості кондитерських виробів, розширення асортименту, тому вони освоюють виробництво високоякісних і складних у виготовленні кондитерських виробів);
- 6) інвестування коштів в обладнання і нові технології, оскільки конкурентоспроможний продукт можна виготовити на сучасному обладнанні із

застосуванням новітніх технологій, що сприяє зниженню собівартості продукції;

7) розвиток спеціалізації та створення нових брендів (виробники-кондитери прагнуть стати помітними в певному сегменті, створити власне «обличчя», для цього вони переглядають асортимент, знімаючи з виробництва малопопулярні види продукції);

8) посилення уваги до преміум-сегменту (за умови зростання обсягів споживання продукції преміум-класу виробники прагнуть освоїти її випуск).

Жорстка конкуренція в галузі є каталізатором процесів реконструкції підприємств, розробки нових видів продукції, оновлення асортименту, впровадження сучасних технологій. Це стосується усіх без винятку підприємств незалежно від їх географічного розташування та розмірів. В умовах структурованого ринку привабити нових споживачів можна лише за рахунок удосконалення асортименту продукції та підвищення її якості.

У ситуації, що склалась, коли основними конкурентними перевагами вітчизняних виробників як на внутрішньому, та і на зовнішніх ринках повинні стати висока якість продукції та невисокі ціни на неї, цілком обґрунтованою є необхідність запровадження інвестиційного планування для забезпечення можливості збереження підприємствами свого ринкового сегмента та, у міру можливостей, його розширення.

Беручи до уваги те, що ринок кондитерських виробів Тернопільської області характеризується наявністю виробників, які спеціалізуються на виготовленні борошняних виробів, вважаємо за доцільне детальніше зупинитись на деяких особливостях цього сегмента.

Однією з таких особливостей є наявність тіньового виробництва і збуту кондитерської борошняної продукції. Воно пов'язане з малим бізнесом і підприємствами, які працюють у цьому сегменті. Основними причинами такої ситуації є:

- простота виробничого процесу (печиво, кекси, бабки, пиріжки тощо);

- наявність вітчизняної сировини – борошна, яке є на ринку різного гатунку та за різними цінами;
- розгалужена мережа збуту продукції, яка досить часто офіційно не обліковується та не оподатковується;
- відсутність суворого контролю за якістю продукції, вільне ставлення до стандартів.

Оцінити тіньовий ринок у грошовому чи натуральному вираженні неможливо, але активність такого ринку є очевидною, про що свідчить зростання кількості підприємств, для яких кондитерське виробництво не є основним і які зосереджуються саме на борошняній групі виробів; наявність та обсяги виробництва борошняних кондитерських виробів нетривалого зберігання практично в будь-якій торговельній точці, зокрема, на ринках. Значна кількість малих підприємств працюють непрозоро, знижуючи ціни кінцевого продукту.

Конкуренція не може бути детально охарактеризована без оцінки рівня вхідних бар'єрів у галузь. Такими бар'єрами до досліджуваного ринку кондитерських виробів є:

- економія на масштабах виробництва (великі виробники є перешкодою у зниженні собівартості продукції їх конкурентами);
- високий ступінь диференціації продукції і, як наслідок, очевидна сегментованість ринку;
- сформована система постачання сировини (нові підприємства повинні здійснювати додаткові витрати для пошуку та залучення постачальників);
- особливості технології виробництва кондитерських виробів, яка передбачає використання спеціального дорогого обладнання.

Подолання зазначених вхідних бар'єрів невеликими підприємствами-виробниками борошняних кондитерських виробів є можливим завдяки залученню інвестицій для оновлення техніко-технологічної бази з метою зниження собівартості тих видів продукції, які вже випускаються

підприємствами, і освоєння нових її видів для розширення певного ринкового сегмента чи захоплення ринкової ніші.

Попри наявні процеси концентрації капіталу в кондитерській галузі кількість дрібних виробників не зменшується. Варто зазначити, що і в розвинутих європейських країнах поряд з гігантами працюють і маленькі успішні кондитерські. Це пояснюється складністю технологічних процесів у галузі, які обумовлюють одночасне функціонування великих підприємств, що випускають, наприклад, шоколадну плитку (це виробництво циклічне, масове), та невеликих кондитерських фабрик, що виготовляють ексклюзивну продукцію.

Виробництво кондитерських виробів є матеріаломістким. При середній рентабельності виробництва 8-18% у собівартості кондитерської продукції найбільша частка витрат припадає на сировину (60-75%). Основними сировинними складовими кондитерських виробів є борошно, цукор, молоко, вершкове масло, кондитерський жир, какао. Переважна більшість з них є вітчизняними. Імпортуються лише ті види сировини, які в Україні не виробляються: какао-боби, фундук, арахіс, горіх кеш'ю, а також екзотичні жири і суміші, такі, як кокосове, арахісове масло тощо.

Основними сировинними проблемами вітчизняних кондитерів на сьогодні є нестабільність цін на українському ринку, зниження якості вітчизняної сировини, яка не задовольняє стандарти виробників-кондитерів.

У 2010 р. ціни на кондитерські вироби зросли на 20-25 % . Така ситуація пояснюється саме нестабільністю на сировинному ринку України.

Кондитерська галузь є чи не найбільшим споживачем цукру в Україні. Вітчизняні кондитерські підприємства споживають близько 500 тис. т цукру на рік. Проблемним питанням залишається сезонне коливання цін на цукор: найнижчими вони є в період початку сезону цукроваріння, ціна знижується на 50 %; найвищими – влітку. Однак у 2010 р. не сталося сезонного спаду ціни на цукор. У цьому році вперше за багато років ціна не лише не знизилась, але навіть зросла приблизно на 10 %, а в порівнянні з 2009 р. – на 170 % .

Одним із шляхів подолання такої ситуації було б підписання угод про постачання цукру за фіксованими цінами на рік. Але такі угоди під силу лише великим підприємствам, а середнім і малим виробникам доводиться купувати цукор за цінами, які постійно змінюються.

Також чинить певний тиск на ринок кондитерської продукції постійне зменшення кількості виробників цукру. Якщо у 2006 р. в Україні працювало 119 цукрових заводів, то у 2010 р. – лише 56. Скорочуються посівні площі цукрового буряка. При цьому кардинально змінилась ситуація на світовому ринку: ціни на тростинний цукор, який раніше вважався дешевшим від бурякового, різко зросли. Це пояснюється низкою причин, які призвели до дефіциту цукру на світовому ринку.

Загострилась ситуація із постачанням борошна. З серпня 2010 р. ціна на нього зросла на 40-45 % через подорожчання зерна нового врожаю. Ситуація з борошном є однією з найкритичніших проблем для сегмента борошняних кондитерських виробів й через те, що в Україні ринок виробництва борошна діє в межах застарілих стандартів, відсутня система виробництва борошна спеціального призначення. Проте використання недорогого низькоякісного борошна дозволяє малим і середнім підприємствам борошняного сектора забезпечувати рентабельність виробництва, знижуючи споживчі характеристики продукції.

Динаміка виробництва борошна в Україні наведена на рис. 2.12. Дані рисунка свідчать, що у 2009-2010 рр. виробництво борошна різко скоротилось: у 2009 р. у порівнянні з 2008 р. – на 295 тис. т або на 9,7 %; а у 2010 р. у порівнянні з попереднім – на 382 тис. т або на 14 %. У січні 2011 р. зниження виробництва сягнуло 33 % у порівнянні з груднем 2010 р. Така ситуація вкрай негативно впливає на пропозицію борошна, підвищення попиту на нього та зростання цін.

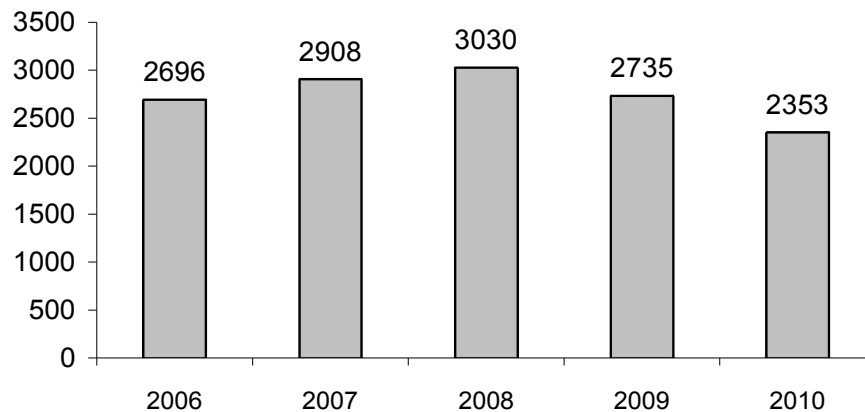


Рис. 2.12. Динаміка виробництва борошна в Україні у 2006-2010 рр. (тис. т)*

*Примітка: складено за даними Держкомстату України [59].

Як зазначалось вище, з-за кордону імпортуються какао-боби, масло какао, деякі види горіхів, фруктові і горіхові наповнювачі, тверді фракції жирів на пальмовій основі, ароматизатори, стабілізатори, емульсії, глазур та інші харчові добавки, пакувальні матеріали. У деяких виробництвах питома вага імпортової сировини в собівартості продукції сягає 60 %, особливо при виробництві шоколаду і шоколадних виробів.

Через природні та політичні причини у країні - основному виробнику какао-бобів Кот-Д'Івуарі (40 % світового виробництва або 1,3 млн. т) зросли світові ціни на какао-боби, що не могло не позначитись на роботі вітчизняних кондитерів. Основним постачальником фундуку є Туреччина; ціни на нього протягом останніх років зросли вдвічі. Це вплинуло на ціни кондитерських виробів з фундуком, які належать до преміум-класу, вони зросли на 6-8 %. Кондитерські жири та домішки імпортуються із Швейцарії, Німеччини, Данії, Бельгії, Японії. Щодо кондитерських жирів для середнього і низького цінових сегментів продукції, то вони виробляються в Україні на вітчизняних масложиркомбінатах.

Нестабільність на сировинному ринку є підтвердженням того, що постачальники як елемент мікросередовища функціонування кондитерських підприємств мають досить суттєвий вплив на виробників-кондитерів і є потужною впливовою силою на ринок їх продукції. Підприємствам доводиться

формувати великі запаси сировини, відволікати фінансові ресурси в авансовані оплати постачальникам, здійснювати перерахунки собівартості, змінювати відпускні ціни і, що найбільш проблематично, змінювати технологічні виробничі процеси.

Останній чинник пов'язаний з певними інвестиційними вкладеннями, які, насамперед, скеровуються на заміну зношеного обладнання сучасним, універсальним, здатним швидко переналаштовуватись на випуск нових видів продукції.

Усвідомлюючи важливість залучення інвестицій у галузь та інвестиційного планування на її підприємствах, детальніше зупинимось на питаннях інвестиційної діяльності кондитерських підприємств.

У 2010 р. підприємства сектора направляли інвестиції в переважній більшості випадків на підтримання обладнання в належному стані. Цікавим є той факт, що великі підприємства відносно більше акцентують увагу на інноваціях у виробництві, спрямовуючи інвестиції також у розвиток технологій, а не тільки в суто основні засоби.

Повертаючись до аналізу мікросередовища функціонування підприємств галузі, можемо відзначити, що одним з його елементів є товари-замінники. Такими для кондитерських підприємств в теплу пору року можна назвати фрукти та морозиво. Взимку ж переважними замінниками кондитерської продукції є хлібобулочні вироби, що виготовляються хлібозаводами та дрібними пекарнями. Вплив товарів-замінників на кондитерську галузь є незначним, попит суттєво не коливається і не залежить від цього чинника мікросередовища.

Кондитерські підприємства реалізують свою продукцію через різні канали збуту. Такими каналами є власна роздрібна мережа (характерна для малих підприємств); прямий продаж кінцевим споживачам (властивий малим і середнім виробникам, які впевнено представлені на регіональних ринках); реалізація через посередників-дистриб'юторів (характерна для великих і середніх підприємств).

Система реалізації продукції кондитерської продукції постійно змінюється. Дистриб'юторські компанії або залишають ринок, або трансформуються в логістичні компанії, які мають власні склади і розподільчі центри в різних регіонах країни. Договори укладаються між виробниками і великими мережевими продавцями, а функцію доставки беруть на себе логістичні компанії.

Стрімко розвиваються мережеві клієнти різних форматів. Це змінює структуру продажу в цілому у країні, що зумовлює зміну структури виробництва у бік випуску фасованої продукції зі значними термінами реалізації і стабільними цінами. Виробники-кондитери змушені мати резервні потужності для того, щоби повною мірою задовольнити потреби мережеских покупців у періоди максимальних стрибків споживчого попиту. Такі кроки також пов'язані з певними інвестиційними рішеннями підприємств-виробників з метою забезпечення належного функціонування всього ланцюга - від виробництва продукції в належних обсягах до її постачання безпосереднім споживачам. Процес збуту продукції супроводжується різними методами її просування, найчастіше, рекламою.

Оцінка ринку кондитерської продукції та інвестиційної діяльності його учасників буде неповною без аналізу експорту-імпорту кондитерських виробів. У структурі зовнішньої торгівлі кондитерської галузі спостерігається експортна орієнтація: обсяг імпорту кондитерських виробів в Україні знаходиться на низькому рівні і складає 42,2% від експорту. Досягнути такого рівня експорту Україні вдається завдяки двом основним конкурентним перевагам кондитерської галузі на світовому ринку (забезпеченість основною сировиною, а саме цукром та борошном, та порівняно дешева робоча сила).

У 2010 р. вітчизняним виробникам-кондитерам вдалось наростити обсяги експорту до рівня вище докризового, що вказує на пожвавлення сектора. Так, борошняних кондитерських виробів було експортовано на 29,6% більше у вартісному вираженні і на 15,8% більше в натуральному вираженні, ніж у 2009 р.

Слід зазначити, що саме завдяки нарощенню експорту борошняних кондитерських виробів наші виробники можуть прогнозувати зростання ринку в натуральному і грошовому вираженні і вказувати на його позитивну динаміку. На жаль, купівельна спроможність вітчизняних покупців не зростає, вони більш обдуманно підходять до купівлі кондитерських виробів, особливо борошняних. Це пов'язано з тим, що, на відміну від, наприклад, шоколаду, існує альтернатива виготовлення таких виробів у домашніх умовах (домашня випічка тортів, тістечок, печива тощо). Відповідно до логіки покупця, на підприємствах цього сегмента не розглядається як пріоритетне виробництво продукції в дорогому ціновому сегменті. Тому в сучасних умовах вони повинні розширювати недорогий ціновий сегмент, а також збільшувати частку експорту, роблячи акцент на високу якість продукції з натуральної сировини і за доступною ціною.

Варто зазначити, що вітчизняні кондитерські вироби є конкурентоспроможними на зовнішніх ринках не тільки завдяки невисокій ціні, але й широті асортименту, якості продукції та гарному зовнішньому оформленню. Тому виробники кондитерської продукції Росії, Казахстану, Білорусі та інших країн зазвичай лобюють застосування торговельних обмежень щодо українських товарів цієї галузі. Введення Росією у 2003 р., а у 2005 р. й Казахстаном ввізного мита на імпорт української карамелі призвело до погіршення фінансового стану багатьох середніх і навіть великих українських виробників. Таке тарифне протистояння вплинуло не лише на зовнішні ринки збуту вітчизняної кондитерської продукції, а й позначилось на напрямках інвестування вітчизняними виробниками, а також на структурі й асортименті кондитерської галузі України. Провідні виробники «перенесли» експортну складову свого виробництва на російські та прибалтійські потужності, зберігши свої позиції на російському та інших зовнішніх ринках.

Дрібні виробники опинились у більш скрутному становищі. Вони помітно згорнули обсяги виробництва й експорту окремих видів цукерок. Це свідчить на користь розвитку виробництва борошняної групи кондитерського сектора і

вихід на зовнішні ринки саме з таким асортиментом продукції, а разом з тим й активізації інвестиційної діяльності на таких підприємствах.

Кондитерський ринок України сформований внутрішнім виробництвом, а в різних його сегментах частка імпорту становить 1,5-8% загальних обсягів продажів у вартісному виразі. Імпортуються в основному деякі сорти шоколаду, дорогі види печива в подарунковій упаковці, випуском яких вітчизняні кондитери поки що не займаються у великих обсягах. Імпорт цукристих кондитерських виробів характеризується нестабільністю, а карамелі – у вигляді продуктів, що не мають аналогів в Україні.

Підсумовуючи аналіз мікросередовища функціонування кондитерських підприємств України, можемо відзначити, що на ринку кондитерських виробів є ще не заповнені або недостатньо заповнені ніші, які можуть бути цікавими як для великих виробників, так і для невеликих підприємств або цехів.

Однією з найбільш цікавих і незаповнених ніш можна вважати дитячу групу кондитерських виробів. Виробники виготовляють солодощі нецільового призначення, тобто і для дорослих, і для дітей. Тоді як в країнах Європи, у США виготовляють кондитерську продукцію цільового призначення - суто для дітей. Її відмінність – спеціальна рецептура приготування з мінімальним вмістом консервантів, барвників, підсилювачів смаку й запаху, цікаві ідеї виконання та оригінальна упаковка.

Окрім того, дедалі більша кількість населення віддає перевагу здоровій їжі, навіть з'явився окремий напрямок у харчовій індустрії – виготовлення органічних продуктів (їх ще називають еко-продуктами), тобто без вмісту консервантів, барвників та інших хімічних домішок, із сільськогосподарської сировини, вирощеної без застосування пестицидів, хімічних добрив тощо. У Європі кількість споживання органічної продукції щороку зростає на 10-15% [84].

Дослідження показали, що більше 40% споживачів готові купувати екологічно чисту продукцію навіть за більшу ціну. Попит на органічну

продукцію шалений, але українським виробникам бракує і досвіду, і ресурсів для заповнення цієї ніші [84; 86].

Сьогодні закордонні інвестори цікавляться органічним виробництвом в Україні та експортом українських товарів в європейські країни. Аби допомогти українським виробникам розвивати ринок органічних продуктів, Швейцарське бюро співробітництва допомогло створити перший в Україні сертифікаційний орган «Органік стандарт». Ця організація контролює якість українських органічних продуктів і сертифікує виробництво та продукцію за всіма європейськими нормами.

Цей напрямок розвитку особливо актуальний для виробників-кондитерів нашого аграрного регіону. Достатня кількість угідь сільськогосподарського призначення, висока питома вага сільського населення створюють підґрунтя для розвитку саме цього напрямку в кондитерському виробництві. Вартість такої продукції вища від продукції аналогічного асортиментного ряду, однак вона знаходить свого споживача, про що свідчить набутий вітчизняний досвід.

Органічні господарства вже існують по всій Україні: це й Південь, і Східна Україна, і її західна частина (Закарпатська, Івано-Франківська, Львівська, Вінницька, Тернопільська, Житомирська області). Станом на кінець 2009 року кількість органічних господарств становила 92 одиниці, а їх загальна площа 249 872 гектари [84; 86].

Таким чином, вважаємо, що на сьогодні пріоритетним напрямком діяльності вітчизняних підприємств харчової промисловості є виготовлення біологічно чистих органічних продуктів, тобто здорових продуктів харчування. Підвищити біологічну цінність кондитерських виробів можливо за рахунок введення до їх рецептури сировинних компонентів, що містять вітаміни, мінерали та амінокислоти. Таким джерелом біологічно активних сполук є рослинна сировина, яка навіть у мінімальних кількостях має лікувально-профілактичну дію. Досліджено можливість використання фітодобавок з лікарських трав, зародків пшениці, продуктів переробки сої при виробництві

желейних і збивних напівфабрикатів, а також печива, тортів і тістечок [81, с.18-19.] (табл. Г.1 додатку Г).

Використання поліфункціональних рослинних добавок, зокрема мікрокристалічної целюлози, морських водоростей, пектинів, β - каротину дає змогу розширити асортимент профілактичних кондитерських виробів, знизити калорійність і продовжити тривалість їх свіжості.

Збереження вітчизняними кондитерами своїх ринкових позицій на внутрішньому і зовнішньому ринках є неможливим без продуманої і спланованої інвестиційної діяльності, тобто інвестиційного планування, спрямованого на досягнення підприємствами найвищих кінцевих результатів їх роботи. Аналіз функціонування кондитерських підприємств Тернопільської області, їх інвестиційної діяльності та стану інвестиційного планування буде наведений нами в наступному параграфі роботи.

2.3. Оцінка практики інвестиційного планування та обґрунтування його доцільності на кондитерських підприємствах

Беручи до уваги вищенаведену оцінку макро- та мікросередовища функціонування кондитерських підприємств в Україні, охарактеризуємо діяльність виробників-кондитерів Тернопільської області та практику інвестиційного планування на них. Тернопільська область – аграрно-промисловий регіон. Однією з найважливіших галузей промисловості є харчова, питома вага якої в сукупному промисловому виробництві області сягає 52%. Кондитерська промисловість на Тернопільщині представлена 24 середніми і дрібними виробниками, їх річні обсяги виробництва коливаються від кількох тонн до кількох десятків тонн готової продукції на рік.

На основі аналізу обсягів виробництва кондитерської продукції підприємствами Тернопільської області за 2003-2010 рр. та дослідження їхньої динаміки у контексті загальних тенденцій визначено, що частка їх продукції в

загальному обсязі є незначною, і становила за досліджуваний період від 0,2% до 0,3%.

Встановлено, що загальний обсяг виробництва кондитерської продукції підприємствами області у 2010 р. у порівнянні з попереднім роком зменшився на 249 т (10 %) і становив 2357 т, а в порівнянні з 2003 р. виявлено збільшення цього обсягу на 227 т (11%) (табл. Д.1 додатку Д).

В результаті аналізу виявлено, що обсяг виробництва печива солодкого і вафель у 2010 р. порівняно з 2003 р. збільшився на 360 т (20,1%), а в порівнянні з 2009 р. зменшився на 190т (8,1%); відповідно обсяг виробництва шоколаду: у 2010 р. порівняно з 2003 р. збільшився на 29 т (138%), а в порівнянні з 2009 р. зменшився на 18т (26,5%); в свою чергу обсяг виробництва цукристих кондитерських виробів: у 2010 р. порівняно з 2003 р. зменшився на 162 т (50,7%), а в порівнянні з 2009 р. - на 41т (20,7%) (табл. Д.1 додатку Д).

Аналіз статистичної інформації засвідчив негативну динаміку інвестицій в основний капітал промислових підприємств Тернопільської області, в тому числі підприємств харчової галузі (рис. 2.13).

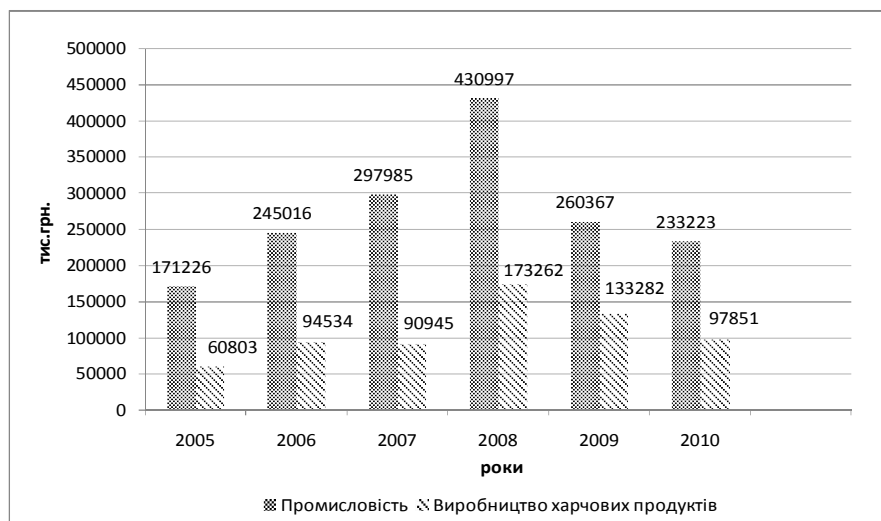


Рис. 2.13. Обсяги інвестицій в основний капітал підприємств харчової промисловості Тернопільської області за 2005-2010 рр., тис. грн.

Низхідна динаміка обсягів інвестицій свідчить про низький рівень інвестиційної активності суб'єктів господарювання в Тернопільській області.

Аналіз статистичної інформації вказує на негативну динаміку інвестицій і в основний капітал кондитерських підприємств області та їх відносно невисокі обсяги. Так, за даними Головного управління статистики у Тернопільській області, обсяг інвестицій в основний капітал підприємств, що виготовляють кондитерські вироби борошністої групи у 2010 р. становив 659 тис. грн., що склало лише четверту частину обсягу інвестицій 2009 р.

Варто зазначити, що 90% кондитерських підприємств області спеціалізуються на виробництві борошняних кондитерських виробів (найбільші виробники кондитерської продукції Тернопільської області та їх спеціалізація наведено в табл. Д.2 додатку Д). Оскільки лише три із досліджуваних підприємств є великими (ТЗОВ «Тернопільхлібпром», ТОВ «Надзбруччя-Хліб», ТОВ «Бучачхлібпром»), а решта виробників – середніми і малими підприємствами, то специфічними для місцевого кондитерського ринку є низькі вхідні бар'єри: зниження ролі економії на масштабах виробництва через невисоку питому вагу виробництва борошняних кондитерських виробів навіть на великих підприємствах, неможливість досягнення ними суттєвого скорочення витрат; невисокий ступінь диференціації продукції (за винятком ексклюзивних кондитерських виробів, а також продукції ПП «Бекерай»); переважно однотипна система постачання сировини; простота і невибагливість технології.

Через відносну доступність входження у галузь кількість малих, а досить часто «підпільних» виробників борошняної кондитерської продукції, зростає, конкуренція серед регіональних виробників загострюється. За умови насиченості місцевого ринку кондитерською продукцією забезпечення виживання підприємств, особливо невеликих, можливе за умови виробництва нових, відсутніх на ринку видів продукції, ексклюзивної продукції, продукції високої якості.

Тому актуальність залучення інвестицій для освоєння нових видів продукції за рахунок удосконалення техніко-технологічної бази виробництва, підвищення якості наявного асортименту продукції лише посилюється.

Важливими є також питання освоєння недостатньо заповнених у нашому регіоні ринкових ніш: дитяча група борошняних кондитерських виробів, продукція з натуральної сировини, кондитерські вироби функціонального призначення (лікувально-профілактичного значення) тощо. У цьому контексті першочерговими для регіональних виробників-кондитерів є питання інвестиційного планування як ефективного механізму розміщення та залучення інвестицій.

З метою оцінювання стану інвестиційного планування та інвестиційної діяльності вітчизняних промислових підприємств нами проведено вибіркове опитування керівників підприємств, що виготовляють кондитерські вироби у Тернопільській області. Метою опитування є дослідження особливостей практичної планової роботи щодо інвестиційної діяльності, її повноти та ґрунтовності, тобто системності цієї діяльності. Для аналізу та оцінки практики залучення інвестицій та інвестиційного планування на кондитерських підприємствах Тернопільської області нами проведено анкетне опитування керівників підприємств за розробленим нами опитувальним листом (додаток Е). Дослідження проводилось шляхом комбінування двох методів опитування: інтернет-опитування та опитування за допомогою поштового зв'язку. Опрацьовано досвід 20 підприємств, серед яких лише три підприємства є великими: ТзОВ «Тернопільхлібпром», ТОВ «Надзбруччя Хліб», ТзОВ «Бучахлібпром», решта належать до середніх і малих.

На великих підприємствах, які належать до хлібопекарської галузі, кондитерське виробництво виділене в окремі підрозділи – цехи, а інвестиційний процес здійснюється на підприємстві в цілому, у тому числі й окремі елементи інвестиційного планування. Тому одержані дані про діяльність цих виробників не є презентабельними в контексті дослідження проблем інвестиційного планування на кондитерських підприємствах.

Отримана інформація про діяльність інших підприємств кондитерського сектора в області нами систематизована, а одержані результати представлені на прикладі шести найбільш типових представників середнього і малого бізнесу в

області, а саме: середні – ПАТ «ТерА», ТОВ «Ваврик і Компанія» ЛТД, ПП «Бекерай»; малі – ПП «Солодуня», ПП «Імперія насолоди», ТОВ «Дарт». При їх виборі бралась до уваги географія розміщення, асортимент продукції, обсяги її виробництва, використовувані технології і ресурси, конкурентне середовище та конкурентна позиція виробника, експортна діяльність, інвестиції та інвестиційне планування.

Можна стверджувати, що в Тернопільській області немає великих виробників кондитерської продукції. Кондитерська галузь представлена середніми і малими підприємствами, і тому дослідження процесів інвестиційного планування доцільно проводити з урахуванням особливостей регіонального ринку кондитерського виробництва, презентованого саме такими виробниками (зміна основних показників діяльності підприємств за 2010 рік наведена в табл.2.6). За даними таблиці можемо констатувати, що, незважаючи на велику кількість виробників-кондитерів в області, майже всі підприємства нарощують обсяги виробництва (5% - 40%, за винятком ПАТ «ТерА» та ПП «Солодуня», на яких спад виробництва склав відповідно 5% і 3%). Це свідчить, що кожне з них віднайшло і продовжує розширювати свою ринкову нішу, закріплюючись на відповідному ринку. Сприяє цьому і розширення асортименту.

Зважаючи на те, що кожне з досліджених підприємств виробляє до 10 товарних ліній продукції з асортиментом у межах кожної товарної лінії по 5-10 найменувань виробів, а ПП «Імперія насолоди» – 11-30 найменувань, за 2010 рік асортимент продукції на більшості підприємств розширився лише на кілька одиниць, найбільше найменувань нової продукції було освоєно на ТОВ «Ваврик і Компанія» ЛТД та ПП «Бекерай» відповідно 10 і 15 одиниць.

Таблиця 2.6

Динаміка основних показників діяльності кондитерських підприємств Тернопільської області за 2010 рік*

№ п/п	Підприємства Показники	ПАТ «ТерА»	ПП «Бекерай»	ТОВ «Ваврик і Компанія» ЛТД	ПП «Імперія насолоди»	ПП «Солодуня»	ТОВ «Дарт»
1.	Зміна обсягу випуску продукції у вартісному вираженні, %	-5	+15	+26	+40	-3	+5
2.	Зміна асортименту за минулий календарний рік, одиниць	+2	+15	+10	+2	+2	+5
3.	Зміна фондівддачі, %	+2	+3	-2	+20	-5	+15
4.	Зміна середньої заробітної плати одного середньоспискового працівника, %	+8	+10	+13	+20	+15	+15
5.	Зміна собівартості продукції, %	+8	+10	+13	+20	+15	+15
6.	Зміна величини прибутку, %	-1	+2	+12	+7	-5	+10
7.	Зміна рентабельності виробництва, %	-	-	-	+10	-10	+10
8.	Середня рентабельність продукції, %	5-10	5-10	5-10	11-20	11-20	11-20

*Примітка: Складено автором на основі результатів дослідження

Однак, аналізуючи показник фондівдачі, можемо відзначити, що за наявності на підприємствах переважно сучасного обладнання, на ПП «Солодуня» більша питома вага старих технологій та основних фондів, які мають нижчу продуктивність, потребують частих ремонтів, значних витрат на поточне обслуговування, є енергомісткими. Цим обумовлене падіння показника фондівдачі на цьому підприємстві на 5%. На решта підприємствах показник має позитивну динаміку в межах кількох відсотків, а на ПП «Імперія насолоди» сягнув 20%-го приросту за рахунок значного зростання обсягів виробництва і збуту продукції.

Ситуація з основними фондами та використовуваними технологіями є першим сигналом до необхідності залучення інвестиційних ресурсів з метою заміни діючого обладнання і технологій виробництва, оскільки лише на ПП «Бекерай» за одержаними даними всі технології є сучасними. Інші виробники змушені на сьогодні поєднувати старі технологічні процеси із більш новими і прогресивними. Це обмежує їх можливості в освоєнні виробництва нових видів продукції і просування їх на ринок.

Аналіз також свідчить про зростання витрат на виробництво продукції на усіх без винятку підприємствах від 8% (ПАТ «ТерА») до 20% (ПП «Імперія насолоди»), що є свідченням необхідності інвестування коштів у нове обладнання, технології, прогресивні розробки з метою зниження собівартості продукції та підвищення її конкурентоспроможності.

Через спад обсягів випуску продукції на підприємствах ПАТ «ТерА» (5%) і ПП «Солодуня» (3%) відбувається зниження прибутку на 1% і 5% відповідно. Як наслідок – зниження рентабельності виробництва на ПП «Солодуня» на 10%. В результаті дослідження виявлено, що на середніх за розміром підприємствах середній рівень рентабельності продукції складає 5-10%, а на малих – 11-20%.

Щодо виробничих потужностей досліджуваних підприємств, то вони використовуються недостатньо на окремих як середніх, так і малих підприємствах (рис. 2.14). Низький рівень використання виробничих

потужностей на ТОВ «Ваврик і Компанія» ЛТД та ПП «Солодуня» (21-50%) має різну природу.

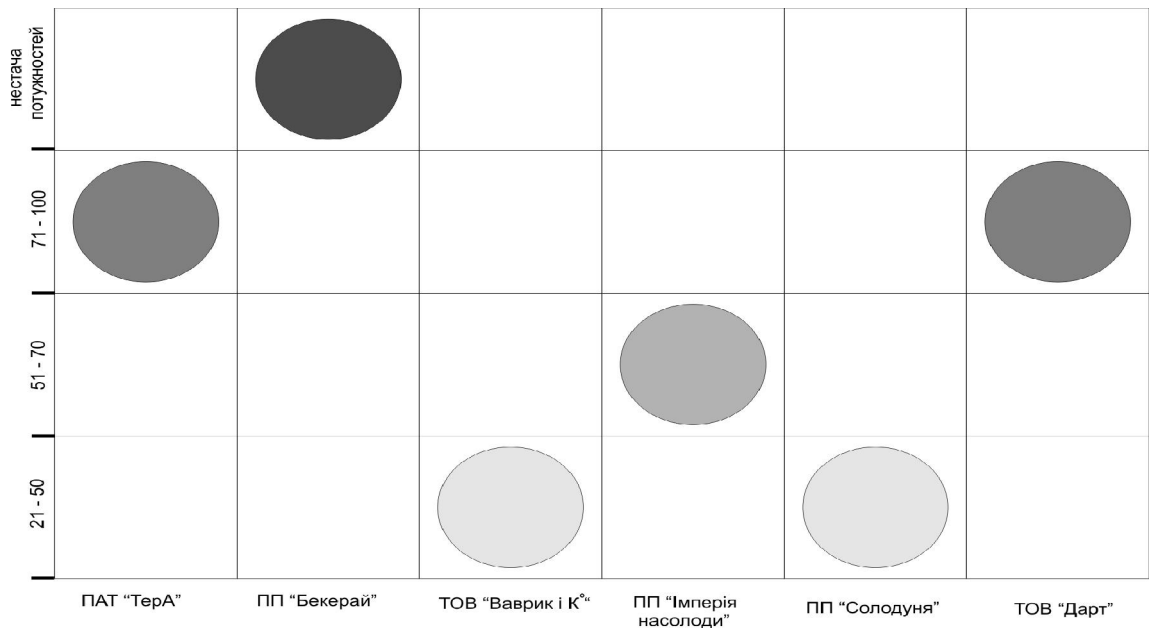


Рис. 2.14. Використання виробничих потужностей на кондитерських підприємствах Тернопільської області в 2010 р., (%)*

*Примітка: розроблено автором на основі результатів дослідження

Щодо підприємства ТОВ «Ваврик і Компанія» ЛТД, що є єдиним із досліджуваних, то воно експортує свою продукцію, має добре вивчений і освоєний ринок, почало процес сертифікації окремих видів продукції і через гостру нестачу фінансових ресурсів не має можливості завантажити свої виробничі потужності, які є сучасними і досить прогресивними. Якщо точніше, то з виробництва рулетів на цьому підприємстві потужності завантажені на 90%, а у виробництві трубочок – на 6-10%.

Щодо ПП «Солодуня», то тут переважають старе обладнання і технології, тому негативною є тенденція окремих техніко-економічних показників його функціонування, у тому числі використання виробничих потужностей. Така ситуація пояснюється, за оцінкою фахівців підприємства, нестачею фінансових ресурсів для здійснення бажаних заходів щодо оновлення виробництва, збільшення його обсягів, зниження собівартості продукції тощо.

Перше підприємство як внутрішню перевагу відзначає добре вивчений ринок, а друге – наявність висококваліфікованих кадрів та широку

номенклатуру кондитерської продукції. Внутрішніми недоліками цих підприємств також є слабкий менеджмент.

Найвищим є рівень використання потужностей (71-100%) на підприємствах з переважно новим, сучасним обладнанням: ПАТ «ТерА» і ТОВ «Дарт». Обидва вони визначають як внутрішні недоліки нестачу фінансових ресурсів для розвитку виробництва, слабкий менеджмент, недостатні прибутки. Внутрішнім перевагами ці виробники називають добре вивчений ринок, висококваліфіковані кадри, а на ПАТ «ТерА» ще й низькі витрати.

Лише виробничі потужності ПП «Бекерай» на сьогодні повністю завантажені, виробник відчуває їх нестачу через високий попит на свою продукцію. До своїх внутрішніх переваг підприємство відносить добре вивчений ринок, сильний маркетинг, передові технології, а до недоліків – нестачу фінансових ресурсів. Дослідження показало, що практично усі підприємства відчувають нестачу інвестицій для розвитку виробництва.

Завершуючи аналіз загальних показників діяльності підприємства та їх продукції, звертаємо увагу на частку кондитерської продукції, яка перебуває на різних стадіях свого життєвого циклу. Дуже низьким практично на всіх підприємствах є відсоток продукції, яка перебуває на стадії розробки та впровадження: від 0 (ТОВ «Ваврик і Компанія» ЛТД) до 5% (ПП «Імперія насолоди», ТОВ «Дарт»). Провідне кондитерське підприємство області – ПАТ «ТерА» має лише 1% продукції на стадії розробки і 2% – на стадії впровадження.

Натомість переважаючою є частка продукції на стадії зрілості. На ПАТ «ТерА» практично вся продукція (95%) – на стадії зрілості. Вона є широко відомою, має своїх споживачів і ще досить активно продається на ринку, приносячи виробнику певні вигоди. Однак такий високий відсоток добре знаної продукції та мізерні нові розробки і впровадження, а також відсоток продукції на стадії росту в найближчому майбутньому за умов жорсткої конкуренції може призвести до втрати підприємством своїх ринкових позицій, принаймні в окремих ринкових нішах.

Лише на ПП «Солодуня» і ТОВ «Дарт» є досить високою частка продукції на стадії росту – відповідно 50% і 40%. Ці підприємства на сьогодні мають низькі темпи приросту основних техніко-економічних показників діяльності і ще не досягли відповідного відсотка «зрілості» продукції, яка б забезпечувала належні доходи. Отже, на 2/3 підприємств частка продукції на стадії росту не перевищує 20%, частка продукції на стадії зрілості, навпаки, не менша 70%, а питома вага продукції на стадії спаду – 6-10%.

Для того, щоб втриматись на ринку і, тим більше, розширити свою присутність на ньому, підприємства повинні активізувати діяльність з розробки нових видів продукції та виведення їх на ринок.

Уся продукція, за даними респондентів, відповідає стандартам, але не підлягає обов'язковій сертифікації. Продукція не має міжнародних сертифікатів і її не планують сертифікувати. Лише в ТОВ «Ваврик і Компанія» ЛТД, яке експортує продукцію, почало процес сертифікації системи управління якістю продукції.

Після аналізу діяльності досліджуваних підприємств очевидним є висновок: без відповідної системи інвестиційного планування і продуманої стратегії залучення інвестицій ні більш успішні кондитерські підприємства області (ПП «Бекерай», ТОВ «Ваврик і Компанія» ЛТД, ПАТ «ТерА», ПП «Імперія насолоди»), ні ті, які відстають у темпах розвитку (ПП «Солодуня» та інші невеликі виробники), є неможливим процес оновлення техніко-технологічної бази виробництва, самої продукції, належного використання виробничих потужностей та, відповідно, забезпечення достатньо високого рівня прибутковості роботи. Тим більше, що практично всі опитані підприємства відзначають як свій внутрішній недолік нестачу інвестиційних ресурсів для фінансування організаційно-технічних заходів щодо забезпечення своєї життєдіяльності та зміцнення ринкових позицій.

Для оцінки стану виробництва та використовуваних ресурсів в опитувальному листі була запропонована низка запитань щодо характеру нових розробок на підприємстві, характеристики обладнання, яке купується, джерел

фінансування, структури та чинників впливу на витрати виробництва, шляхів їх зниження, сильних і слабких сторін у ресурсному забезпеченні тощо.

Практично всі респонденти зазначають, що їх нові розробки стосуються виключно продукції і технологій її виготовлення. Будь-яких інших розробок, наприклад в галузі організації менеджменту, кадрової політики, стимулювання, запровадження енергоощадних технологій тощо, малі і середні виробники-кондитери на сьогодні собі дозволити не можуть. Навіть придбання нових технологій дрібні виробники здійснюють украй рідко.

На запитання «Яке обладнання купувало Ваше підприємство протягом останніх п'яти років?» усі відповіли: «Засоби праці для основного виробництва». Лише на ПП «Бекерай», окрім цього, дозволили собі придбання засобів праці для допоміжного та інших виробництв, а також транспортних засобів. Але це те підприємство, яке відчуває нестачу у виробничих потужностях і змушене інвестувати кошти у розширення виробництва.

Постачальниками обладнання кондитерські підприємства обрали для себе як вітчизняних, так і західноєвропейських виробників. Деякі (ПАТ «ТерА», ПП «Солодуня») надають перевагу обладнанню вітчизняного виробництва, а інші (ТОВ «Ваврик і Компанія» ЛТД, ПП «Бекерай», ПП «Імперія насолоди») – лише західноєвропейських, на ТОВ «Дарт» купують обладнання у тих та інших.

Низька фінансова спроможність невеликих виробників-кондитерів спонукає їх до купівлі в основному вживаного обладнання. Це негативно позначається на витратах на його обслуговування, ремонт, енергозатратах виробництва та ін. Саме тому 5 із 6 підприємств зазначають як слабе місце в ресурсному забезпеченні підприємства устаткування та інструмент, комплектуючі, і лише двоє додають ще й виробничі площі, кадри (ПП «Імперія насолоди») та сировину й матеріали (ТОВ «Ваврик і Компанія» ЛТД). Протягом останніх п'яти років нове обладнання вітчизняних виробників купували ПАТ «ТерА», ТОВ «Дарт», а ТОВ «Ваврик і Компанія» ЛТД і ПП «Бекерай» – нове імпордне обладнання.

Фінансування придбання обладнання на підприємствах поєднує два джерела: власні кошти підприємства та кредитні ресурси. Кредитні ресурси залучаються підприємствами в основному для придбання нового вітчизняного обладнання, а вживане, у тому числі західноєвропейське, виробники купують за власні кошти.

Якщо брати до уваги, що підприємства-виробники кондитерської галузі Тернопільської області спроможні профінансувати самостійно або сплачувати кредити лише для придбання найнеобхідніших засобів праці, без яких неможливе здійснення основних технологічних процесів, то це вкрай негативно позначається на можливостях їх розвитку і свідчить про необхідність залучення інвестиційних ресурсів для подолання таких кризових явищ. Структура витрат на виробництво продукції на досліджуваних підприємствах представлена на рис. 2.15.

Проілюстрована структура витрат є наслідком використання порівняно «менш успішними» підприємствами, наприклад ПП «Солодуня», старих основних фондів і технологій, які спричиняють досить високий рівень енергозатрат на виробництво (20%) і недосконалу структуру собівартості продукції. Це пов'язано також з тим, що згадане підприємство протягом останніх п'яти років купувало лише вживане обладнання, яке є менш продуктивним, споживає більше енергії, що тягне за собою збільшення витрат на енергоносії у розрахунку на одиницю продукції в цілому.

На цьому ж підприємстві, на відміну від інших, найбільш відчутним є вплив вартості енергоносіїв на собівартість готової продукції (6-15%). На інших підприємствах цей вплив не перевищує 5%.

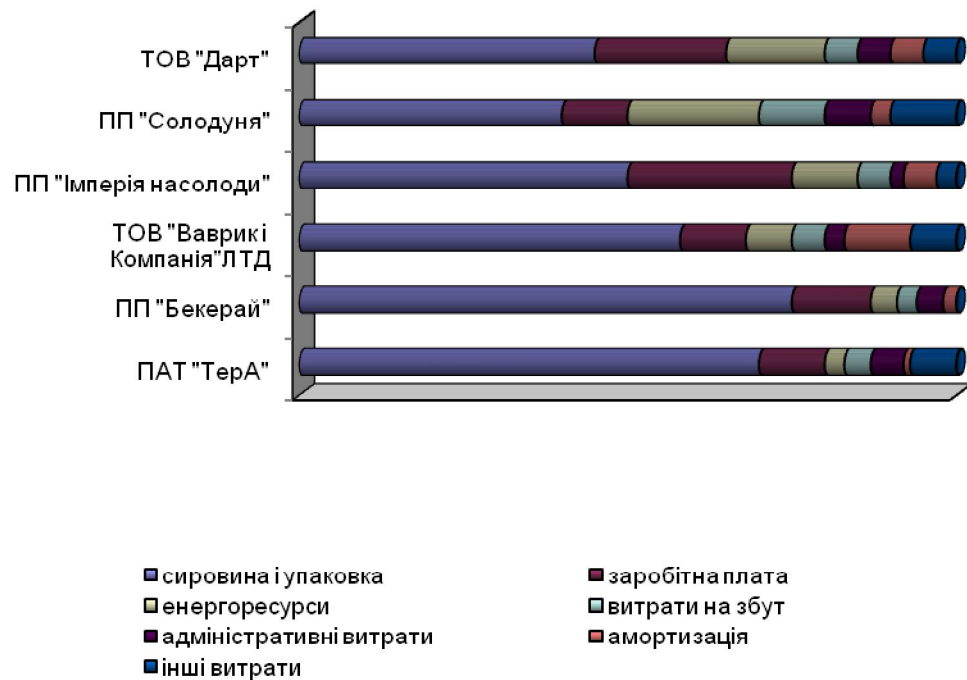


Рис. 2.15. Структура витрат на виробництво продукції на кондитерських підприємствах Тернопільської області в 2010 р.*

*Примітка: складено на основі результатів дослідження

Також усі без винятку респонденти відзначають, що суттєвим резервом економії ресурсів є контроль за їх використанням та оновлення наявного на виробництві обладнання. Лише два підприємства відзначають, що однією з їх сильних сторін є наявне устаткування. Для більшості досліджуваних підприємств, у порівнянні з чинними в кондитерському виробництві передовими технологіями та використовуваними засобами праці, устаткування й технології потребують заміни або удосконалення.

Отже, для кондитерських підприємств основним способом зниження витрат на виробництво продукції є ретельне планування витрат своїх власних фінансових ресурсів для їх інвестування в оновлення наявного технологічного обладнання, а також планування залучення коштів із зовнішніх джерел. Таке завдання можливо реалізувати лише шляхом запровадження в практику діяльності промислових підприємств системи інвестиційного планування.

Аналізуючи ситуацію на ринку та оцінку підприємствами своїх конкурентних позицій на ньому, можемо відзначити, що більше 80% опитаних оцінюють кондитерський ринок як повністю насичений, а деякі – і перенасиченим. 2/3 респондентів стверджують, що ринок збуту їхньої продукції практично освоєний, а попит на продукцію усі виробники вважають стабільним. Лише ПП «Бекерай» оцінює попит на свою продукцію як підвищений.

Відрізняються підприємства оцінкою своїх ринкових конкурентних позицій. За умови, що всі вони вважають конкуренцію на ринку середньою і сильною і налічують кілька десятків конкурентів на регіональному ринку кондитерських виробів, відповіді щодо своєї частки на ринку розподілились таким чином (табл.2.7).

Таблиця 2.7

Оцінка кондитерськими підприємствами Тернопільської області своїх конкурентних позицій на регіональному ринку в 2010 р.*

№ з/п	Підприємство	Конкуренція серед виробників	Кількість конкурентів	Оцінка конкурентної позиції підприємства на регіональному ринку, %
1.	ПАТ «ТерА»	середня	кілька десятків	40
2.	ПП «Бекерай»	середня	кілька одиниць	80
3.	ТОВ «Ваврик і Компанія» ЛТД	середня	кілька десятків	75
4.	ПП «Імперія насолоди»	сильна	кілька десятків	20
5.	ПП «Солодуня»	сильна	кілька десятків	1
6.	ТОВ «Дарт»	сильна	кілька десятків	10

*Примітка: складено на основі результатів дослідження

Дані таблиці підтверджують закономірність: сучасні технології і обладнання, постійне оновлення асортименту, унікальність продукції, добре вивчений попит і налагоджена мережа збуту дозволяють підприємству досягти вагомих позицій на ринку (ПАТ «ТерА», ПП «Бекерай», ТОВ «Ваврик і Компанія» ЛТД). Застаріле обладнання, технології, неповне використання виробничих потужностей «відкидають» підприємство на останні місця в конкурентному рейтингу (ПП «Солодуня»).

Загалом, 2/3 підприємств переконані, що їх конкурентною перевагою на внутрішньому ринку є унікальність продукції, дієва мережа збуту, вивчений попит. ПП «Бекерай» до своїх переваг додає ще модифікації продукції та постійне її оновлення.

Основною ознакою того, що підприємство успішно розвивається, є підвищення його конкурентоспроможності, яка, в свою чергу, тісно пов'язана з інтенсифікацією виробничо-господарської діяльності. Остання значною мірою визначається при плануванні інвестицій, коли окреслюються найважливіші напрямки розвитку виробничо-економічного потенціалу підприємства. Отже, підвищення конкурентоспроможності підприємства та забезпечення йому високих конкурентних позицій визначається наявністю на ньому дієвої системи інвестиційного планування.

Як зазначалось вище, лише одне з досліджуваних підприємств (ТОВ «Ваврик і Компанія» ЛТД) експортує свою продукцію. Досвід експортної діяльності цього підприємства складає 4 роки, а частка продукції на експорт у загальному обсязі її виробництва становить близько третини. Основними напрямками експорту є країни СНД та Європи. Предметом експорту є готова продукція (рулети, трубочки), а також напівфабрикати (заготовки з листового бісквітного та вафельного тіста). Уся продукція підприємства адаптована для експорту, має відповідну розфасовку, дизайн упаковки.

ТОВ «Ваврик і Компанія» ЛТД, забезпечивши високу якість продукції внаслідок використання сучасного обладнання і технологій, натуральної сировини вже кілька років поспіль успішно освоює зовнішні ринки. Решта підприємств не експортують і не планують експортувати продукцію. Основними перешкодами для експорту вони називають незначні обсяги випуску продукції, складність пошуку партнерів, відсутність інформації про попит на продукцію підприємства на зовнішніх ринках, відсутність міжнародного сертифіката якості.

Тому значним кроком у вирішенні цієї проблеми має стати затверджена Національна стратегія розвитку експорту України, реалізація якої позитивно

вплине на діяльність малих та середніх підприємств України, адже задекларовані положення стимулюватимуть їх експортну діяльність.

Зрозуміло, що освоєння зовнішніх ринків потребує налагодження загального рівня виробництва, починаючи з енергоощадного сучасного обладнання і якісної сировини і завершуючи сертифікацією продукції за системою ISO. Такі заходи потребують значних інвестиційних ресурсів, імовірність залучення яких зростає із формуванням на кондитерських підприємствах, особливо невеликих, механізму інвестиційного планування.

Тому ключовим при аналізі показників діяльності кондитерських підприємств Тернопільської області на основі їх опитування є розділ «Інвестиції та інвестиційне планування» (додаток Ж).

За даними додатку можемо констатувати, що невеликі кондитерські підприємства в інвестиційному процесі в основному покладаються на власні кошти. Лише ПП «Бекерай», ТОВ «Ваврик і Компанія» ЛТД і ТОВ «Дарт» протягом останніх п'яти років 5-10% потреби в інвестиційних ресурсах частково покривали за рахунок банківських кредитів.

Напрямки вкладення інвестицій на середніх і малих підприємствах Тернопільської області характеризують дані рис.2.16.

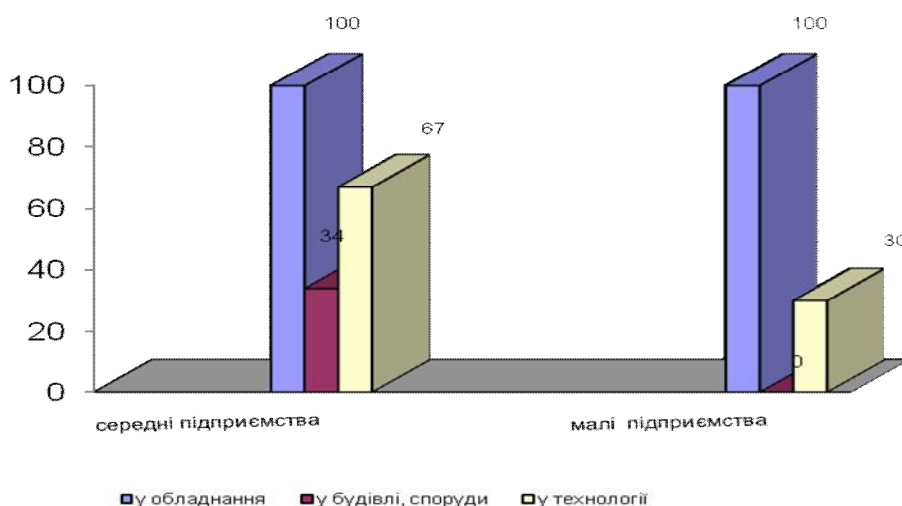


Рис. 2.16. Напрямки вкладення інвестицій на кондитерських підприємствах Тернопільської області в 2010р.*

*Примітка: складено автором на основі результатів дослідження.

На відміну від великих підприємств, які, попри інвестування лівової частки коштів у нове обладнання, також спрямовують фінансові ресурси у розвиток технологій та будівлі і споруди, кондитерські підприємства Тернопільської області насамперед фінансують придбання нового обладнання або підтримку в належному стані того, що є в наявності. Проте, 67% середніх підприємств і лише третина малих схильні інвестувати у придбання нових технологій, а більше третини середніх інвестували кошти у будівлі і споруди.

Відповіді на запитання щодо причин незалучення інвестицій кондитерськими підприємствами Тернопільської області розподілились таким чином (рис. 2.17).

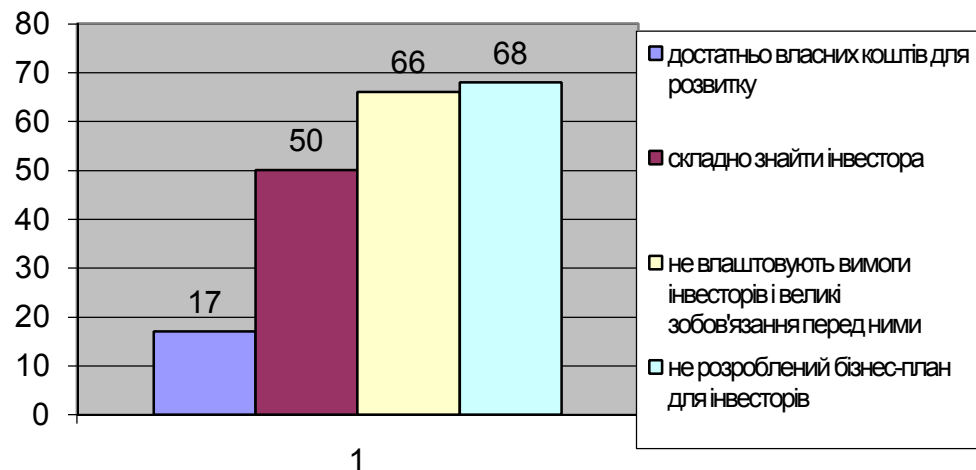


Рис. 2.17. Причини незалучення інвестицій на кондитерських підприємствах Тернопільської області в 2010 р., (%) *

*Примітка: розроблено автором на основі результатів дослідження

Основною причиною незалучення інвестицій місцеві підприємства вважають відсутність бізнес-плану розвитку підприємства або бізнес-плану окремого інвестиційного проекту для його пред'явлення інвесторам. Це підтверджує прямий взаємозв'язок між інвестиційним плануванням та обсягами залучення інвестицій. Лише на одному з досліджуваних підприємств (ТОВ «Ваврик і Компанія» ЛТД) бізнес-план є розробленим і готовим для пред'явлення інвесторам. Відсутність бізнес-плану як причину відсутності

інвестицій кондитерські підприємства області вважають вагомішою навіть у порівнянні з вимогами інвесторів та великими зобов'язаннями перед ними.

Половина підприємств вважають, що недостатній обсяг інвестицій пов'язаний зі складністю пошуку інвесторів. Близько 70% респондентів переконані, що попри те, що бізнес-план для інвестора на їхньому підприємстві ніколи не розроблявся, у ньому є потреба, тобто навіть дрібні підприємства-виробники не заперечують, а підтверджують необхідність інвестиційного планування всупереч економічній скруті і хронічній нестачі коштів.

На сьогодні всі без винятку підприємства одностайні в думці, що коштів їм вистачає лише на найнеобхіднішу заміну обладнання, а часто і їх недостатньо. Обсяг необхідних підприємствам інвестицій у більш ніж 80% респондентів складає 0,5-1 млн. грн. ТОВ «Ваврик і Компанія» ЛТД у зв'язку з діяльністю на зовнішніх ринках потребує 3-5 млн. грн. інвестиційних ресурсів.

Третина підприємств стверджують, що у них на сьогодні є лише окремі елементи інвестиційного планування, решта відповідають, що воно відсутнє, а 10 % респондентів серед них лише одна відповідь, що у ньому немає потреби.

Керівники більшості підприємств вважають, що інвестиційне планування прямо пов'язане із можливістю залучення інвестицій, хоча деякі респонденти переконані в необхідності лише окремих планових показників. Усі виробники процес інвестиційного планування пов'язують з показниками обсягу випуску продукції; менше – із собівартістю продукції, прибутком, рентабельністю; лише деякі – з показником фондівіддачі.

Результати оцінки взаємозв'язку між інвестиційним плануванням та залученням інвестицій свідчать, що від інвестиційного планування як результату діяльності, за розрахунками обсягів необхідних інвестицій, джерел їх одержання та напрямків скерування, часових інтервалів інвестування, термінів та розмірів одержання певних економічних вигод, середні й малі кондитерські підприємства очікують, насамперед, збільшення обсягів виробництва і збуту продукції, що передбачає і зміцнення ринкових позицій, розширення своєї присутності на ринку. Якщо інвестиції здатні забезпечити

виробнику збут готової продукції, покрити його витрати і принести хоч незначний, але стабільний прибуток, то мета інвестиційного планування буде досягнута.

Невтішною на середніх і малих кондитерських підприємствах області виглядає ситуація із наявністю спеціалізованого підрозділу, який займається інвестиційним плануванням та фінансуванням робіт з інвестиційного планування. Лише 5% респондентів відповіли, що немає потреби у спеціалізованому підрозділі, оскільки функції щодо реалізації окремих елементів інвестиційного планування виконують фахівці інших підрозділів. Це при тому, що йдеться про розробку бізнес-плану окремого інвестиційного проекту (ТОВ «Ваврик і Компанія» ЛТД).

Прийнятний часовий горизонт інвестиційного планування місцеві виробники-кондитери окреслюють у 3-5 років, тобто фактично йдеться про стратегічні інвестиційні плани. Це пов'язано зі стратегічною спрямованістю інвестицій, їх властивістю в перспективі впливати на фінансово-господарські показники роботи суб'єктів господарювання. Тому не можна не погодитись з тим, що інвестиційні рішення є одними із найскладніших і найбільш відповідальних у господарській практиці. І оскільки вони приймаються саме на етапі інвестиційного планування та ще й в умовах дефіциту доступних для середніх і малих підприємств інвестиційних ресурсів, потребує подальшого вдосконалення механізм стратегічного планування інвестицій.

Однак практика показує, що на 70% досліджуваних кондитерських підприємств ніколи не розроблялася інвестиційна стратегія; менше третини опитаних - працює над розробкою стратегії, проте вказує на нестачу кваліфікованих фахівців; 5% ледь орієнтуються в тому, що це таке, а ще 5% посилаються на відсутність досвіду. Лише одне підприємство із досліджуваних (ТОВ «Ваврик і Компанія» ЛТД) має досвід співпраці з консалтинговими фірмами щодо розробки бізнес-плану з метою отримання можливості залучення необхідного капіталу через публічне розміщення акцій підприємства на Варшавській фондовій біржі. Решта підприємств ніколи не користувалися

послугами спеціалізованих консалтингових фірм. Це пояснюється знову ж таки надзвичайно низькими витратами окремих підприємств на інвестиційне планування, а в переважній більшості – відсутність таких витрат.

Фактично на сьогодні можна однозначно стверджувати, що кондитерський сектор харчової галузі Тернопільської області характеризується відсутністю інвестиційного планування як системи заходів щодо залучення інвестиційних ресурсів для досягнення поставлених підприємством цілей на основі реалізації наявних ідей та інновацій у поєднанні з раціональним розподілом ресурсів, адаптації підприємства до середовища його функціонування. Тобто на досліджуваних підприємствах попри наявність окремих елементів інвестиційного планування відсутня чітка система інвестиційного планування.

Якщо на підприємствах і ведеться розрахунок окремих планових показників, наприклад, обчислення обсягу необхідних інвестицій для конкретних цілей (придбання обладнання, розширення виробничих площ, розробка нової продукції), то він носить стихійний, несистемний характер і практично ніколи не завершується підготовкою інвестиційного плану як комплексного документа залучення інвестицій та їх використання з максимальною вигодою для виробника.

Результати досліджень свідчать, що кондитерські підприємства Тернопільської області мають значний потенціал у своєму розвитку і при використанні своїх внутрішніх сильних сторін та зовнішніх можливостей можуть упевненіше заявити про себе не лише на регіональному ринку або ринку України, а й зовнішніх ринках. Для характеристики цих найбільш часто повторюваних при опитуванні внутрішніх сильних і слабких сторін кондитерських підприємств та зовнішніх можливостей і небезпек нами складена матриця SWOT-аналізу (табл. 2.8).

Ця матриця показує, що внутрішні слабкі сторони цих підприємств можуть бути мінімізовані з використанням інвестиційного планування як елементу системи менеджменту підприємства. Фактично і забезпечення

необхідних обсягів фінансових ресурсів, і заміна застарілого обладнання прямо пов'язані із залученням інвестицій на підприємства сектора.

Таблиця 2.8

Матриця SWOT- аналізу для кондитерських підприємств
Тернопільської області в 2010р.*

<p style="text-align: center;"><u>Внутрішні сильні сторони</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Добре вивчений ринок - Високо кваліфіковані кадри - Натуральна вітчизняна сировина 	<p style="text-align: center;"><u>Внутрішні слабкі сторони</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Нестача фінансових ресурсів - Слабкий менеджмент - Застаріле обладнання на багатьох підприємствах
<p style="text-align: center;"><u>Зовнішні можливості</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Вихід на зовнішній ринок з екологічно чистою натуральною кондитерською продукцією - Подолання економічного спаду, соціально-політична стабільність в країні - Розширення місткості світового ринку продовольства 	<p style="text-align: center;"><u>Зовнішні небезпеки</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Занепад аграрного сектору економіки, що може призвести до подорожчання сировини - Інфляція - Уповільнення темпів росту ринку

*Примітка: складено автором на основі результатів дослідження

Подолання зовнішніх небезпек не завжди лежить у площині питань, які можуть бути вирішені самими підприємствами, але використання зовнішніх можливостей, особливо щодо виходу на ринок, зокрема зовнішній, з екологічно чистою натуральною продукцією, є цілком можливим навіть для невеликих кондитерських підприємств.

Про можливості виробництва органічної продукції вже згадувалось у попередньому параграфі дисертаційної роботи. Вважаємо, що для кондитерських підприємств Тернопільської області – це «непіднята» цілина і широке поле діяльності. Виробництво екопродуктів, у тому числі кондитерських виробів, є слабо заповненою нішею продовольчого ринку, а наша аграрно-промислова область могла б цілком успішно служити плацдармом для розвитку цього напрямку виробництва в цілому Західному регіоні України. Повільно, але формується прошарок споживачів, готових сплачувати навіть високі ціни, але за натуральні високоякісні продукти.

Поєднання виробництва органічної сировини (борошна, цукру, молока, тваринних жирів) і на їх основі якісної натуральної кондитерської продукції дало б змогу місцевим підприємствам-виробникам заявити про себе не лише в Україні, а й за її межами. Звичайно, такі проекти вирішуються не силами окремо взятого підприємства чи навіть кількох, а потребують сприяння як місцевих органів влади й місцевого самоврядування, так і підтримки на рівні держави. Однак без обґрунтування обсягів майбутнього виробництва та необхідних для цього ресурсів, тобто без продуманого інвестиційного плану навіть найвигідніші проекти залишаться лише мріями.

Для великих і успішних підприємств кондитерської галузі зі сформованим потужним ринком збуту, високими прибутками і відповідною часткою не лише на вітчизняному, а й закордонних ринках, проблеми залучення інвестицій та інвестиційного планування часто зводяться до придбання чергової фабрики або в Україні, або й за її межами. Таке інвестиційне планування та вкладення інвестицій спрямоване у підсумку на посилення концентрації капіталу і одержання підприємствами-«важковаговиками» чергової порції надприбутків і примноження своїх статків.

Ситуація з малим та середнім бізнесом у кондитерському секторі економіки виглядає дещо по-іншому. Такі підприємства змушені в прямому розумінні виживати, вкладаючи свої власні кошти винятково в оновлення найнеобхіднішого для технологічного процесу обладнання. Система кредитування на сьогодні день є настільки обтяжливою для невеликих підприємств, що вони лише в крайньому випадку звертаються до послуг банківських установ.

Тому саме інвестиційне планування покликане сформулювати такий механізм залучення капіталу, який дав би можливість найповніше використовувати і вигідно поєднувати внутрішній потенціал підприємства, зовнішні можливості ринку та економічні інтереси інвесторів і всіх інших учасників інвестиційного процесу.

Важливим кроком у дослідженні практики інвестування на кондитерських підприємствах є оцінювання стану інвестиційного планування. З метою поглиблення дослідження нами пропонується застосовувати методіку комплексного оцінювання стану інвестиційного планування на промислових підприємствах. Суть цієї методіки полягає в розрахунку узагальнюючого (інтегрального) показника на основі використання методу профілів з урахуванням результатів експертних оцінок найважливіших складових інвестиційного планування. Вибір методіки обумовлений неможливістю застосування більш точних кількісних методів оцінки.

Під профілем інвестиційного планування розуміємо його стан в певний період часу проведення дослідження, а математична модель профілю матиме вигляд:

$$IP = \sum_{i=1}^n C_i = C_1 + C_2 + C_3 + \dots + C_n, \quad [2.1]$$

де IP – профіль інвестиційного планування;

C_i – частковий профіль i -ої складової інвестиційного планування;

i – індекс конкретної складової;

n – кількість оцінюваних складових.

Така методіка передбачає наступні етапи.

На першому етапі здійснюється вибір складових інвестиційного планування, за якими здійснюватиметься його оцінювання (факторів, які мають найбільший вплив на ефективність інвестиційного планування). Оцінку стану інвестиційного планування пропонуємо здійснювати за такими складовими:

1. Кадрове забезпечення (кваліфікаційний рівень суб'єктів інвестиційного планування; наявність дієвої системи матеріального і морального заохочення; рівень володіння персоналу сучасними технічними засобами та програмним забезпеченням; відповідальність суб'єктів інвестиційного планування за результати роботи тощо).
2. Маркетингова діяльність (наявність маркетингові дослідження ринку, що передуватимуть ; використання маркетингових заходів для забезпечення просування виготовленої продукції тощо).

3. Інформаційне забезпечення (урахування тенденцій зовнішнього макро- і мікросередовища; наявність інформаційної бази, що фіксує зміни у внутрішньому та зовнішньому середовищі підприємства та результати реалізації інвестиційних планів тощо).
4. Інноваційна діяльність (інноваційність інвестиційної діяльності: продуктові інновації; технічні і технологічні інновації; інновації в методах управління підприємством тощо).
5. Інвестиційна діяльність (наявність розробленої інвестиційної стратегії на підприємстві; забезпеченість власними інвестиційними ресурсами; можливості доступу до зовнішнього фінансування тощо).
6. Організаційне забезпечення (відповідність організаційної структури вимогам здійснення інвестиційного планування; наявність відповідних підрозділів або кадрів для планування та реалізації інвестиційних планів тощо).
7. Методичне забезпечення (рівень адаптованості існуючого методичного забезпечення до умов діяльності конкретного підприємства; використання сучасних економіко – математичних методів у процесі інвестиційного планування, автоматизація процесу планування тощо).
8. Технічне забезпечення (комп'ютерною та іншою офісною оргтехнікою; програмним забезпеченням тощо).

Таким чином, профіль стану ІІ матиме вигляд:

$$II = \sum_{i=1}^8 C_i = C_1 + C_2 + C_3 + C_4 + C_5 + C_6 + C_7 + C_8, \quad [2.2]$$

де C_1 - кадрове забезпечення; C_2 - маркетингова діяльність; C_3 - інформаційне забезпечення; C_4 - інноваційна діяльність; C_5 - інвестиційна діяльність; C_6 - організаційне забезпечення; C_7 - методичне забезпечення; C_8 - технічне забезпечення.

Другим етапом методики є розрахунок узагальнюючого показника стану інвестиційного планування ($УП_{II}$) в такій послідовності:

а) експертами підприємства оцінюється кожна складова інвестиційного планування (фактори). Тобто, за кожен з факторів експерти виставляють оцінку

(O_i) в межах від 1 (найнижче значення) до 10 (найвище значення) та визначається середня експертна оцінка по кожному з факторів;

б) кожному фактору присвоюється ранг, іншими словами, визначається коефіцієнт вагомості (KB_i), який відображає ступінь впливу кожного з факторів на загальний стан інвестиційного планування.

Беручи до уваги результати аналізу досвіду роботи кондитерських підприємств у сфері організації планування та спираючись на дослідження науковців з даної проблематики, вважаємо за доцільне розподілити коефіцієнти вагомості факторів інвестиційного планування наступним чином (див. табл. 3.1 додатку 3).

в) на основі бальної оцінки кожного із факторів та з урахуванням їх вагомості розраховується їх зважена оцінка ($3O_i$), яка є математичним вираженням часткового профілю інвестиційного планування:

$$3O_i = O_i \cdot KB_i = C_i \quad [2.3]$$

Кінцевою операцією цього етапу буде розрахунок узагальнюючого показника стану інвестиційного планування ($УП_{in}$) як суми зважених оцінок за кожною зі складових:

$$УП_{in} = \sum_{i=1}^8 3O_i = \sum_{i=1}^8 C_i \quad [2.4]$$

Третім завершальним етапом буде побудова профілю інвестиційного планування, який дозволяє графічно продемонструвати результати оцінювання стану інвестиційного планування та показати вплив кожного із факторів.

Оцінювання стану інвестиційного планування на кондитерських підприємствах за вищенаведеною методикою дозволить виявити «вузькі» місця в організації планової роботи на підприємстві та визначити резерви вдосконалення інвестиційного планування. Варто зазначити, що запропонована методика є універсальною і може використовуватись на промислових підприємствах різних галузей народного господарства.

Для апробації запропонованої методики ми вибрали два кондитерські підприємства Тернопільської області: ПАТ «ТерА» і ТОВ «Ваврик і Компанія» ЛТД. Експертними групами обох кондитерських підприємств оцінено стан

інвестиційного планування за вищенаведеними складовими (факторами) (табл. 3.2, табл.3.3 додатку 3). Результати оцінювання узагальнено в таблиці 2.9.

На основі даних таблиці побудуємо профілі інвестиційного планування досліджуваних підприємств (див. рис. 3.1 додатку 3). На осях подані максимально можливі значення оцінки складових інвестиційного планування визначені на основі коефіцієнтів їх вагомості.

Таблиця 2.9

Результати оцінювання стану інвестиційного планування ПАТ «ТерА» та
ТОВ «Ваврик і Компанія» ЛТД*

Фактори інвестиційного планування	Середня експертна оцінка (O_{ic})		Коефіцієнт вагомості (KB_i)	Зважена оцінка ($3O_i$)	
	Підприємство			Підприємство	
	ПАТ «ТерА»	ТОВ «Ваврик і Компанія» ЛТД		ПАТ «ТерА»	ТОВ «Ваврик і Компанія» ЛТД
Кадрове забезпечення	5,4	7,8	0,17	0,92	1,33
Інноваційна діяльність	6,4	7,2	0,15	0,96	1,08
Інвестиційна діяльність	6,6	7	0,16	1,06	1,12
Маркетингова діяльність	5,2	7,6	0,14	0,73	1,06
Інформаційне забезпечення	6	6,2	0,13	0,78	0,81
Організаційне забезпечення	7,2	7,8	0,15	1,08	1,17
Методичне забезпечення	6,2	6,4	0,06	0,37	0,38
Технічне забезпечення	7,6	7,8	0,04	0,30	0,31
Узагальнюючий показник стану інвестиційного планування $УП_{in}$				5,42	7,26

*Примітка: складено автором на основі результатів дослідження

Так, оцінювання стану інвестиційного планування на двох кондитерських підприємствах показало, що на ТОВ «Ваврик і Компанія» ЛТД стан інвестиційного планування є кращим порівняно з ПАТ «ТерА» за усіма складовими. Зокрема, спостерігається значний розрив між значеннями оцінки кадрового забезпечення і маркетингової діяльності підприємств, що свідчить

про значні резерви для ПАТ «ТерА» (45,8%) в напрямку підвищення ефективності інвестиційного планування в розрізі зазначених складових, відповідно у ТОВ «Ваврик і Компанія» ЛТД – 28,8%.

На основі розробленої шкали оцінювання (табл. 3.4 Додатку 3) підсумовуємо, що рівень інвестиційного планування на ПАТ «ТерА» є середнім (узагальнюючий показник 5,42), а на ТОВ «Ваврик і Компанія» ЛТД - вищим середнього (узагальнюючий показник 7,26).

Порівнюючи значення узагальнюючого показника та беручи до уваги значення оцінки кожного з факторів для обох підприємств, робимо висновок про те, що у виробників є значні резерви у підвищенні ефективності інвестиційного планування за кожною зі складових. Проведене дослідження вказує на необхідність розробки комплексу заходів з вдосконалення інвестиційного планування та їх запровадження в практику діяльності підприємств.

Отже, основною передумовою успішного функціонування промислового підприємства є здійснення планування його інвестиційної діяльності, що дає змогу підприємству на основі врахування ринкових можливостей та ефективного використання власного потенціалу досягти поставлених цілей з найменшими витратами усіх ресурсів підприємства.

Висновки до розділу 2

1. Важливим етапом оцінки інвестиційної привабливості кондитерського виробництва, активізації інвестиційних процесів у ньому та вдосконалення інвестиційного планування є аналіз чинників макро- та мікросередовища. Процес вкладання інвестицій є довготривалим і перспективи зміни цих показників не можуть бути поза увагою в процесі інвестиційного планування.

2. В роботі досліджено, що інвестиційні процеси на вітчизняних підприємствах стримують фактори макро-і макрорівнів, а саме: посткризовий період в економіці України, високий рівень корупції у владі, недосконале законодавство, несприятливий інвестиційний клімат, недоступність та висока

вартість кредитних ресурсів, погіршення демографічної ситуації та зубожіння населення, постійне подорожчання енергоносіїв та сировини, введення митних обмежень з боку країн-імпортерів вітчизняних кондитерських виробів, кредиторська заборгованість за відвантажену продукцію, погіршення якості кондитерських виробів, монополізація окремих сегментів ринку кондитерських виробів, недостатній рівень інформаційної та консалтингової підтримки вітчизняних виробників харчової промисловості тощо.

3. При аналізі мікросередовища визначальною є характеристика ринку кондитерської продукції України, який сьогодні за насиченістю та асортиментом не відрізняється від ринку європейських країн, характеризується відносною стабільністю росту, певними особливостями: високою матеріалоємністю, сезонністю виробництва сировини і коливанням цін на неї, чітко вираженою сезонністю попиту і виробництва готової кондитерської продукції. 90% кондитерського ринку України належить вітчизняній продукції.

4. Ринок кондитерської продукції Тернопільської області характеризується наявністю 24 виробників, які спеціалізуються на виробництві переважно борошняної групи кондитерської продукції та належать до середніх і малих. Специфічними є вхідні бар'єри у цей сегмент кондитерського ринку: зниження економії на масштабах виробництва через незначні його обсяги, неможливість досягнення суттєвого зниження витрат, невисокий ступінь диференціації продукції, переважно однотипна система постачання сировини, простота технології.

5. В результаті анкетного опитування та аналізу виявлено низку проблем інвестиційного планування внутрішнього характеру, а саме: неефективний власник і/чи керівник підприємства; некомпетентний управлінський персонал; відсутність системи інформаційного забезпечення та недоліки в організаційній структурі підприємств; високий рівень зношеності основних фондів; відсутність власних коштів на інвестування; низький рівень технічного та методичного забезпечення процесу прийняття управлінських рішень щодо інвестування тощо.

6. Основною причиною незалучення інвестицій у кондитерське виробництво області, яке представлено переважно невеликими підприємствами, є відсутність бізнес-плану розвитку підприємства або бізнес-плану окремого інвестиційного проекту для їх пред'явлення інвесторам. Ця причина, за оцінками самих виробників, є більш ваговою навіть у порівнянні з вимогами інвесторів та великими зобов'язаннями перед ними. Близько 70% підприємств вказують на те, що бізнес-план для інвесторів ними ніколи не розроблявся, хоча в ньому є потреба. Причиною цього вони вважають відсутність на більшості підприємств інвестиційного планування взагалі та спеціалізованого підрозділу для його здійснення. Залучення інвестицій у підприємства кондитерського сектора є прямим наслідком інвестиційного планування, зокрема розробки інвестиційних стратегій, практика формування яких у невеликих виробників-кондитерів майже відсутня. Послугами спеціалізованих консалтингових фірм вони не користуються через те, що не передбачені витрати на інвестиційне планування.

7. З метою виявлення недоліків в організації інвестиційного планування та резервів його вдосконалення в роботі запропоновано використовувати при дослідженні практики інвестиційного планування на промислових підприємствах методичний підхід до оцінювання його стану на основі використання методу профілів з урахуванням результатів експертної оцінки найважливіших його складових. Апробація методики здійснена на кондитерських підприємствах Тернопільської області. На основі обчислення узагальнюючого показника (для ТОВ "Ваврик і Компанія" ЛТД він склав 7,26, у ПАТ "ТерА" – 5,42) встановлено, що стан інвестиційного планування на досліджуваних підприємствах є середнім. Оцінювання стану інвестиційного планування на кондитерських підприємствах за вищенаведеною методикою дозволило виявити "вузькі" місця в організації інвестиційного планування та визначити резерви його удосконалення.

8. Враховуючи останні світові тенденції виробництва органічних продуктів та зважаючи на сировинні можливості агропромислового сектора

України, окреслено перспективу подальшого розвитку вітчизняної кондитерської галузі в напрямку виробництва продукції з натуральної, екологічно чистої сировини, зокрема кондитерських виробів “дитячої групи” та продукції з лікувально-профілактичними властивостями.

9. За результатами проведеного дослідження стану інвестування та практики планування інвестиційної діяльності на кондитерських підприємств Тернопільської області можна стверджувати, що рівень інвестиційного планування є середнім, що свідчить про значні резерви підвищення ефективності інвестиційного планування на досліджуваних підприємствах. Варто зазначити, що на деяких з досліджуваних підприємств активно ведеться робота в напрямку створення передумов для якісного планування власної інвестиційної діяльності, проте більша частина з них (переважно малих підприємств) не здійснює інвестиційного планування у зв'язку з браком коштів та кваліфікованих спеціалістів. Однак той факт, що практично всі усвідомлюють важливість цієї проблеми та вказують на необхідність у сучасних умовах проведення інвестиційного планування, дає підстави стверджувати, що на сьогодні запровадження системи інвестиційного планування в практику діяльності вітчизняних підприємств є значним резервом підвищення ефективності їх роботи.

Положення та ідеї, викладені у розділі 2 дисертаційної роботи, знайшли відображення у публікаціях автора [14], [18], [20], [21].

РОЗДІЛ 3

УДОСКОНАЛЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПЛАНУВАННЯ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

3.1. Організаційно-економічні напрямки вдосконалення інвестиційного планування на підприємстві

Аналіз стану інвестиційного планування на підприємствах кондитерської галузі промисловості свідчить про відсутність на середніх і малих підприємствах чіткої системи інвестиційного планування загалом та системи підготовки, планування, здійснення й контролю інвестиційних проектів зокрема. У відсутності подібних планових процедур на рівні підприємства вбачаємо одну із причин слабкої обґрунтованості ними економічної доцільності інвестиційних проектів.

Необхідність подальших наукових розробок викликана результатами аналізу показників діяльності середніх і малих кондитерських підприємств та виявленого взаємозв'язку між інвестиційним плануванням, обсягом залучених на підприємствах інвестицій та одержаними економічними результатами роботи суб'єктів господарювання.

Про доцільність формування систем інвестиційного планування на підприємствах з метою залучення та реалізації інвестицій також переконують і такі аргументи:

- переважна більшість малих і середніх кондитерських підприємств регіонального значення потребують залучення значних інвестицій для переобладнання і модернізації виробництва з метою виготовлення конкурентоспроможної продукції, щоб достойно конкурувати з гігантами кондитерської галузі;
- невеликі підприємства не мають фінансових можливостей для залучення фахівців із консалтингових фірм;

- невідповідність планово-економічних служб підприємств сучасним економічним вимогам;
- працівники підприємства можуть зацікавлено і більш якісно здійснювати процес планування інвестицій з метою досягнення запланованих завдань, коригуючи здійснення проекту та відстоюючи при цьому інтереси підприємства;
- концентрація зусиль, спрямованих на планування і реалізацію інвестиційного проекту безпосередньо на підприємстві в межах діяльності структурного підрозділу дозволяє досягнути єдності стратегії і тактики інвестування.

Багато вітчизняних підприємств уже мають негативний досвід інвестиційного планування, який закінчився помилковими фінансовими рішеннями. Тому сьогодні організація системи інвестиційного планування здатна виступити в ролі чинника трансформації всієї управлінської структури підприємства.

На переважній більшості досліджуваних підприємств системний підхід до інвестиційного планування не використовується. Тому актуальним є питання саме створення, а не вдосконалення системи інвестиційного планування як сукупності зазначених функцій, процесів і елементів.

Зрозуміло, що обмежені фінансові можливості середніх і малих виробників жодним чином не сприяють утворенню спеціалізованих підрозділів з інвестиційного планування. Але підготовка одного – двох кваліфікованих фахівців для такого напрямку планової роботи є цілком доступною і необхідною для зацікавлених у залученні інвестицій підприємств. Саме такі фахівці мають сконцентрувати у своїх руках увесь процес інвестиційного планування на підприємстві, а при необхідності залучати до нього інших спеціалістів.

Перед керівниками вітчизняних підприємств на сучасному етапі стоїть завдання пошуку такого стилю управління, в основі якого лежить уміння організувати, згрупувати колектив, делегувати повноваження, здійснювати

пошук нових можливостей, уміння залучати й використовувати для вирішення поставлених завдань ресурси з різних джерел, досягаючи бажаного результату за мінімальних витрат, забезпечення належного рівня якості планових робіт.

Аналіз літератури з досліджуваної проблематики та результати анкетування керівників підприємств кондитерської галузі дали можливість виділити основні проблеми обраної групи суб'єктів господарювання та об'єднати їх в три взаємопов'язані блоки (додаток И).

Варто зазначити, що такий поділ є дещо умовним, оскільки окремі проблеми є похідними і виникають через проблеми вищого рівня, а деякі з них за своїм змістом є характерними для усіх рівнів. Проте наведений спосіб наочного виділення проблем буде корисним для керівників підприємства при використанні методу «мозкового штурму» з метою визначення фахівцями напрямків подолання або зменшення впливу негативних тенденцій зовнішнього і внутрішнього середовищ на роботу підприємства.

Таким чином, для забезпечення успішного функціонування суб'єктів господарювання доцільно періодично проводити комплексне дослідження зовнішніх і внутрішніх умов функціонування підприємства з метою отримання достовірної інформації для прийняття управлінських рішень щодо інвестування. Тому сьогодні перед керівниками вітчизняних підприємств стоїть завдання врахування можливих наслідків від виникнення проблем усіх рівнів та розробки власної інформаційної бази.

На нашу думку, причини таких невдач, окрім впливу макро- та мікрочинників, мають організаційний і поведінковий характер. Так, у вирішенні проблем третього блоку важливу роль повинні відігравати професійні навички керівників, власників та працівників, що займаються інвестиційним плануванням на підприємстві через запровадження принципів ринкового мислення в практику їх роботи, забезпечення доступу до інформації, забезпечення необхідними технічними засобами та методичною літературою і, при потребі, навчання персоналу з урахуванням особливостей роботи в ринкових умовах господарювання. З метою запровадження ефективної системи

інвестиційного планування на підприємстві наводимо систематизований аналіз основних внутрішніх причин незадовільних результатів інвестиційного планування на кондитерських підприємствах та заходи щодо їх усунення (див. табл. 3.1).

Створення системи інвестиційного планування безпосередньо на підприємстві є важливою і своєчасною умовою успішності стратегічних зусиль щодо подолання результатів інвестиційної кризи на рівні кожного суб'єкта господарювання.

Таблиця 3.1

Основні причини невдалого інвестиційного планування та заходи щодо усунення недоліків *

Причини недоліків інвестиційного планування на підприємстві	Зовнішні прояви	Шляхи вирішення проблеми
1. Відсутність системного підходу до інвестиційного планування	Планування носить випадковий, неефективний характер, позитивні результати відсутні, розчарування від нововведень	Чітке дотримання методичних рекомендацій, посилення контролю, заохочення персоналу
2. Конфлікт пріоритетів між оперативними потребами управління і стратегічними цілями інвестиційного планування	Відволікання персоналу і виділених ресурсів на поточну діяльність, недотримання термінів планування	Розмежування (поділ) оперативних і інвестиційних планових функцій між підрозділами (службами) та керівництвом підприємства
3. Нестача досвіду і навичок інвестиційного планування	Грубі помилки й прорахунки в проектах, необ'єктивна оцінка ситуації, зрив реалізації проекту	Підвищення кваліфікації персоналу, залучення професіоналів
4. Опір змінам, ігнорування провідною роллю інвестиційного планування в управлінні підприємством	Саботаж нововведень	Зміна структури управління, способу мислення, залучення персоналу в процес планування
5. Відсутність балансу між автоматизацією інвестиційних розрахунків та аналітичною роботою, недооцінка факторів зовнішнього середовища	Невідповідність розрахункових і реальних даних, відсутність формалізованої інформації, нестача вихідних даних	Коригування розрахункової методики, автоматизація розрахунку плану маркетингу, контроль і прогнозування змін у зовнішньому середовищі

* Джерело: Розробка автора

Вирішення проблеми вдосконалення інвестиційного планування на підприємствах кондитерської галузі є можливим за умови формування і реалізації відповідного механізму створення системи інвестиційного планування.

Таким механізмом є сукупність взаємопов'язаних елементів (складових), що забезпечать вирішення питання підвищення ефективності інвестиційної діяльності на підприємствах шляхом створення системи інвестиційного планування. Складовими даного механізму визначимо такі: мета та цілі; принципи; функції; методи; етапи; елементи (забезпечуючі підсистеми) (додаток К).

Дослідження довели, що в сучасних умовах господарювання неповною мірою реалізується функція інвестиційного планування, що призвело до зменшення кількості впроваджених інвестиційних проектів і програм та, у підсумку, – до гальмування інвестиційного процесу на підприємствах.

У зв'язку з цим доведена необхідність удосконалення інвестиційного планування шляхом розробки й реалізації механізму створення системи інвестиційного планування як сукупності взаємопов'язаних елементів, реалізація якого забезпечить вирішення проблеми підвищення ефективності інвестиційних процесів та дозволить суб'єкту господарювання вчасно виявити зміни мікро- та макрочинників інвестиційної діяльності, розробити та реалізувати комплекс заходів щодо її створення. Етапи реалізації механізму створення системи інвестиційного планування наведено на рис.3.1.

З метою ілюстрації процесу інвестиційного планування на основі застосування системного підходу побудовано структурно-логічну модель системи інвестиційного планування на підприємствах кондитерської галузі. Вибір складових моделі (функцій, етапів, елементів (забезпечувальних підсистем) обумовлений виділеними та дослідженими в дисертації змістовими складовими поняття “ система інвестиційного планування ” (табл.3.2).



Рис. 3.1. Етапи реалізації механізму створення системи інвестиційного планування*

*Джерело:Розробка автора

Запропонована модель наочно демонструє складність і багатогранність взаємозв'язків елементів системи інвестиційного планування на підприємстві (рис.3.2). Реалізація даної моделі досягається шляхом встановлення взаємозв'язків між відповідними елементами кожної зі складових, вибір яких обумовлений необхідністю досягнення конкретних цілей інвестиційного планування.

Таблиця 3.2

**Складові структурно-логічної моделі системи інвестиційного
планування***

№з/п	Складові	Зміст складових
1.	Функції (види діяльності в рамках інвестиційного планування)	(Ф 1.1) Створення системи інвестиційного планування. (Ф 1.2) Маркетингові дослідження. (Ф 1.3) Інноваційна діяльність. (Ф 1.4) Пошук і оцінка нових технологій і обладнання. (Ф 1.5) Розробка інвестиційного проекту. (Ф 1.6) Пошук інвестора й обґрунтування проекту. (Ф 1.7) Контроль над здійсненням інвестиційного плану і коригування.
2.	Етапи процесу інвестиційного планування	(П 2.1) Аналіз ситуації та виявлення проблем. (П 2.2) Визначення цілі і шляхів її досягнення. (П 2.3) Планування маркетингу. (П 2.4) Планування виробничої програми. (П 2.5) Фінансове планування. (П 2.6) Оцінка ризиків. (П 2.7) Оцінка економічної ефективності проекту.
3.	Елементи інвестиційного планування (забезпечувальні підсистеми)	(Е.3.1) Інформаційне забезпечення. (Е.3.2) Персонал. (Е.3.3) Організаційна структура. (Е.3.4) Фінансові ресурси. (Е.3.5) Методика планування. (Е.3.6) Технологія планування. (Е.3.7) Автоматизація процесу.

*Джерело: Розробка автора

Так, поєднання елементів 1.5.-2.3.-3.1. є графічним відображенням інформаційної підтримки розробки плану маркетингу в рамках створення інвестиційного плану. Під даною процедурою слід розуміти обробку і формалізоване представлення даних маркетингових досліджень з різних джерел і їх використання при розробці плану маркетингу інвестиційного проекту. Елемент 1.3.-2.2.-3.3. у свою чергу, надає можливість врахувати фактор відповідності організаційної структури управлінського апарату підприємства процесу визначення цілей інноваційної діяльності.

Формування механізму інвестиційного планування є в більшій мірі концепцією використання науково обґрунтованих методів у рамках стратегічного управління. Проте необхідною умовою впровадження системи інвестиційного планування в практику господарювання промислових підприємств є розробка практичних заходів щодо реалізації запропонованого механізму.

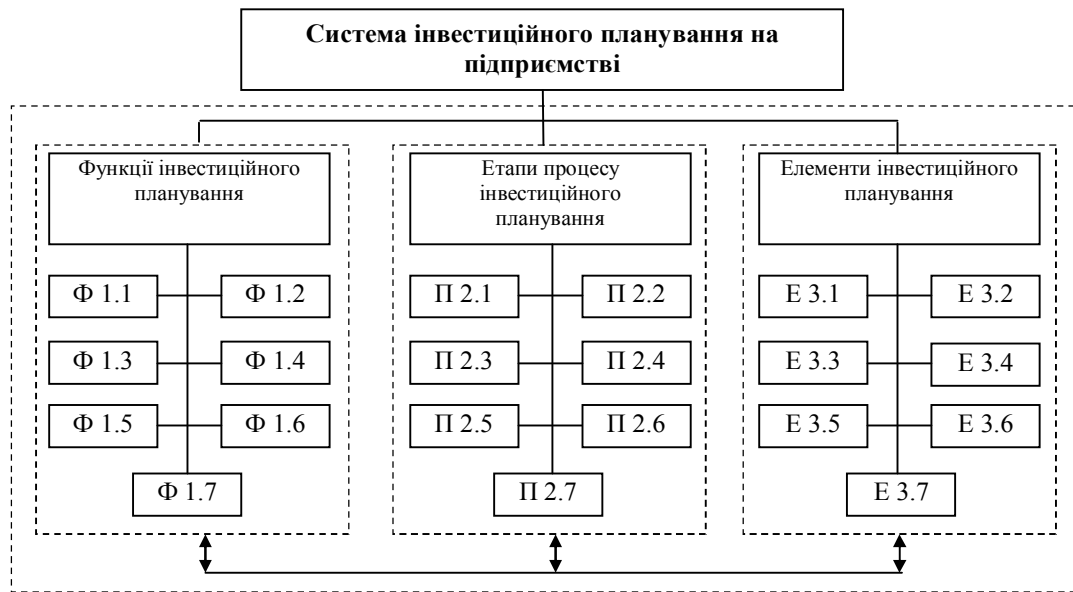


Рис. 3.2. Структурно-логічна модель системи інвестиційного планування на підприємстві

*Джерело: Розробка автора

Так, цілі формування системи інвестиційного планування на практиці встановлюються на основі багатьох факторів, серед яких можуть бути і уподобання керівництва, вимоги інвестора, обмеженість ресурсів, невизначеність ситуації на ринку тощо. Науково сформульовані цілі повинні бути одночасно вихідним моментом змін і основою критеріїв оцінки результатів, відповідати вимогам конкретності, вимірності, досяжності, узгодженості, прийнятності та гнучкості.

Цілі функціонування системи інвестиційного планування на підприємстві пропонуємо встановлювати за ієрархічним принципом, про що згадувалось вище, поділяючи їх на цілі вищого і нижчого рівнів, використовуючи останні як засіб досягнення цілей вищого рівня. Ієрархію цілей системи, що розглядається, пропонуємо представити у вигляді “дерева цілей”, при побудові якого необхідно дотримуватися принципу зведення складних явищ до простіших. На рис. 3.3 подано “дерево цілей” інвестиційного планування на кондитерському підприємстві.

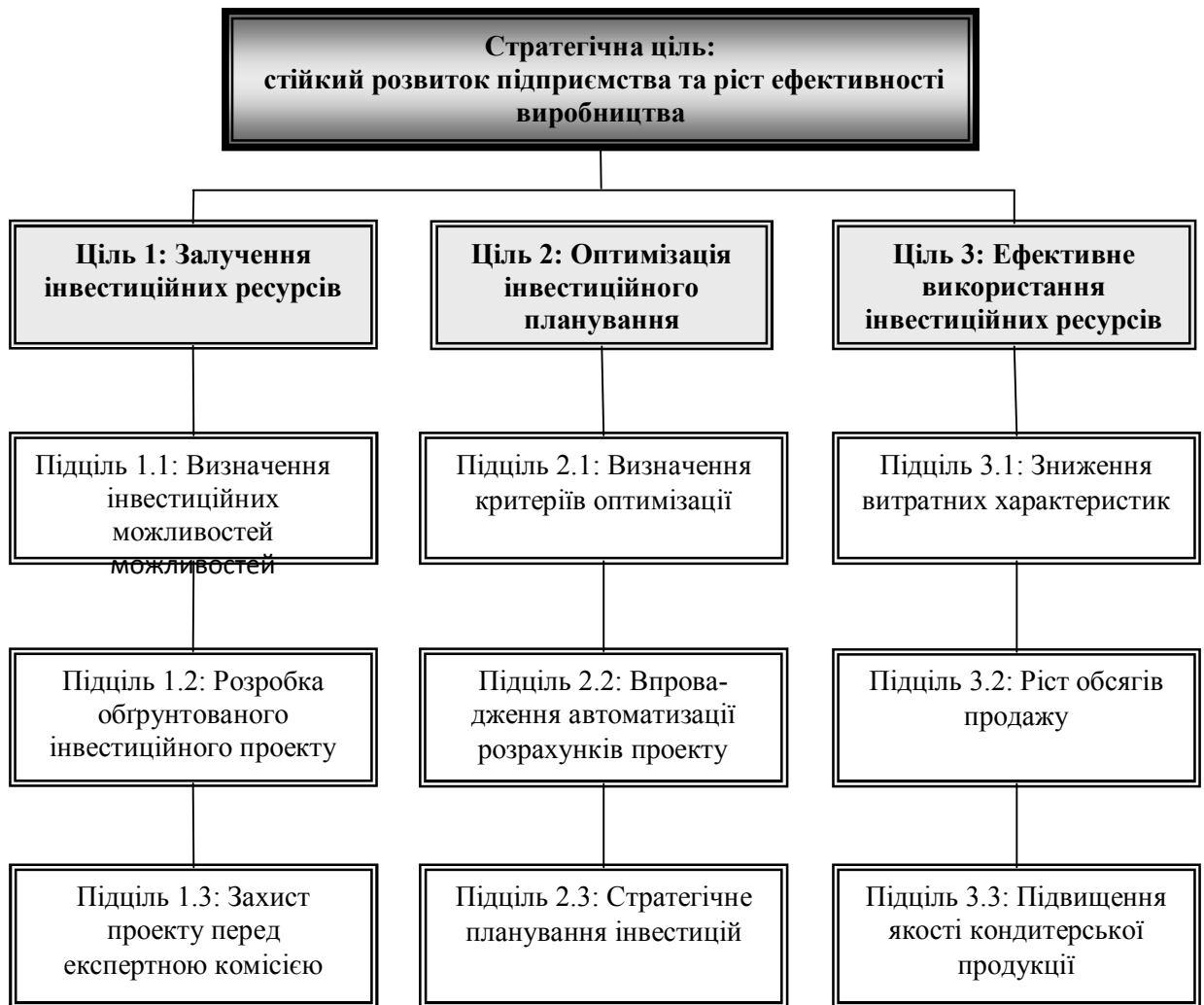


Рис. 3.3. Дерево цілей інвестиційного планування на кондитерському підприємстві*

* Джерело: Розробка автора

Проте не всі цілі створення системи інвестиційного планування можна кількісно виразити. Так, наприклад, сумнівним є метод оцінки досягнення цілей діяльності системи інвестиційного планування шляхом вимірювання кількості інвесторів, що беруть участь у переговорах чи швидкості проходження економічної експертизи проекту в зацікавленій організації. Разом з тим, досягнення однієї з основних цілей створення системи – залучення інвестицій – опосередковано вимірюється цілком конкретними величинами росту обороту, прибутку, частки ринку.

Окрім того, необхідно знайти компроміс між цілями стратегічного, тактичного і оперативного напрямків. Для середніх і малих підприємств значно

простіше вибудувати чітку ієрархію цілей, оскільки можна уникнути певних протиріч між інтересами власників бізнесу, керівників підприємств та самих працівників. Як правило, перші й другі виступають в одній особі, а при незначних обсягах виробництва, частці ринку та інших показниках працівники підприємств найчастіше стурбовані лише розмірами матеріальної винагороди за свою працю і вкрай рідко висувають будь-які вимоги щодо стратегічних питань розвитку підприємства. І навпаки, типовим протиріччям у процесі здійснення інвестицій в акціонерних компаніях є конфлікт між бажанням якнайшвидшого отримання дивідендів та необхідністю стратегічних вкладень у розширення ринкової частки, стимулювання збуту, зміцнення торгівельної сітки, рекламу торгівельної марки, тобто в заходи, що дають віддачу через певний час.

Дослідження, спрямовані на визначення інвестиційних можливостей на підприємстві, у галузі, регіоні, державі дозволять системі інвестиційного планування вчасно отримувати базову інформацію про тенденції довгострокових змін, яка слугуватиме основою для стратегічного планування інвестицій. Інвестиційний моніторинг, на нашу думку, доцільно проводити за такими напрямками:

- спостереження за змінами стану підприємства за низкою показників, які включають, крім загальноекономічних даних, орієнтири розвитку галузевого ринку; для кондитерської промисловості – зміна структури споживання, середнього доходу на душу населення, обсягу імпорту кондитерських виробів тощо;
- діагностика стану об'єкта, визначення небезпек і можливостей щодо залучення інвестицій для зміни ситуації;
- прогнозування розвитку ситуації;
- формулювання рекомендацій щодо вирішення виявлених проблем – наприклад, залучення інвестицій у створення виробництва, яке б не мало конкурентів у регіоні.

Беручи до уваги вищесказане, робимо логічний висновок про необхідність кількісної і якісної зміни персоналу, що займається на

підприємстві плануванням, з метою підвищення його відповідальності, посилення контролюючих функцій, росту професійного рівня.

Перелік основних видів робіт, для виконання яких у рамках запропонованої системи повинен бути підготовлений спеціаліст з інвестиційного планування, наведено в табл. 3.3.

Таблиця 3.3

Функції групи персоналу, що здійснює інвестиційне планування

Саморозвиток системи	Аналіз	Контроль планування	Контроль виконання планів	Перспективне планування
Моделювання організаційної структури	Дослідження внутрішнього і зовнішнього середовища	Координація	Оцінка ефективності	Моніторинг інвестиційних можливостей
Проектування системи і процедур інвестиційного планування	Прогнозування небезпек і можливостей	Інтеграція планів	Визначення причин відхилень	Аналіз можливостей
Підвищення кваліфікації персоналу	Аналіз потенційних можливостей	Аналіз системи планування	Коригування планів	Планомірне створення можливостей
Перегляд планової системи	Пропозиція альтернатив	Оцінка розроблених планів	Аналіз дій, спрямованих на коригування	-
Впровадження системи інвестиційного планування	Дослідження альтернатив	-	Моніторинг впливу коригування на зміну параметрів планів	-

* Джерело: Розробка автора

Дані табл. 3.3 вказують на необхідність поєднання у працівників, які займатимуться плануванням інвестицій, якостей аналітика, новатора, експерта, прогнозіста, спеціаліста з моделювання.

Використання цих дещо особистісних характеристик повинно забезпечити:

- адекватність системи до завдань, що вирішуються підприємством;

- прийняття рішень і визначення проміжних планових показників і термінів;
- інтеграцію планування, реалізації планів і контролю за використанням інвестицій;
- коригування планів у разі необхідності;
- досягнення запланованих результатів.

Вирішення вище перелічених завдань не під силу виключно економістам, і тому на період здійснення інвестиційного планування на підприємстві необхідно створити робочу групу із спеціалістів різного профілю: економіста – керівника групи, спеціаліста з маркетингу, інженера-технолога, бухгалтера, програміста для автоматизації розрахунків, систематизації і обробки інформації, спеціаліста з фінансового планування, який має навички роботи у відповідних програмних продуктах. При необхідності до роботи в групі залучаються екологи, юристи, будівельники, програмісти.

Думка про можливість прийняття індивідуальних рішень у галузі інвестування безпосередньо керівним персоналом на базі формалізованої комп'ютерної інформації є не зовсім правильною. У рамках системи інвестиційного планування на підприємстві пропонується використовувати децентралізований підхід, визначивши, що відповідальність за виконання прийнятого плану покладається на персонал, який бере участь у його розробці. Це дозволить уникнути необґрунтованих рішень, завищених показників та посилити контроль за досягненням поставлених завдань.

Зміни такого масштабу не можуть не викликати негативної реакції у персоналу вищого і середнього рівнів управління. В її основі лежать серйозні відмінності соціального і психологічного характеру між звичним “постсоціалістичним” стилем керівництва і сучасними методами управління.

Одним з найважливіших кроків на шляху реалізації програми вдосконалення складу і структури персоналу є адаптація персоналу до нових умов діяльності. Необхідно забезпечити своєчасну постановку перед трудовим колективом нових пріоритетних цілей і завдань, сформувати команду

професійних менеджерів, розробляти програми підвищення кваліфікації працівників, їх індивідуального просування та стимулювання праці. Якісний підбір команди дозволить істотно поліпшити морально-психологічний клімат у малих групах і підвищити ефективність їх діяльності.

Впровадження системи інвестиційного планування приведе до значної зміни в структурі управління на підприємстві, перерозподілу посадових і функціональних повноважень, кадрової ротації, переосмислення вимог і кваліфікації персоналу, створення нових робочих місць.

Подолання опору змінам необхідно проводити в таких напрямках:

- інтеграція нової служби в ту структуру, що функціонує, управління з послідовною модифікацією останньої до рівня необхідних змін;
- підвищення професійного рівня працівників системи планування, їх навчання;
- залучення кваліфікованих спеціалістів з консалтингових структур для роботи в системі;
- підпорядкування низки функцій управління завданням інвестиційного планування.

У процесі інтеграції в рамках організаційної структури керівник нової служби повинен отримати на визначений час повноваження голови функціональної служби з метою координації дій з розвитку підприємства.

Загалом при розробці і впровадженні системи інвестиційного планування на конкретному підприємстві треба брати до уваги вплив особливостей виробництва і технології, зовнішнього середовища, якості і рівня технічного та методичного забезпечення, характеру управлінських дій керівника тощо.

Сьогодні вітчизняні суб'єкти господарювання функціонують в умовах, які потребують різноманітних реакцій на зміни в зовнішньому середовищі. Тому, на нашу думку, важливо проектувати характеристики системи інвестиційного планування індивідуально для кожного окремого підприємства.

Одночасно з початком заходів з впровадження системи необхідно провести соціально-психологічну підготовку персоналу, що бере участь в її

впровадженні і використанні. З цією метою слід ознайомити персонал із системою і запланованими змінами, довести до їх відома цілі інвестиційного планування, обґрунтувати доцільність застосування системи і логічність рішень, що приймаються, охарактеризувати переваги системи, а також залучити оптимальну кількість працівників управління до впровадження нововведень.

Слід підкреслити, що після розробки інвестиційного плану і початку здійснення інвестицій групу інвестиційного планування модифікують у групу управління проектами, що створює спадковість діяльності з інвестування і забезпечує відповідальність конкретних людей за результати прийнятих рішень.

Створення системи інвестиційного планування на підприємствах повинно зіграти важливу роль у пошуку інвестиційних можливостей і залученні вкладень в розвиток вітчизняного виробництва. Кваліфікована підготовка інвестиційних проектів, скрупульозна оцінка ефективності інвестицій, професійний підхід до планування і здійснення проектів підвищать інвестиційну привабливість вітчизняних підприємств.

Для ефективного функціонування системи інвестиційного планування на підприємстві потрібно створити певні передумови: організаційні, інформаційні та кадрові. Організаційна структура підприємства має бути адекватною до системи інвестиційного планування для того, щоб органи управління й організаційні одиниці, які утворюють відповідно організаційну та планову піраміди, перекривали одна одну.

Процедури планування мають бути сплановані з погляду організаційного забезпечення. Крім того, побудова системи планування на вітчизняних підприємствах відбувається за умов перехідного періоду, коли раніше діючі системи майже зруйновані, а нові вимагають становлення.

Таким чином, удосконалення інвестиційного планування на промислових підприємствах, на нашу думку, полягає в застосуванні системного підходу до інвестиційного планування, що дозволить скоротити тривалість періоду планування інвестиційної діяльності та підвищити якість планових

інвестиційних рішень; зменшити, а в окремих випадках й усунути, негативний вплив зовнішнього середовища підприємства; використати усі можливості, що на сьогодні відкриває перед підприємством ринок.

З метою подолання окреслених внутрішніх проблем на кожному підприємстві необхідно розробляти Програму заходів щодо комплексного вирішення проблем інвестиційного планування на підприємстві.

Удосконалення інвестиційного планування пропонуємо здійснювати комплексно, одночасно за різними організаційно-економічними напрямками (рис.3.4), що підпорядковані єдиному стратегічному задуму, орієнтованому на ефективне використання власних інвестиційних ресурсів підприємства та пошук можливостей залучення позичкових коштів, задоволення потреб споживачів, успішну реалізацію інвестиційної політики підприємства.

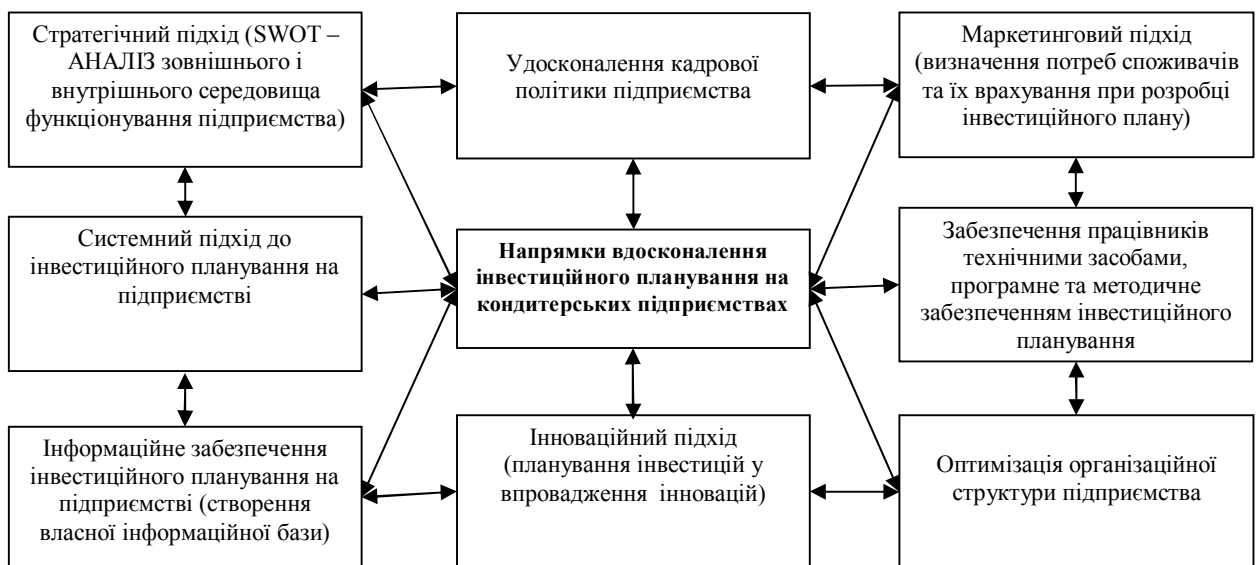


Рис. 3.4. Організаційно-економічні напрямки вдосконалення інвестиційного планування на кондитерських підприємствах*

* Джерело: Самостійна розробка автора

Запропонований комплексний підхід до вдосконалення інвестиційного планування повинен охоплювати такі напрямки:

1. Вдосконалення кадрової політики. Роботу з удосконалення інвестиційного планування на підприємствах пропонуємо починати з реалізації заходів саме цього напрямку, який, на нашу думку, є найважливішим, тобто здійснити підбір кваліфікованого керівного складу підприємства; підвищити кваліфікацію персоналу; запровадити дієву систему мотивації працівників.

Навчання керівників і фахівців повинно здійснюватися як безупинний процес протягом усього періоду їхньої роботи. Кожен працівник певну частину робочого часу зобов'язаний присвячувати підвищенню кваліфікації, оволодінню сучасними досягненнями науки, техніки, культури і передового досвіду управління підприємствами.

Важливо також підняти особисту відповідальність і зацікавленість кадрів у підвищенні кваліфікації. Керівництво підприємства повинно поставити в пряму залежність результати роботи і винагороду за неї від підвищення кваліфікації і фахового росту працівника. У трудовому колективі промислового підприємства повинна діяти ефективна система обліку, узагальнення і реалізації пропозицій управлінського персоналу щодо вдосконалення інвестиційного планування по кожному з окремих напрямків.

2. Застосування системного підходу при здійсненні інвестиційного планування (побудова системи інвестиційного планування на теоретичних засадах, окреслених у попередніх дослідженнях, з дотриманням послідовності проведення інвестиційного планування, з врахуванням усіх елементів системи інвестиційного планування). Вирішальним чинником, що впливатиме на організацію системи інвестиційного планування підприємства, є обов'язкове зіставлення вигод від її функціонування і витрат на її створення.

3. Побудова системи інвестиційного планування на концептуальних засадах стратегічного планування (використання принципів і методів стратегічного планування інвестиційної діяльності; SWOT-аналіз інвестиційних можливостей підприємства – визначення сильних і слабких сторін, а також можливостей і загроз; формулювання цілей інвестування на основі розробленої стратегії підприємства).

4. Маркетингові заходи на кондитерському підприємстві потрібно проводити за напрямками:

- вивчення наявних і потенційних ринків збуту продукції підприємства;
- розробки нових і вдосконалення вже існуючих видів продукції (розширення асортименту) ;
- покращення якості продукції, смакових властивостей та упаковки;
- постійний контроль за підвищенням якості обслуговування клієнтів;
- активізація роботи із залучення нових споживачів продукції.

Застосування маркетингового підходу до організації виробництва в діяльності вітчизняних кондитерських підприємств дозволяє вирішити проблеми найбільш раціональним шляхом, своєчасно виявляти ринкові можливості й використовувати їх, спланувати й організувати виробництво з урахуванням передбачуваних тенденцій споживчого попиту.

Для забезпечення підвищення ефективності управління інвестиційною діяльністю, на нашу думку, необхідно особливу увагу сконцентрувати на маркетинговій складовій інвестиційного планування, яка сприятиме активізації внутрішніх та зовнішніх резервів роботи підприємства, ефективному залученню зовнішніх ресурсів і дасть змогу оптимізувати структуру інвестицій підприємства. Слід пам'ятати, що в умовах вільного ринку підприємства, з метою успішного функціонування, повинні постійно шукати нових споживачів і опановувати нові ринки збуту продукції. З цією метою ще на початковому етапі інвестиційного планування кожне підприємство, яке планує свою інвестиційну діяльність, повинно здійснити маркетингове дослідження ринку товарів, у виробництво яких планується здійснення значних інвестицій.

5. Оптимізація організаційної структури підприємства дозволяє вдосконалити організацію процесу інвестиційного планування завдяки врахуванню низки чинників: розміру і фінансового стану підприємства; обсягу інвестиційних ресурсів, що планується вкласти в розвиток підприємства; забезпеченість кваліфікованим управлінським персоналом; технічне, програмне

та методичне забезпечення інвестиційного планування; специфіку виготовлення і збуту продукції тощо.

Так, наприклад, на малих підприємствах, для яких характерна проста лінійна організаційна структура управління, створювати окремий відділ з планування інвестицій немає сенсу. Функції такого відділу через незначні обсяги інвестицій можуть виконувати власник малого підприємства або його директор (рис. 3.5).

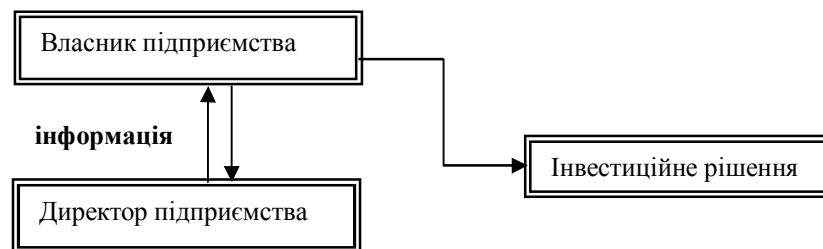


Рис. 3.5. Схема прийняття інвестиційного рішення на малих підприємствах при лінійній структурі управління підприємством*

* Джерело: Розробка автора

На середніх підприємствах, що використовують у своїй роботі переважно лінійно-функціональну структуру управління, функції інвестиційного планування можуть виконувати спеціально підготовлені в сфері інвестиційного планування один – два працівники підприємства, які, при потребі, можуть залучати інших фахівців з усіх функціональних підрозділів. Такий підхід дає можливість професійно виконати планову роботу без обтяження організаційної структури підприємства додатковим підрозділом. При потребі можна залучити до процесу інвестиційного планування консалтингову фірму (див. рис.3.6).

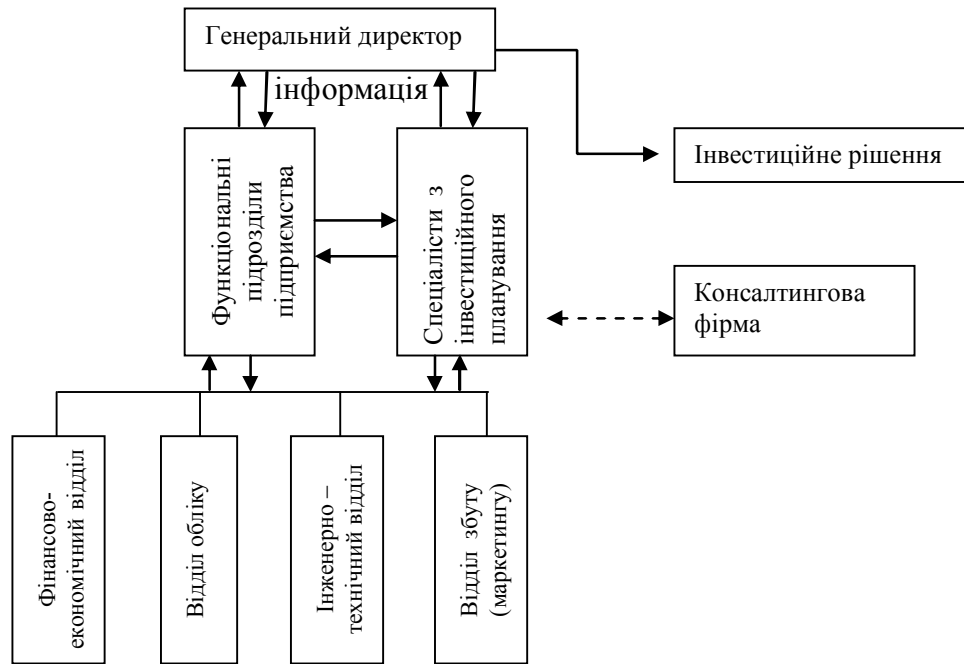


Рис. 3.6. Схема прийняття інвестиційного рішення на середніх підприємствах за лінійно-функціональної структури управління підприємством*

* Джерело: Розробка автора

Таким чином, успіх інвестиційного планування залежить від рівня його організації, тобто від уміння вищого керівництва налагодити та впорядкувати інформаційно-методологічне забезпечення, оскільки організація інвестиційного планування повинна базуватися на системі методів і засобів, що забезпечуватимуть її оптимальне функціонування.

6. Інноваційний підхід (планування інвестицій у впровадження технологічних інновацій). Стратегічним завданням на етапі інвестиційного планування вітчизняних кондитерських підприємств має стати впровадження сучасних інноваційних технологій як фактора прискореного розвитку національної харчової промисловості, основної умови успішного проведення конкурентної боротьби як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. Забезпечення позитивної тенденції приросту обсягів кондитерської продукції вимагає постійного техніко-технологічного оновлення підприємств. Варто зазначити, що інноваційною вважається та кондитерська продукція, що є

абсолютно новою на ринку або зазнала істотних технологічних змін при виготовленні. Не належить до інноваційної кондитерської продукції продукція старого асортименту, що була модифікована з використанням нових смакових добавок, або продукція нова для даного підприємства, але вже давно відома на ринку кондитерських виробів.

Від вибору ще на етапі інвестиційного планування інноваційного напрямку здійснення інвестицій залежить конкурентоспроможність вітчизняної кондитерської продукції на світовому та національному продовольчих ринках, міжнародне визнання і підтримка на перспективу іміджу України як експортера якісної, натуральної, а отже, безпечної і корисної кондитерської продукції.

7. Технічне та методичне забезпечення процесу інвестиційного планування. Сьогодні світова практика менеджменту інвестиційної діяльності володіє безліччю методичних рекомендацій з розробки бізнес-планів окремих інвестиційних проектів на промислових підприємствах. Проте суттєві відмінності в умовах ведення господарської діяльності різних країн та особливості роботи підприємств кожної з галузей вітчизняної промисловості зумовлюють необхідність адаптації відповідних методик інвестиційного планування до умов конкретного підприємства.

Найкращим варіантом, на нашу думку, буде розробка на основі передового зарубіжного та вітчизняного досвіду власного методичного забезпечення з урахуванням організаційно-економічних особливостей роботи підприємства та умов ведення діяльності. Звичайно, проведення такого виду робіт потребує відповідного технічного забезпечення, тому керівництво підприємства повинно подбати про належний рівень технічних засобів, що дозволить якісно і швидко підготувати, провести та проконтролювати процес інвестиційного планування.

Особливу увагу при розробці власного методичного забезпечення слід звернути на використання методів економіко-математичного моделювання в практиці інвестиційного планування кондитерського підприємства.

У сучасних умовах автоматизації усіх процесів обов'язковим елементом комплексного інвестування є побудова економіко-математичної моделі оптимізації процесу планування інвестиційної діяльності на підприємстві. Використання економіко-математичних методів на практиці дає можливість вибрати серед аналізованих інвестиційних проектів оптимальний варіант і може багаторазово використовуватись протягом усього періоду інвестиційного планування та для подальшого оперативного управління і моніторингу реалізації цілей комплексного інвестування.

1. Інформаційне забезпечення. Сьогодні підприємство, яке має у своєму розпорядженні добре налагоджену систему інформації про внутрішнє і зовнішнє ділове середовище, можна назвати інноваційним. Система інформації про зовнішнє і внутрішнє ділове середовище допомагає підприємству оперативно реагувати на всі зміни в середовищі, оперативно оновлювати продуктову гаму й технології, відстежувати динаміку потреб і смаків покупців (споживачів).

Добре організований процес інвестиційного планування дозволить скоротити тривалість періоду планування інвестиційної діяльності та підвищити якість інвестиційних рішень; зменшити, а в окремих випадках усунути, негативний вплив зовнішнього середовища підприємства; використати усі ринкові можливості, що на сьогодні відкриваються перед підприємством.

Таким чином, запропоновані організаційно-економічні напрямки вдосконалення інвестиційного планування на кондитерських підприємствах сприятимуть вирішенню завдань стратегічного управління, заснованих на здійсненні дослідження ринкового середовища і внутрішніх можливостей підприємства із застосуванням економіко-математичних методів та інформаційних технологій прийняття управлінських рішень щодо інвестування для досягнення конкурентних переваг на ринку.

3.2. Інформаційне забезпечення інвестиційного планування на промисловому підприємстві

Ефективний розвиток ринкових методів господарювання, розширення інтеграційних процесів у вітчизняній економіці, метою яких є вступ України у європейське співтовариство, має вирішальний вплив на всі аспекти інвестиційної діяльності промислових підприємств. Формування конкурентного середовища змушує управлінські структури проводити ефективну інвестиційну політику, планувати інвестиційну діяльність відповідно до змін ринкової кон'юнктури, моделювати альтернативні прогностичні варіанти вкладення інвестицій тощо. Вирішення цих завдань вимагає створення гнучкої системи інформаційного забезпечення, здатної реагувати на запити всіх зацікавлених сторін і надавати їм необхідну інформацію для прийняття управлінських рішень.

Потреба в інформації на етапі інвестиційного планування при прийнятті управлінських рішень значно зросла за умов становлення ринкових відносин в Україні, а особливо в період подолання вітчизняною промисловістю наслідків глобальної економічної кризи.

Така необхідність зумовлена невизначеністю умов функціонування підприємств та необхідністю зниження ступеня ризику при здійсненні інвестиційної діяльності, потребою оперативного виявлення змін у зовнішньому оточенні та своєчасного реагування на них суб'єктів господарювання. Ця інформація повинна бути достовірною та повною і відображати показники внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства, а її відсутність – унеможлиблює здійснення ефективного інвестиційного планування діяльності підприємства.

Як показали проведені дослідження, однією з основних причин виникнення кризових ситуацій на багатьох вітчизняних підприємствах є низький рівень менеджменту. Саме непрофесійні та помилкові дії керівництва привели значну кількість виробників на межу банкрутства. Тому основним

чинником, який зумовлює прийняття неправильних управлінських рішень щодо інвестування, є переконання керівників про недоцільність проведення планування діяльності та відсутність на вітчизняних підприємствах ефективної системи інформаційного забезпечення інвестиційного планування.

Проте важливо, щоб інформація, яку використовує менеджер з інвестиційного планування (керівник), була достовірною, систематизованою, структурованою, а витрати на її отримання не перевищували вигоду від її використання.

Планування діяльності сучасного підприємства потребує оперативності, особливо якщо це стосується інвестиційного планування. У час швидких змін у зовнішньому оточенні підприємства, коливання макроекономічних параметрів, швидкої зміни попиту на продукцію необхідною умовою є створення інформаційної бази для ухвалення оперативних ефективних рішень щодо інвестування, тобто перехід суспільства до інформаційної епохи та наукомістких технологій.

Таким чином, вагомим чинником, який спричиняє прийняття недосконалих управлінських рішень щодо інвестування, є відсутність на вітчизняних підприємствах координації діяльності різноманітних служб, інформаційного менеджменту, маркетингової складової інвестиційного планування.

Не завжди виграє те підприємство, у якого хороші зв'язки на ринку, високий запас фінансової стійкості, сучасне обладнання та ін. Перемагає те, яке володіє більш досконалим знанням зовнішнього середовища, своїх ключових особливостей, яке добре розбирається в нинішній ситуації на ринку, вловлює “сигнали з майбутнього” і може формувати і використовувати нові знання [131, с. 107].

Надмірну стабільність виробничого процесу змінює динамічність, здатність пристосовуватися до існуючого попиту і вміння активно формувати новий.

Спираючись на дослідження науковців [145; 146; 147; 167], предметом вивчення яких є питання інформаційного забезпечення діяльності підприємств, у контексті даного дослідження під інформацією розуміємо задокументовані або усні відомості про зовнішнє та внутрішнє середовище підприємства, що є результатом інтелектуальної діяльності однієї людини або групи людей та інструментом зниження рівня невизначеності й негативного впливу зовнішнього оточення на суб'єкт господарювання і використовуються при здійсненні інвестиційного планування (у прийнятті управлінських рішень на етапі інвестиційного планування).

Вважаємо тут за необхідне виділити такий специфічний вид інформації, як знання та досвід працівників підприємства. Адже кожен працівник підприємства якимось чином генерує повідомлення для інших суб'єктів. Тому знання, досвід, особисті якості працівників, задіяних у здійсненні інвестиційного планування, є також в певній мірі джерелом інформації при прийнятті інвестиційних рішень. Завдяки професійним якостям менеджера стає можливим фільтрування недостовірної або неточної інформації. Таким чином, змінюватиметься якість інформаційного забезпечення, оскільки можливе коригування деяких показників експертним шляхом.

В економіці дуже часто чинники, які слід брати до уваги, настільки нові й складні, що достатня інформація про них відсутня, а ймовірність того чи іншого результату не можна обчислити статистичними методами.

Зіткнувшись з потребою прийняти економічне рішення в такій ситуації, можна спробувати отримати додаткову інформацію, ще раз проаналізувати проблему. Зіставляючи здобуту додаткову інформацію з тією, яка пов'язана з нагромадженим досвідом, сформованими уявленнями та інтуїцією, суб'єкт управління може надати низці альтернативних результатів гіпотетичної ймовірності («прикинути на око»).

Водночас бажано до складання експертних оцінок залучати фахівців у ролі експертів. Кваліфіковані експерти здатні вивести проблему пошуку

рішення з розряду невизначеності до розряду стохастики, надавши проблемі вибору наукової та практичної обґрунтованості [44].

Окрім того, специфіка інвестиційного планування полягає в тому, що управлінське рішення підприємство ухвалює в теперішньому часі на основі попередньої інформації про стан зовнішнього і внутрішнього середовища, а результати отримує в майбутньому.

Проте, зважаючи на стрімкий і динамічний розвиток подій у ринковому середовищі, інколи діаметрально протилежний на момент прийняття рішення, система інформаційного забезпечення повинна бути постійно відкритою і працівники зобов'язані стежити за оновленням інформації з метою вчасного реагування на незаплановані зміни в зовнішньому оточенні.

Тому рівень знань та особисті якості спеціалістів, задіяних в зборі й обробці інформації стосовно ситуації, в межах якої прийматимуться рішення щодо інвестування, має вирішальне значення. Роль спеціалістів такого рівня полягає у наданні рекомендацій щодо вибору оптимального варіанту дій на певну ситуацію, а вся повнота відповідальності за прийняття інвестиційного рішення лежить на їх керівництві.

Важливо зазначити, що самі собою знання та досвід не є інформацією для інших суб'єктів інвестиційного планування. Тому лише завдяки комунікації можливе застосування здібностей окремих працівників в інформаційній діяльності.

Важливими джерелами даних в інвестиційному плануванні є: експертні оцінки незалежних експертів та інтуїція менеджерів та аналітиків. Проте через неможливість формалізації таких повідомлень для цілей інвестиційного планування існує проблема їхнього врахування у фінансових показниках проектів.

Сукупність усіх даних, які отримуються в процесі функціонування підприємства, можна назвати його інформаційним забезпеченням. Інформаційним забезпеченням інвестиційного планування є всі види повідомлень (усних, письмових, графічних, на магнітних носіях тощо) та

організація з їх збору (пошуку), обробки, збереження, накопичення та передачі в межах компетенції зацікавленим особам, а саме: вищому керівництву та менеджерам усіх рівнів; інвесторам (акціонерам, власникам); кредиторам; персоналу; постачальникам; споживачам продукції; державним органам управління тощо.

Інформація, яка використовується у різних сферах господарської діяльності підприємства, не може існувати автономно. Інформаційне забезпечення інвестиційного планування є підсистемою загальної системи інформаційного забезпечення на підприємстві, тобто інформаційно-комунікаційної системи.

Така система містить дві складові: зовнішнє та внутрішнє середовище. До інформації з зовнішнього середовища належить будь-яка інформація прямого та непрямого впливу на суб'єкт господарської діяльності. До інформації із внутрішнього середовища – повідомлення лише в межах підприємства.

Зазначимо, що в умовах ринкової економіки якість і кількість інформації прямо залежить від її ціни. Натомість від якості отриманої інформації залежить якість інвестиційного планування на підприємстві, а саме: достовірність оцінки обсягу інвестиційних ресурсів, рівня прибутку від інвестицій, альтернативність вибору інвестиційних проектів, оцінка фінансово-господарського стану підприємства та його зовнішнього оточення тощо.

Потрібно пам'ятати, що чим більший розмір капіталу залучають, тим вагомішою стає роль високоякісної інформації, яка необхідна для прийняття інвестиційних рішень, спрямованих на підвищення ефективності цієї діяльності.

Залежно від тих чи інших потреб та можливостей отримання інформації існують різні її джерела, які умовно можна поділити на зовнішні і внутрішні (див. рис. 3.7).

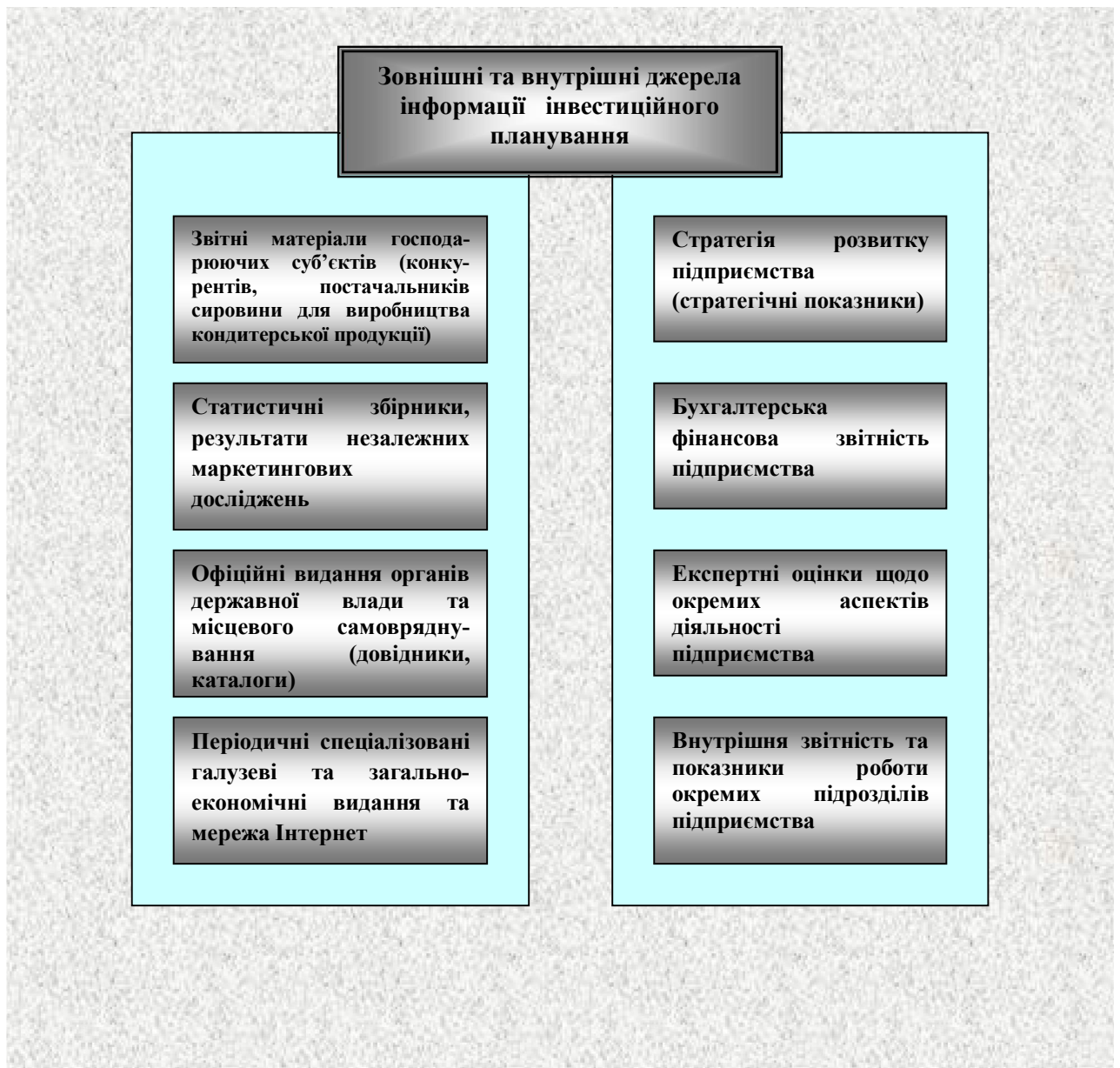


Рис. 3.7. Зовнішні та внутрішні джерела інформації інвестиційного планування на підприємстві*

* Джерело: Побудовано автором на основі джерел [145; 146; 147; 167].

На цій основі побудуємо схему інформаційного забезпечення системи інвестиційного планування для підприємств кондитерської галузі, що розкриває джерела та склад інформації, та може бути використана при прийнятті інвестиційного рішення (див. рис.3.8).



Рис. 3.8. Інформаційне забезпечення системи інвестиційного планування для підприємств кондитерської галузі*

* Джерело: Розробка автора

За результатами дослідження сучасних наукових праць [64; 98; 99; 145; 146] зовнішніми джерелами інформаційного забезпечення системи інвестиційного планування підприємства з виготовлення кондитерських виробів вважаємо такі:

- 1) звітні матеріали господарюючих суб'єктів – конкурентів та підприємств-постачальників сировини для виробництва;
- 2) статистичні збірники України загалом та окремих областей;
- 3) офіційні видання органів державної влади та місцевого самоврядування (у тому числі дані профільних міністерств і галузевих об'єднань);
- 4) публікації періодичних комерційних видань, фондової та валютної бірж, офіційні дані Національного банку України щодо стану кон'юнктури ринку капітальних товарів і послуг як в Україні, так і закордоном;
- 5) опубліковані у фахових виданнях рейтинги з основними показниками діяльності роботи банків, страхових компаній, інвестиційних фондів;
- 6) платні бізнес-довідки та маркетингові дослідження кон'юнктури окремих ринків інформаційними агентствами та консалтинговими фірмами;
- 7) довідкові видання (каталоги, прайси);
- 8) засоби масової інформації;
- 9) мережа Інтернет;
- 10) соціологічні опитування споживачів та маркетингові дослідження;
- 11) матеріали наукових конференцій, симпозіумів, презентацій та публікації в спеціалізованих галузевих журналах.

Необхідно брати до уваги, що за характером впливу на прийняття управлінських рішень щодо інвестування інформація, яка характеризує зовнішнє середовище підприємства, поділяється на довідкову та регулятивно-інструктивну; інформація, яка характеризує внутрішнє середовище підприємства, – на інформацію, отриману з бухгалтерської фінансової звітності та нормативно-планову фінансову інформацію.

До внутрішніх джерел інформаційного забезпечення системи інвестиційного планування підприємства належать:

- 1) стратегія розвитку підприємства;
- 2) бухгалтерська фінансова звітність підприємства;
- 3) експертна оцінка щодо окремих аспектів діяльності підприємства;
- 4) внутрішня звітність та показники роботи окремих підрозділів підприємства (для малих підприємств – дані про систему постачання сировини, виробництва продукції, маркетингово-збутову діяльність підприємства тощо).

Дослідження показали, що фінансова звітність, показники економічного аналізу та інформація управлінського обліку – це головні джерела інформації в інформаційній системі підприємства [64; 98; 99; 145; 146].

У контексті даного дослідження виділимо складові системи інформаційного забезпечення інвестиційного планування на кондитерському підприємстві (див. рис. 3.9).

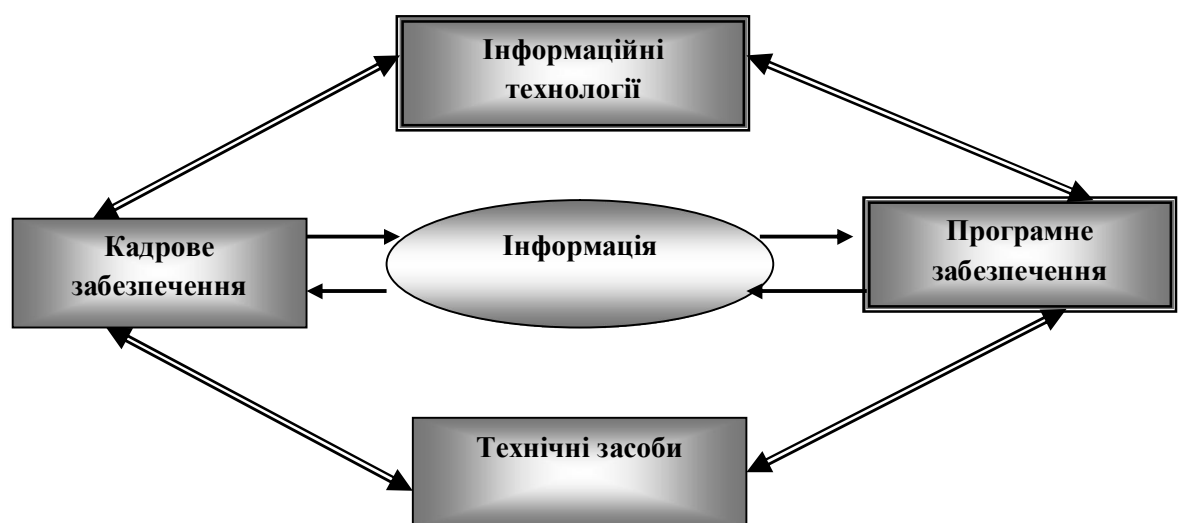


Рис. 3.9. Система інформаційного забезпечення процесу інвестиційного планування *

* Джерело: Розробка автора

Ще одним важливим аспектом формування інформаційного забезпечення інвестиційного планування є запровадження персональної відповідальності за забезпечення управлінського персоналу достовірною інформацією про стан середовища функціонування підприємства та прийняття управлінських рішень щодо інвестування. Менеджери нижчого рівня управління повинні здійснювати самоконтроль та оперативно інформувати вище керівництво про результати

своєї діяльності, зокрема, про проблеми у разі їх виникнення. Вище керівництво повинно об'єктивно оцінювати й контролювати роботу менеджерів нижчих рівнів та, на основі зведеної, опрацьованої ними інформації, ухвалювати остаточні рішення щодо інвестування.

Таким чином, якість інвестиційного планування, а отже, і подальше прийняття управлінських рішень щодо інвестування залежить від якості інформації, отриманої на попередніх етапах дослідження.

Практика планування на вітчизняних промислових підприємствах, яка існувала протягом декількох десятиліть в умовах директивного управління, орієнтувала спеціалістів, насамперед, на аналіз господарської діяльності та пошук резервів підвищення ефективності виробництва, а зовнішні умови функціонування економіки досить жорстко задавались вищестоящими органами і тому були достатньо стабільними. В умовах ринкової економіки ситуація кардинально змінилась. Підприємство, яке діє в умовах невизначеності ринку, потребує інформацію про стан справ та перспективи функціонування як на макрорівні, так і на регіональному та галузевому рівнях національної економіки. Відсутність такої умови унеможливорює ефективне використання ресурсного потенціалу будь-якого підприємства, а особливо гостро постає проблема тоді, коли мова йде про обмежені інвестиційні ресурси.

Проте ринкова інфраструктура в нашій країні знаходиться на етапі формування, так що вона не може забезпечити підприємства необхідною і достовірною інформацією про стан зовнішнього середовища. Тому спеціалісти у сфері планування на підприємстві змушені займатися пошуком та обробкою інформації самостійно.

Інформаційна взаємодія системи або безпосередньо підприємства із зовнішніми економічними агентами збільшить ступінь інформованості останніх, що підвищить імовірність досягнення очікуваних результатів капіталовкладень. З цією метою необхідно формувати стратегії інформаційної взаємодії суб'єкта господарювання в процесі інвестування із суб'єктами

інвестиційного ринку, органами державного управління і місцевого самоврядування, територіальною громадою і світовою спільнотою [179, с. 92].



Рис.3.10. Інформаційна взаємодія підприємства із зовнішнім середовищем*

*Джерело: Розроблено автором на основі джерел [64; 98; 99; 145; 146; 179].

Інформаційна взаємодія внутрішнього середовища підприємства із зовнішнім оточенням у процесі інвестиційного планування є на сьогодні об'єктивною необхідністю та зумовлена обмеженістю інвестиційних ресурсів і необхідністю їх раціонального використання для забезпечення усталеного розвитку підприємства; складністю, швидкою мінливістю та ризикованістю зовнішнього середовища; підвищенням значущості інформації в сучасних умовах як провідного виробничого ресурсу; прийняттям інвесторами рішень про вкладання коштів з метою задоволення власних активних потреб на основі наявної інформації; бажанням інвестора володіти достовірною інформацією про можливі небезпеки та переваги щодо вкладених коштів з метою отримання власної вигоди; необхідністю вигідного позиціонування підприємства у зовнішньому середовищі взагалі й на інвестиційному ринку зокрема з метою зменшення трансакційних витрат і підвищення прибутковості власної інвестиційної та підприємницької діяльності [179, с. 93].

Така взаємодія дозволить узгодити інтереси між внутрішнім і зовнішнім середовищем системи інвестиційного планування, елементами системи на

основі зменшення інформаційної невизначеності щодо умов і переваг конкретних інвестиційних процесів, що є підґрунтям для прийняття компромісних управлінських рішень, здатних задовольнити кожную сторону.

Інформаційна взаємодія внутрішнього середовища підприємства із його зовнішнім оточенням сприятиме формуванню інформаційного забезпечення процесу інвестиційного планування на підприємстві. Виходячи з того, що потреба в інформації виникає у зв'язку з необхідністю вирішення конкретних завдань планування, очевидним є те, що система інвестиційного планування й інформаційна система підприємства повинні тісно взаємодіяти.

Функціонування системи інвестиційного планування потребує правильної організації інформаційного забезпечення, тобто наявності сукупності оброблених відомостей про стан зовнішнього та внутрішнього середовища об'єктів інвестиційної діяльності. Тобто основною метою інформаційного забезпечення системи інвестиційного планування є наявність необхідних обсягів якісної інформації, недопущення її дефіциту. Поняття “інформаційного забезпечення” поєднує в собі два значення: забезпечення системи інвестиційного планування необхідною інформацією для прийняття інвестиційних рішень та діяльність, що пов'язана із засобами збирання, реєстрації, передачі, зберігання, опрацювання та надання інформації для працівників, що задіяні в інвестиційному плануванні підприємства.

Таким чином, інформаційне забезпечення інвестиційного планування охоплює рух і перетворення інформації, має включати перелік усіх необхідних для здійснення інвестиційного планування на підприємстві даних, методи їх кодування, обробки, зберігання та передачі. Отже, розробка інформаційного забезпечення інвестиційного планування має бути спрямована на використання технічних засобів та інформаційних технологій забезпечення необхідною інформацією відповідних органів управління підприємства та інших зацікавлених осіб з метою організації безперервного процесу пошуку, збирання, опрацювання, зберігання, передачі інформації; забезпечення високої надійності та вірогідності інформації відповідно до встановлених вимог.

Натомість інформаційне забезпечення охоплює інформаційну систему, що містить у собі необхідний інформаційний фонд (управлінський персонал та технічні засоби) і систему інформаційних потоків. Іншими словами, інформаційна система являє собою комунікації управлінського персоналу підприємства щодо питань, які стосуються їх професійної діяльності, зокрема планування інвестиційної діяльності. Тому завданням керівництва підприємств на сьогодні є розробка і впровадження такої інформаційної системи, яка б забезпечувала управлінський апарат, що займається інвестиційним плануванням на підприємстві, інформацією щодо стану справ як на самому підприємстві, так і в його зовнішньому оточенні.

Варто зазначити, що ефективність інформаційної системи на підприємстві визначається не лише наявністю інформації, але й можливостями персоналу опрацювати й використати її при прийнятті управлінського рішення. Тобто визначальну роль також відіграють здібності управлінського персоналу та технічне забезпечення підприємства.

Таким чином, нами визначені складові створення й успішного функціонування інформаційного забезпечення в ухваленні управлінських рішень щодо інвестування:

- 1) достовірна, повна інформація про зовнішнє і внутрішнє середовище підприємства (політична та економічна ситуація в країні, стан та перспективи розвитку галузі, у якій планує працювати підприємство, конкуренти, постачальники сировини, покупці, фінансовий стан підприємства тощо);
- 2) професійні здібності та практичні навички роботи управлінського персоналу при здійсненні інвестиційного планування (уміння використати методичні поради для оцінки ефективності інвестиційних проектів, застосувати програмні продукти при моделюванні інвестиційних рішень);
- 3) забезпечення управлінського персоналу технічними засобами для обробки та зберігання інформації та методичними матеріалами (забезпеченість комп'ютерною технікою, доступ до Інтернету, можливість створення бази даних тощо).

Сучасна інформаційна система управління інвестиційною діяльністю підприємства повинна бути орієнтована на вирішення стратегічних завдань підприємства, серед яких забезпечення інвестиційної привабливості підприємства, зміцнення позицій на існуючих ринках збуту продукції та освоєння нових видів діяльності тощо.

Таким чином, сучасна інформаційна система інвестиційного планування може бути тією платформою, на якій базуватиметься нова, удосконалена модель ведення бізнесу підприємства – бізнесу прибуткового і високорентабельного, такого, що забезпечить вихід на якісно новий рівень конкурентоспроможності.

Варто зазначити, що одним із першочергових питань, які виникають на етапі інвестиційного планування, є інформаційне забезпечення даного процесу. Такий вид інформації характеризує потоки платежів, що виникають у процесі підготовки і реалізації проектів, має суттєве значення при плануванні інвестицій і обумовлює характер інвестиційного рішення. Вона повинна відповідати певним вимогам: бути повною, точною, достовірною, об'єктивною. Окрім того, інформація, яка використовуватиметься на стадії інвестиційного планування, повинна бути уніфікована з метою адекватного відображення реального інвестиційного процесу.

Сьогодні підприємство, яке має у своєму розпорядженні добре налагоджену систему інформації про внутрішнє і зовнішнє робоче середовище, можна назвати інноваційним. Система інформації про зовнішнє і внутрішнє робоче середовище допомагає підприємству чутливо реагувати на всі зміни в середовищі, оперативно оновлювати продуктову гаму і технології, відстежувати динаміку потреб і смаків покупців (споживачів).

На великих та середніх підприємствах кондитерської галузі варто створювати інфотеку – систему джерел інформації, що якої вводити постійно оновлювані дані внутрішньофірмової звітності, передплатні загальноекономічні й спеціалізовані видання, бази даних на паперових і електронних носіях, корисні адреси в глобальній мережі Інтернет.

В інфотеку кондитерської фабрики пропонуємо ввести такі блоки інформації:

1. Внутрішньофірмова інформація:

- стратегія розвитку підприємства;
- дані про збут кондитерської продукції, одержані від працівників відділу збуту;
- бухгалтерська звітність підприємства та фінансова документація;
- інформація щодо формування портфеля замовлень, одержана від її продавців (дистриб'юторів);
- попередній досвід роботи з покупцями продукції та постачальниками сировини;
- власні дослідження попиту на продукцію підприємства, одноразові обстеження певної цільової аудиторії тощо.

2. Інформація про зовнішнє середовище містить дані про:

- стан економічної кон'юнктури в цілому в країні та на світових ринках;
- політична та економічна ситуація в країні та світі;
- митні обмеження (якщо підприємство експортує свою продукцію або купує імпортну сировину);
- доступність банківських кредитів (коротко- та довгострокового позикового капіталу);
- стан та перспективи розвитку кондитерської галузі (рівень конкуренції в галузі, вільні ніші, динаміка обсягів виготовленої (реалізованої) кондитерської продукції, ціни на вітчизняну та імпортну сировину (цукор, какао-боби, борошно, рослинні та тваринні жири, горіхи тощо), динаміка цін на кондитерську продукцію, рівень споживання продукції населенням тощо);
- сприяння розвитку конкуренції в галузі з боку держави, частку підприємства на ринку;
- покупців і конкурентів, їх чисельність;
- маркетингові дослідження ринків спеціалізованими компаніями.

Таким чином, запорукою успіху сучасного підприємства, яке планує свою інвестиційну діяльність з метою досягнення стратегічних цілей, атрибутом ефективного управління інвестиційною діяльністю є досконала інформаційна база та методичне забезпечення процесу інвестиційного планування. Зміни в зовнішньому оточенні підприємств призводять до ускладнення процесу прийняття інвестиційних рішень.

Постійні проблеми, що виникають у зв'язку з нестабільністю зовнішнього середовища, кризовими явищами у вітчизняній економіці обумовлюють зростання потреби в оперативній та достовірній управлінській інформації. Тобто, кожне підприємство в сучасних умовах зобов'язане відслідковувати та оцінювати вплив зовнішніх змін на перспективи свого подальшого розвитку.

Основою для ухвалення ефективних управлінських рішень у процесі інвестиційного планування на кондитерському підприємстві є формування системи інформаційного забезпечення, що дозволить вирішити наступні проблеми: обмеження негативного впливу зовнішнього середовища; зменшення витрат часу на прийняття управлінських рішень щодо інвестування та покращення їх якості; установлення довгострокових залежностей між факторами зовнішнього середовища, що раніше не були виявлені; збільшення можливостей використання конкурентних переваг підприємства на основі одержаної із зовнішніх джерел інформації (вивчення і аналіз діяльності конкурентів на ринку кондитерських виробів); створення власної структурованої інформаційної бази; виявлення нових напрямків діяльності, нових ринків збуту (формування оптимального асортименту продукції та покращення якості кондитерських виробів); використання науково-технічних досягнень, удосконалення технології виробництва через реалізацію стратегічних цілей інвестиційного планування щодо оновлення основних фондів кондитерського виробництва.

Також пропонуємо створити інформаційну базу даних на рівні об'єднання ЗАТ "Укркондитер". Використання такої бази даних допоможе забезпечити

інформаційну підтримку бізнесу для пошуку потенційних інвесторів, в просуванні товарів та пошуку сировини, обладнання тощо.

3.3. Модель оптимізації стратегії інвестиційного планування на кондитерському підприємстві

У сучасних економічних умовах в Україні результативність підприємницької діяльності стримується не лише зовнішніми чинниками (неповна відповідність методів державного управління законам ринкової економіки, обмеженість фінансових ресурсів для інноваційної та інвестиційної діяльності, недостатній розвиток фінансової та грошово-кредитної систем, недосконалість законодавчої та нормативної бази, проблеми в організації бюджетної та податкової систем, відсутність чітких національних пріоритетів зовнішньоекономічної діяльності тощо), а також і внутрішніми. Серед внутрішніх обмежувачів зазначимо, насамперед, недостатній рівень наукового обґрунтування підприємницьких рішень, що не дозволяє належним чином опрацювати стратегію і тактику фінансово-господарської діяльності, хоча реалії сьогодення (розвиток конкуренції, високий рівень ризику, невизначеність майбутньої ринкової ситуації) практично щодня підказують кожному підприємцю про необхідність посилення всебічного обґрунтування його власних управлінських рішень [82, с. 118].

Ефективність управлінських рішень щодо інвестування залежить від методів, що використовуються в процесі здійснення інвестиційного планування. Досвід зарубіжних країн свідчить, що в умовах ринку основним методом дослідження економічних систем є метод моделювання, а найважливішим його видом є математичне моделювання. Тому сьогодні в управлінні підприємницькою діяльністю, на нашу думку, необхідно активніше використовувати економіко-математичні моделі підтримки прийняття рішень, зокрема в процесі інвестиційного планування на промисловому підприємстві.

Економіко-математичне моделювання доцільно застосовувати на промислових підприємствах з метою вирішення наступних проблем: реструктуризація виробничого процесу; визначення номенклатури промислової продукції, оптимізація обсягів виробництва; розподіл власних фінансових ресурсів за напрямками інвестиційної діяльності; визначення потреби у кредитах, що залучатимуться, тощо.

Розвиток вітчизняного промислового виробництва неможливо забезпечити без значних інвестицій у реальний сектор економіки, проте інвестиційний клімат в Україні все ще залишається малопривабливим для іноземних інвесторів. В умовах дефіциту власних і невеликої доступності залучених інвестиційних ресурсів одним з найактуальніших завдань інвестиційної політики промислового підприємства є суттєве підвищення ефективності використання інвестицій.

На підприємствах кондитерської галузі пропонуємо застосувати концепцію комплексного інвестиційного планування, що являє собою єдиний процес управління системою інвестиційних проектів, які тісно взаємопов'язані та спрямовані на успішну реалізацію єдиної стратегічної мети підприємства.

При комплексному інвестуванні виділяють проекти-донори і проект-акцептор. Проекти-донори забезпечують фінансування проекту-акцептора, який виступає в ролі споживача результатів реалізації проектів-донорів. Проектом-акцептором є основний (стратегічний) проект, що призначений для реалізації найважливіших довгострокових завдань підприємства: виживання в несприятливих умовах, підвищення ринкової вартості підприємства. Натомість проекти-акцептори є допоміжними проектами, які вирішують коротко- і середньострокові завдання фінансового і виробничого забезпечення [169, с. 14].

В інноваційній основі комплексного інвестиційного планування лежить значне підвищення ефективності використання власних фінансових ресурсів і мінімізація потреби в залучених інвестиційних джерелах. Основним інвестиційним джерелом за даної схеми фінансування будуть фінансові і

матеріальні результати реалізації короткострокових високорентабельних допоміжних проектів.

З іншого боку, у більшості вітчизняних промислових підприємств для здійснення великомасштабних інвестиційних проектів власних фінансових ресурсів недостатньо. У такій ситуації найбільш раціональним є використання комплексного інвестування – забезпечення фінансування інвестиційного проекту за рахунок реалізації інших та, у разі необхідності, з частковим залученням коштів із зовнішніх джерел. Взаємне фінансування елементних проектів є внутрішньофірмовим фінансовим лізингом: короткострокові високорентабельні проекти-донори, що фінансуються за низькою ставкою, можуть успішно використовуватись для інвестування довгострокового основного (стратегічного) проекту.

В оптимально диверсифікованому інвестиційному процесі фінансові потоки невеликих інвестиційних проектів зменшують ризик виникнення негативних результатів від реалізації основного проекту. Іншою перевагою комплексного інвестування є можливість реінвестування тимчасово вільних фінансових ресурсів основного проекту в допоміжні проекти. Таким чином, запропонована схема “допоміжні проекти-донори – основний проект-акцептор” є значно ефективнішою.

Серед цілей взаємодії основного і допоміжних проектів можна виділити дві ключові: 1) забезпечення єдиного технологічного процесу основного виробничого циклу; 2) фінансове забезпечення реалізації стратегічних завдань підприємства.

Наведені цілі тісно взаємопов’язані, тому неможливо виділити взаємодію проектів, яка ізолювано забезпечувала б досягнення лише однієї з них. Пріоритетною в умовах ринкової економіки частіше є друга, тому що всередині одного підприємства рідко результати реалізації одного проекту безпосередньо стають об’єктом інвестування іншого.

Комплекс проектів одночасно диверсифікує як інвестиційний портфель підприємства, так і його реальні активи. Якщо зміст основного проекту

визначається стратегією розвитку підприємства, то основними напрямками реалізації допоміжних проектів для промислового підприємства повинні бути ті сфери діяльності, де за відносно невеликих початкових витрат можна через короткий термін (до двох років) почати отримувати високі доходи. При виборі змісту допоміжних інвестиційних проектів велике значення має дотримання диверсифікації капітальних вкладень підприємства: результати реалізації допоміжних проектів повинні взаємопогашати свої комерційні і виробничі ризики.

Обов'язковим елементом комплексного інвестування є побудова економіко-математичної моделі оптимізації стратегії інвестиційного планування на підприємстві. Особливістю комплексного інвестування на промисловому підприємстві є значна невизначеність інформаційної бази і відсутність достовірної інформації про заплановану реалізацію інвестиційних проектів. Тому при прийнятті управлінського рішення щодо інвестування коштів у проекти з врахуванням фактора ризику необхідно використовувати методи експертних оцінок. Отримана економіко-математична модель дає можливість вибрати серед аналізованих проектів оптимальний варіант комплексу інвестиційних проектів і може багатократно використовуватись протягом усього періоду інвестиційного планування та для подальшого оперативного управління і моніторингу реалізації цілей комплексного інвестування.

Розглянемо виробничу ситуацію, у якій проектом-акцептором виступатиме стратегічний проект із придбання нового устаткування з урахуванням попиту на продукцію, яку кондитерське підприємство (ПАТ) "ТерА" планує виготовляти. Проектами-донорами будуть короткотермінові проекти, реалізація яких дозволить здійснити основний стратегічний проект.

Підприємство планує придбати комплект нового обладнання для виробництва кондитерської продукції. Здійснити свої плани підприємство не може за рахунок власних коштів. Однак, якщо вдало планувати інвестиційну

діяльність на підприємстві, а саме: тимчасово вільні власні кошти задіяти для фінансування короткотермінових рентабельних проектів, то можна зібрати частину коштів для придбання обладнання.

Сьогодні серед можливостей підприємств, спрямованих на оновлення обладнання, варто виділити фінансовий лізинг. Відповідно до Закону України “Про фінансовий лізинг” фінансовий лізинг (далі - лізинг) – це вид цивільно-правових відносин, що виникають із договору лізингу, згідно з яким лізингодавець (в даному випадку АТ “ОТП Банк”) зобов’язується набути у власність річ у продавця відповідно до встановлених специфікацій та умов і передати її у користування лізингоодержувачу на визначений термін не менше одного року за встановлену плату (лізингові платежі). Після повної сплати лізингових платежів підприємство отримує лізингове майно у власність. Лізингові платежі складаються зі щомісячної процентної ставки за кредитом та компенсації первісної вартості лізингового майна ануїтетним методом (рівними частинами). При складанні договору лізингу обумовлюються такі умови, як: вид лізингу; предмет лізингу; термін, на який лізингоодержувачу надається право користування предметом лізингу; розмір лізингових платежів; умови оплати лізингових платежів; розмір авансового платежу та інші умови.

Інвестиційна діяльність дасть можливість отримати додатковий прибуток до моменту сплати авансового платежу за отримане в лізинг обладнання. Це означає, що підприємство може компенсувати частину коштів за обладнання коштами, отриманими від реалізації інвестиційних проектів. Значить, воно може відкладати не всю суму авансового платежу за обладнання, а значно меншу. Величина цієї суми залежить від наявних фінансових можливостей підприємства та стратегічно правильної організації інвестиційного процесу. Оптимізація стратегії планування інвестицій дасть можливість суттєво зменшити необхідну суму на придбання обладнання.

Запропонована нами модель оптимізації стратегії інвестиційного планування на кондитерському підприємстві побудована на основі

опрацювання літературних джерел [78; 79; 168]. При цьому модель доповнена та адаптована до умов діяльності конкретного кондитерського підприємства.

Підприємство прогнозує зосередити свою інвестиційну діяльність на n проектах. Позначимо через i – індекс інвестиційного проекту ($i = \overline{1, n}$); t – індекс відповідного планового періоду (місяць), $t = \overline{1, T}$.

Експертами підприємства розроблені та оцінені кількісні характеристики і параметри кожного інвестиційного проекту: h_i – тривалість i -го інвестиційного проекту (місяць); p_i – відсоток прибутку від реалізації i -го проекту; R_i – індекс ризику i -го проекту. Керівництво підприємства ставить перед собою три основних завдання:

1) з урахуванням наявних інвестиційних можливостей і дотриманням затвердженого графіка виплат необхідно розрахувати прогнозну стратегію, яка буде мінімізувати необхідну початкову суму грошових коштів, що будуть задіяні в реалізації інвестиційних проектів;

2) оптимальна фінансова стратегія враховує, що середній індекс ризику інвестиційних проектів протягом кожного місяця не повинен перевищувати значення обчисленого експертами підприємства (R);

3) середня тривалість погашення інвестиційних фондів на початок кожного місяця (після вкладення нових інвестицій) не повинна перевищувати h місяців.

Побудову формалізованої економіко-математичної моделі сформульованої задачі починаємо із введення наступних позначень:

(α_{it}) – матриця, яка відображає процес вкладення коштів в i -тий проект у періоді t , або його відсутність,

$$\alpha_{it} = \begin{cases} 1, & \text{якщо здійснено вкладення в } i\text{-тий проект у періоді } t \\ 0, & \text{якщо вкладення відсутні в } i\text{-тий проект у періоді } t, \end{cases}$$

(a_{it}) – матриця, яка за допомогою величин R_i відображає числове значення індексів ризику i -го проекту, наявних у періоді t ,

$$a_{it} = \begin{cases} R_i, & \text{якщо проект } i \text{ діє у періоді } t \\ 0, & \text{якщо проект } i \text{ відсутній у періоді } t, \end{cases}$$

(b_{it}) – матриця, яка за допомогою величин h_i моделює реальну тривалість i -го інвестиційного проекту в періоді t з урахуванням його початку реалізації,

$$b_{it} = \begin{cases} h_i(t), & \text{якщо проект } i \text{ діє у періоді } t \\ 0, & \text{якщо проект } i \text{ відсутній у періоді } t, \end{cases}$$

де $h_i(t)$ – фактична тривалість i -го проекту для періоду t ;

(α_{it}^*) – матриця, яка відображає величину грошових коштів, які повертаються від i -го проекту в періоді t з урахуванням відсоткової ставки від реалізації конкретного інвестиційного проекту (P_i),

$$\alpha_{it}^* = \begin{cases} \frac{100 + P_i\%}{100\%}, & \text{якщо повернення від } i\text{-го проекту відбувається у періоді } t \\ 0, & \text{якщо повернення від } i\text{-го проекту відсутнє у періоді } t, \end{cases}$$

(β_{it}) – матриця, яка показує реалізацію i -го інвестиційного проекту у періоді t ,

$$\beta_{it} = \begin{cases} 1, & \text{якщо } i\text{-тий проект діє у періоді } t \\ 0, & \text{якщо } i\text{-тий проект відсутній у періоді } t. \end{cases}$$

(j_1) – розмір комісійних;

(j_2) – розмір щомісячних виплат за користування кредитом;

(Q) – початкові власні кошти.

Невідомими змінними даної задачі є: x – мінімальний обсяг кредиту; x_{it} – обсяг необхідних фінансових ресурсів необхідних для вкладення в i -й інвестиційний проект на початок періоду t .

Відповідно до умов лізингового договору на початок складання умови необхідно сплатити аванс і разову комісію. Відрахування за придбане обладнання в періоді T_k складають згідно з договором q_{tk} тис. грн. Лізинговий договір укладається на визначеному етапі (у нашому випадку це – дев'ятий місяць) інвестиційної діяльності.

Після введення вищезазначених позначень, математична модель задачі оптимізації інвестиційної діяльності підприємства набуде наступного вигляду.

Цільова функція полягає в знаходженні мінімальної початкової суми кредиту, яка забезпечить виконання договірних зобов'язань щодо придбання нового обладнання:

$$x \rightarrow \min, \quad (3.1)$$

При цьому необхідно забезпечити виконання таких умов:

1) балансове обмеження за структурою інвестицій на початок інвестиційної діяльності:

$$\sum_{i=1}^n \alpha_{it} \cdot x_{it} = x + \frac{j_1\%}{100\%} \cdot x + \frac{j_2\%}{12 \cdot 100\%} \cdot x + Q, \quad t=1, \quad (3.2)$$

де Q – обсяг власних коштів; $j_2\%$ – відсоткова ставка банку за кредит.

2) балансові обмеження за структурою інвестицій для наступних періодів інвестиційної діяльності:

а) другий – восьмий місяць:

$$\sum_{i=1}^n \alpha_{it}^* \cdot x_{it_{\tau_i}} = \sum_{i=1}^n \alpha_{it} x_{it} + \frac{j_2\%}{12 \cdot 100\%} \cdot x, \quad t = \overline{2,8}, \tau_i \in M_{\tau}, \quad (3.3)$$

де τ – період, у якому відбулося вкладення в i -тий проект; M_{τ} – множина попередніх періодів τ_i , у яких були здійснені вкладення в i -тий інвестиційний проект, а повернення коштів відбувається в період t , $M_{\tau} \subset \{t = \overline{1,T}; \tau_i < t\}$;

б) дев'ятий – дванадцятий місяць

$$\sum_{i=1}^n \alpha_{it}^* \cdot x_{it_{\tau_i}} = \sum_{i=1}^n \alpha_{it} x_{it} + \frac{j_2\%}{12 \cdot 100\%} \cdot x + q_t, \quad t = \overline{9,12},$$

де q_t – відповідні платежі за користування лізингом, узятим на початку дев'ятого місяця інвестиційної діяльності (обчислюється банком-надавачем лізингу);

3) обмеження на середній ризик проектів у кожному періоді:

$$\frac{\sum_{i=1}^n \alpha_{it} x_{it}}{\sum_{i=1}^n \beta_{it} x_{it}} \leq R, \quad t = \overline{1,T}; \quad (3.4)$$

4) обмеження на середній термін покриття інвестиційного фонду в кожному періоді:

$$\frac{\sum_{i=1}^n b_{it} x_{it}}{\sum_{i=1}^n \beta_{it} x_{it}} \leq h, t = \overline{1, T}; \quad (3.5)$$

5) за невід'ємністю змінних (оскільки всі розрахункові величини нашої задачі можуть набувати значень 0 і більше):

$$x \geq 0, x_{it} \geq 0, i = \overline{1, n}, t = \overline{1, T}. \quad (3.6)$$

Так, кондитерське підприємство ПАТ “ТерА” може спрямувати свою інвестиційну діяльність у чотирьох напрямках, а саме:

1. Проект А. Реалізація проекту полягає у виробництві кондитерських виробів, які користуються підвищеним попитом, а саме: комбінованого печива в шоколадній глазурі (зі згущеним молоком, зефіром, фруктовими наповненнями тощо); тістечок і тортів різної ваги (0,25 кг, 0,5 кг, 1 кг).
2. Проект В. Передбачає закупівлю цукру, какао та розфасуванні в пакети різної ваги для роздрібного продажу; виготовленні цукрової пудри та цукру ванільного для подальшого продажу у розфасованому вигляді.
3. Проект С. Суть даного проекту полягає у розфасуванні кондитерських виробів, що виготовляються у зручну упаковку (печиво, вафлі, цукерки).
4. Проект D. Ідея проекту полягає у здачі в оренду під офіси вільних адміністративних приміщень, які попередньо необхідно відремонтувати. Ремонт буде здійснювати ремонтна бригада підприємства.

Експертами підприємства (головним бухгалтером, економістом, інженером і начальником відділу збуту) оцінені та визначені кількісні характеристики і параметри кожного інвестиційного проекту, а саме: прибутковість, ступінь ризику та їх тривалість.

Для здійснення чотирьох вищенаведених проектів А, В, С і D у підприємства є всі необхідні умови:

- наявність пакувального обладнання, яке завантажене не на повну потужність (60%);
- можливість зберігання великих партій сировини для подальшої переробки та розфасування завдяки власним складським приміщенням;
- добре налагоджена система збуту продукції, що дозволить реалізувати виготовлену продукцію без втрати часу на встановлення зв'язків з точками роздрібного продажу.

Вибір об'єктів вкладення інвестицій здійснений із урахуванням того, що:

а) інвестиційна діяльність ПАТ "ТерА" обмежена терміном повної сплати кредиту (12 місяців);

б) величина індексу ризику проекту знаходиться в межах від 3 до 8.

Характеристики варіантів інвестиційних проектів наведені в табл. 3.4.

Таблиця 3.4

Характеристики варіантів інвестиційних проектів*

Об'єкти вкладення інвестицій	Початок реалізації інвестиційного проекту	Тривалість інвестиційного проекту	Відсоток від реалізації інвестиційного проекту	Індекс ризику інвестиційного проекту
A	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11	1	20	6
B	1, 3, 5, 7, 9	2	15	5
C	3, 6, 9	3	12	4
D	1, 5	4	10	3

*Джерело: Складено автором на основі розрахунків та результатів експертних оцінок

Основними завданнями при виборі варіантів інвестиційних вкладень є:

а) зважаючи на можливості інвестування, необхідно розрахувати прогнозну стратегію діяльності ПАТ "ТерА", яка дала б можливість мінімізувати початкову суму грошових коштів;

б) при розробці оптимальної стратегії середній індекс ризику інвестиційного фонду протягом кожного місяця не повинен перевищувати 5;

в) на початок кожного місяця середня тривалість погашення інвестиційного фонду не повинна перевищувати 3 місяці.

Позначимо: X_{A11} , X_{A22} , X_{A33} , ..., X_{A11-11} – обсяг інвестицій проекту A на початок першого, другого, і так далі, одинадцятого місяця відповідно; X_{B11} , X_{B23} , X_{B35} , X_{B47} , X_{B59} – обсяг інвестицій проекту B на початок першого, третього, п'ятого, сьомого та дев'ятого місяця відповідно; X_{C13} , X_{C26} , X_{C39} – обсяг інвестицій проекту C на початок третього, шостого та дев'ятого місяця відповідно; X_{D11} та X_{D25} – обсяг інвестицій проекту D на початок першого та п'ятого місяця відповідно, X – невідоме значення обсягу кредиту, тис. грн.

Відобразимо динаміку можливих вкладень і повернень грошових коштів на початок кожного місяця у вигляді такої схеми (див. табл.Л.1 додатку Л).

ПАТ “ТерА” може за рахунок власних коштів інвестувати в придбання обладнання 40 тис. грн. і має можливість здійснити вищенаведені інвестиційні проекти. Оскільки власних коштів недостатньо, ПАТ “ТерА” планує взяти кредит в ПАТ “Укрсоцбанк”. Умови повернення кредиту наступні: при взятті кредиту сплачуються комісійні у розмірі 0,5 % від суми кредиту та щомісячно вноситься плата за користування кредитом, яка визначається за такою схемою

$$\text{Плата за користування кредитом} = \frac{x \cdot j_2 \%}{12}, \quad (3.7)$$

де: x – розмір кредиту, тис. грн.; j_2 % – відсоткова ставка банку за користування кредитом. У нашому випадку $j_2 = 20$ % . Тоді, розмір щомісячної плати за користування кредитом для ПАТ “ТерА” становить:

$$\text{Плата за користування кредитом} = \frac{x \cdot 20\%}{12} \approx 0,0167x.$$

Комісійні кошти за кредит і щомісячні відсотки за користування кредитом будуть сплачуватися із коштів, що будуть надходити від інвестиційної діяльності.

Результати маркетингових досліджень ринку кондитерських виробів Тернопільської області загалом та аналіз рівня попиту на кондитерські вироби підприємства ПАТ «ТерА» засвідчили, що попит на борошністі кондитерські вироби має тенденцію до зростання. Це дає можливість підприємству задовольнити потреби споживачів і водночас збільшити свої прибутки.

Потужності наявного обладнання підприємства «ТерА» неспроможні забезпечити необхідну кількість і асортимент продукції. Придбання обладнання для виробництва комбінованого печива дасть можливість задовольнити існуючий реальний попит, а добре налагоджена мережа збуту та хороша репутація у споживачів (завдяки натуральності кондитерської продукції та її відносно невисокої ціни) дозволить безперешкодно налагодити виробництво і реалізацію виготовленої продукції. Оскільки дане обладнання є імпортованим, то процедура купівлі, доставки, налагодження, навчання обслуговуючого персоналу займає певний період часу (6 – 9 місяців). Так як підприємство не володіє необхідною сумою коштів, розглянемо можливість отримання обладнання в лізинг. З урахуванням того, що процес є тривалим, а підприємство має можливість реалізації короткострокових інвестиційних проектів, ми розробили наступну стратегію інвестиційної діяльності. Така стратегія дасть можливість сплатити відповідні лізингові платежі за чотири місяці лізингу. Усі наступні лізингові платежі будуть погашені за рахунок коштів, отриманих від виробничої діяльності, інтенсивність якої зростає.

Дослідження ринку сучасного кондитерського обладнання, попиту на продукцію та особливостей технологічного процесу на підприємстві ПАТ «ТерА» обумовили вибір обладнання італійської фірми “Multiextrusion” mod. 450. Це обладнання для виробництва комбінованого печива методом екструзії різноманітних форм з різними начинками (джем, шоколад тощо) або двоколірного печива та пряників. Вартість обладнання складає 600 тис. грн.

Пропонуємо на дев'ятому місяці інвестиційної діяльності, коли за рахунок реалізації чотирьох інвестиційних проектів підприємство зможе покрити частину платежу за обладнання за рахунок зароблених коштів, узяти це обладнання в лізинг, який видають на визначених умовах. На момент укладення договору про надання лізингу підприємство повинно внести авансовий платіж, разовий комісійний платіж, а в подальшому сплачувати щомісяця лізингові та страхові внески і покривати витрати з конвертації валютного фінансування.

Цільова функція задачі набуде вигляду: розрахувати мінімальний обсяг кредитних ресурсів $x \rightarrow \min$, що забезпечить виконання поставлених завдань.

Побудуємо числову економіко-математичну модель.

Необхідно знайти $\min x$ при виконанні наступних умов:

1) балансові умови відносно структури інвестиційного фонду на початок кожного місяця:

першого $x = x_{A11} + x_{B11} + x_{D11} + 0,005x + 0,0167x - 40$ або
 $0,9833x - x_{A11} - x_{B11} - x_{D11} + 40 = 0$;

другого $1,2x_{A11} = x_{A22} + 0,0167x$ або $1,2x_{A11} - x_{A22} - 0,0167x = 0$;

третього $1,2x_{A22} + 1,15x_{B11} = x_{A33} + x_{B23} + x_{C13} + 0,0167x$ або
 $1,2x_{A22} + 1,15x_{B11} - x_{A33} - x_{B23} - x_{C13} - 0,0167x = 0$;

четвертого $1,2x_{A33} = x_{A44} + 0,0167x$ або $1,2x_{A33} - x_{A44} - 0,0167x = 0$;

п'ятого $1,2x_{A44} + 1,15x_{B23} + 1,1x_{D11} = x_{A55} + x_{B35} + x_{D25} + 0,0167x$ або
 $1,2x_{A44} + 1,15x_{B23} + 1,1x_{D11} - x_{A55} - x_{B35} - x_{D25} - 0,0167x = 0$;

шостого $1,2x_{A55} + 1,12x_{C13} = x_{A66} + x_{C26} + 0,0167x$ або
 $1,2x_{A55} + 1,12x_{C13} - x_{A66} - x_{C26} - 0,0167x = 0$;

сьомого $1,2x_{A66} + 1,15x_{B35} = x_{A77} + x_{B47} + 0,0167x$ або
 $1,2x_{A66} + 1,15x_{B35} - x_{A77} - x_{B47} - 0,0167x = 0$;

восьмого $1,2x_{A77} = x_{A88} + 0,0167x$ або $1,2x_{A77} - x_{A88} - 0,0167x = 0$;

дев'ятого $1,2x_{A88} + 1,15x_{B47} + 1,12x_{C26} + 1,1x_{D25} - x_{A99} -$
 $-x_{B59} - x_{C39} - 0,0167x - 185,04 = 0$;

десятого $1,2x_{A99} - x_{A10-10} - 0,0167x - 11,62863 = 0$;

одинадцятого $1,2x_{A10-10} + 1,15x_{B59} - x_{A11-11} - 0,0167x - 11,56534 = 0$;

дванадцятого $1,2x_{A11-11} + 1,12x_{C39} - 1,0167x - 11,50205 = 0$

2) обмеження на середню величину ризику проектів для кожного місяця:

першого $\frac{6x_{A11} + 5x_{B11} + 3x_{D11}}{x_{A11} + x_{B11} + x_{D11}} \leq 5$ або $x_{A11} - 2x_{D11} \leq 0$;

$$\begin{aligned}
\text{другого} \quad & \frac{6x_{A22} + 5x_{B11} + 3x_{D11}}{x_{A22} + x_{B11} + x_{D11}} \leq 5 \text{ або } x_{A22} - 2x_{D11} \leq 0; \\
\text{третього} \quad & \frac{6x_{A33} + 5x_{B23} + 4x_{C13} + 3x_{D11}}{x_{A33} + x_{B23} + x_{C13} + x_{D11}} \leq 5 \text{ або } x_{A33} - x_{C13} - 2x_{D11} \leq 0; \\
\text{четвертого} \quad & \frac{6x_{A44} + 5x_{B23} + 4x_{C13} + 3x_{D11}}{x_{A44} + x_{B23} + x_{C13} + x_{D11}} \leq 5 \text{ або } x_{A44} - x_{C13} - 2x_{D11} \leq 0; \\
\text{п'ятого} \quad & \frac{6x_{A55} + 5x_{B35} + 4x_{C13} + 3x_{D25}}{x_{A55} + x_{B35} + x_{C13} + x_{D25}} \leq 5 \text{ або } x_{A55} - x_{C13} - 2x_{D25} \leq 0; \\
\text{шостого} \quad & \frac{6x_{A66} + 5x_{B35} + 4x_{C26} + 3x_{D25}}{x_{A66} + x_{B35} + x_{C26} + x_{D25}} \leq 5 \text{ або } x_{A66} - x_{C26} - 2x_{D25} \leq 0; \\
\text{сьомого} \quad & \frac{6x_{A77} + 5x_{B47} + 4x_{C26} + 3x_{D25}}{x_{A77} + x_{B47} + x_{C26} + x_{D25}} \leq 5 \text{ або } x_{A77} - x_{C26} - 2x_{D25} \leq 0; \\
\text{восьмого} \quad & \frac{6x_{A88} + 5x_{B47} + 4x_{C26} + 3x_{D25}}{x_{A88} + x_{B47} + x_{C26} + x_{D25}} \leq 5 \text{ або } x_{A88} - x_{C26} - 2x_{D25} \leq 0; \\
\text{дев'ятого} \quad & \frac{6x_{A99} + 5x_{B59} + 4x_{C39}}{x_{A99} + x_{B59} + x_{C39}} \leq 5 \text{ або } x_{A99} - x_{C39} \leq 0; \\
\text{десятого} \quad & \frac{6x_{A10-10} + 5x_{B59} + 4x_{C39}}{x_{A10-10} + x_{B59} + x_{C39}} \leq 5 \text{ або } x_{A10-10} - x_{C39} \leq 0; \\
\text{одинадцятого} \quad & \frac{6x_{A11-11} + 4x_{C39}}{x_{A11-11} + x_{C39}} \leq 5 \text{ або } x_{A11-11} - x_{C39} \leq 0.
\end{aligned}$$

3) обмеження на середній термін погашення інвестиційного фонду на кожен місяць:

$$\begin{aligned}
\text{перший} \quad & \frac{x_{A11} + 2x_{B11} + 4x_{D11}}{x_{A11} + x_{B11} + x_{D11}} \leq 3 \text{ або } -2x_{A11} - x_{B11} + x_{D11} \leq 0; \\
\text{другий} \quad & \frac{x_{A22} + x_{B11} + 3x_{D11}}{x_{A22} + x_{B11} + x_{D11}} \leq 3 \text{ або } -2x_{A22} - 2x_{B11} \leq 0; \\
\text{третій} \quad & \frac{x_{A33} + 2x_{B23} + 3x_{C13} + 2x_{D11}}{x_{A33} + x_{B23} + x_{C13} + x_{D11}} \leq 3 \text{ або } -2x_{A33} - x_{B23} - x_{D11} \leq 0; \\
\text{четвертий} \quad & \frac{x_{A44} + x_{B23} + 2x_{C13} + x_{D11}}{x_{A44} + x_{B23} + x_{C13} + x_{D11}} \leq 3 \text{ або } -2x_{A44} - 2x_{B23} - x_{C13} - 2x_{D11} \leq 0;
\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
\text{п'ятий} \quad & \frac{x_{A55} + 2x_{B35} + x_{C13} + 4x_{D25}}{x_{A55} + x_{B35} + x_{C13} + x_{D25}} \leq 3 \text{ або } -2x_{A55} - x_{B35} - 2x_{C13} + x_{D25} \leq 0; \\
\text{шостий} \quad & \frac{x_{A66} + x_{B35} + 3x_{C26} + 3x_{D25}}{x_{A66} + x_{B35} + x_{C26} + x_{D25}} \leq 3 \text{ або } -2x_{A66} - 2x_{B35} \leq 0; \\
\text{сьомий} \quad & \frac{x_{A77} + 2x_{B47} + 2x_{C26} + 2x_{D25}}{x_{A77} + x_{B47} + x_{C26} + x_{D25}} \leq 3 \text{ або } -2x_{A77} - x_{B47} - x_{C26} - x_{D25} \leq 0; \\
\text{восьмий} \quad & \frac{x_{A88} + x_{B47} + x_{C26} + x_{D25}}{x_{A88} + x_{B47} + x_{C26} + x_{D25}} \leq 3 \text{ або } -x_{A88} - x_{B47} - x_{C26} - x_{D25} \leq 0; \\
\text{дев'ятий} \quad & \frac{x_{A99} + 2x_{B59} + 3x_{C39}}{x_{A99} + x_{B59} + x_{C39}} \leq 3 \text{ або } -2x_{A99} - x_{B59} \leq 0; \\
\text{десятий} \quad & \frac{x_{A10-10} + x_{B59} + 2x_{C39}}{x_{A10-10} + x_{B59} + x_{C39}} \leq 3 \text{ або } -2x_{A10-10} - 2x_{B59} - x_{C39} \leq 0; \\
\text{одинадцятий} \quad & \frac{x_{A11-11} + x_{C39}}{x_{A11-11} + x_{C39}} \leq 3 \text{ або } -2x_{A11-11} - 2x_{C39} \leq 0.
\end{aligned}$$

Сформульовану оптимізаційну задачу розв'язуємо за допомогою ПЕОМ, EXCEL, утиліта «Поиск решения». Знайдений оптимальний розв'язок задачі подамо в табличній формі (див. табл.Л.2, табл. Л.3 додатку Л). Відповідно до оптимального розв'язку мінімальна початкова сума грошових коштів на інвестиційну діяльність підприємства повинна становити 103,40 тис. грн. З них 40 тис. грн. – власні кошти підприємства, а 64,808 тис. грн. – розмір кредиту. Усі наявні кошти, за вирахуванням комісійних витрат на оформлення кредиту та першого платежу за користування кредитом спрямовуються на інвестиційну діяльність. Починаючи з першого місяця інвестиційної діяльності (відповідно і першого місяця дії кредитної лінії) підприємство повинно сплачувати щомісячно 1,08 тис. грн. за користування кредитом. Відповідно до умов договору лізингу на дев'ятому місяці підприємство вносить авансовий платіж у розмірі 30% від вартості обладнання (180 тис. грн.) і разову комісію.

На завершальному етапі реалізації інвестиційної діяльності, за розрахунками підприємство отримає 77390 грн. З них сплатить тіло кредиту

64,808 тис. грн., та ще 12582,32 грн. залишиться в розпорядженні підприємства на часткову оплату лізингу.

Відповідно до схеми грошових потоків інвестиційна діяльність підприємства забезпечить виконання умов договору щодо кредитування (ПАТ “Укрсоцбанк”) та умов договору з лізингодавцем (в особі АТ “ОТП Банк”). На кожному етапі інвестиційної діяльності отриманий приріст чистого доходу у реінвестується в інші проекти з метою повного погашення залишкового боргу в кінцевому періоді інвестиційної діяльності та сплати авансу і лізингових платежів відповідно до умов договору фінансового лізингу.

Таким чином, організація інвестиційного процесу дає можливість зібрати частину коштів для можливості отримання обладнання в лізинг, а в кінці року повністю повернути кредит. Відповідно до умов договору лізингу лізингодавець зобов’язується доставити обладнання лізингоотримувачу протягом не більше 30 днів з дня підписання угоди. Обладнання буде доставлене, змонтоване, налагоджене в кондитерських цехах, а обслуговуючий персонал пройде фахову підготовку. Таким чином, кондитерське обладнання з початку наступного календарного року почне працювати і заробляти гроші для сплати лізингових платежів.

Отже, при оптимальній організації інвестиційної діяльності тимчасово вільні власні кошти спрямовуються на фінансування короткотермінових рентабельних проектів, які в підсумку дадуть можливість зібрати частину необхідної суми коштів на придбання обладнання.

Запропоновану схему комплексного інвестування можна застосувати на практиці усіх промислових підприємств, а використання комп’ютерної техніки дасть можливість оперувати різними даними і здійснювати розрахунки за будь-яких умов.

Таким чином, в умовах обмежених власних ресурсів комплексне інвестування може розглядатися як один із найбільш оптимальних підходів до планування інвестиційною діяльністю на промисловому підприємстві. Застосування даної концепції при реалізації інвестиційної програми сприятиме

підвищенню ефективності управлінських рішень щодо інвестування, раціональнішому використанню обмежених власних інвестиційних ресурсів, зменшенню потреби в позичкових коштах.

Висновки до розділу 3

1. Низький рівень інвестиційного планування кондитерських підприємств Тернопільської області обумовлений як зовнішніми, так і внутрішніми причинами. Тому об'єктивна необхідність планування інвестицій в сучасних умовах пов'язана з безсистемною і непослідовною політикою на макро-, мезо і мікрорівнях, а також нестачею та неефективним використанням інвестиційних ресурсів на вітчизняних підприємствах.

2. Вдосконалення інвестиційного планування необхідно здійснювати комплексно, одночасно за різними організаційно-економічними напрямками, що підпорядковані єдиному стратегічному задуму, орієнтованому на ефективне використання власних інвестиційних ресурсів підприємства та пошук можливостей залучення позичкових коштів, задоволення потреб споживачів, успішну реалізацію інвестиційної політики підприємства. Зокрема, важливими напрямками вдосконалення інвестиційного планування визначено: застосування системного, стратегічного, маркетингового та інноваційного підходів; вдосконалення кадрової політики підприємства; інформаційне, технічне та методичне забезпечення інвестиційного планування; оптимізація організаційної структури підприємства. Підсумовано, що успіх інвестиційного планування залежить від рівня його організації, тобто, від вміння вищого керівництва налагодити та впорядкувати інформаційно – методологічне забезпечення інвестиційного планування.

3. З метою вдосконалення інвестиційного планування на кондитерських підприємствах запропоновано структурно-логічну модель створення системи інвестиційного планування на основі формування і реалізації відповідного механізму з урахуванням взаємозв'язків і взаємодії трьох її складових, а саме: функцій, етапів і елементів, що є необхідною

умовою удосконалення організації інвестиційного планування на підприємствах.

4. Обґрунтовано необхідність формування стратегії інформаційної взаємодії суб'єкта господарювання в процесі інвестування із суб'єктами інвестиційного ринку, конкурентами, споживачами продукції, постачальниками сировини, персоналом підприємства, міжнародними фінансовими організаціями, власниками і акціонерами підприємства, галузевими об'єднаннями, органами державного управління і місцевого самоврядування, територіальною громадою і світовою спільнотою. Встановлено, що інформаційна взаємодія системи або безпосередньо підприємства із зовнішніми економічними агентами збільшить ступінь інформованості останніх, що підвищить імовірність досягнення очікуваних результатів капіталовкладень.

5. Інформаційна взаємодія внутрішнього середовища підприємства із зовнішнім оточенням у процесі інвестиційного планування є на сьогоднішній день об'єктивною необхідністю та зумовлена складністю, швидкою мінливістю та ризикованістю зовнішнього середовища; підвищенням значущості інформації в сучасних умовах як провідного виробничого ресурсу; прийняттям інвесторами рішень про вкладання коштів з метою задоволення власних активних потреб на основі наявної інформації.

6. Для більшості вітчизняних промислових підприємств реалізація інвестиційних проектів лише за рахунок власних фінансових ресурсів є неможливою. У такій ситуації найбільш раціональним є використання комплексного інвестування – забезпечення фінансування стратегічного інвестиційного проекту за рахунок реалізації допоміжних проектів-донорів та, у разі необхідності, з частковим залученням коштів із зовнішніх джерел. Важливим елементом комплексного інвестування є побудова економіко-математичної моделі оптимізації стратегії інвестиційної діяльності на підприємстві, практична реалізація якої дає можливість вибрати серед аналізованих проектів оптимальний варіант комплексу інвестиційних проектів і може багатократно використовуватись протягом усього періоду інвестиційного

планування та для подальшого оперативного управління і моніторингу реалізації цілей інвестування.

Положення та ідеї, викладені у розділі 3 дисертаційної роботи, знайшли відображення у публікаціях автора [22], [23], [25], [26].

ВИСНОВКИ

У дисертації наведено теоретичне узагальнення й нове вирішення наукової проблеми, що полягає у розробці теоретико-методичних і прикладних засад удосконалення інвестиційного планування на промислових підприємствах, зокрема кондитерських, в ринкових умовах. Основні результати дослідження є підставою для таких висновків:

1. Забезпечення ефективного інвестиційного процесу на вітчизняних промислових підприємствах обумовлює об'єктивну необхідність здійснення планування інвестицій. Зростання його ролі в сучасних умовах пояснюється необхідністю забезпечення конкурентоспроможності підприємства, невизначеністю зовнішнього середовища, обмеженими можливостями залучення інвестицій у розвиток підприємства тощо. Інвестиційне планування покликане сформулювати перспективи функціонування підприємств, конкретизувати шляхи та напрями розвитку, реалізувати довгострокові наміри. Проте здійснення ефективного інвестиційного планування на вітчизняних промислових підприємствах неможливе без відповідної методологічної основи. З огляду на це виникає необхідність в уточненні економічного змісту категорії „інвестиційне планування”, яке репрезентується як процес формування основних напрямків інвестиційної діяльності, розробки системи планів і планових показників згідно з внутрішніми та зовнішніми можливостями та відповідними організаційно-правовими умовами забезпечення з метою досягнення головної мети та цілей підприємства.

2. З'ясування суті і структури процесу інвестиційного планування, урахування низки його важливих характеристик дало змогу уточнити економічний зміст поняття “система інвестиційного планування” та трактувати його як складну систему змістових складових, а саме: функціональної, процесної та елементної. На основі узагальнення і систематизації наукових підходів у дисертації запропоновано єдину класифікаційну систему принципів та методів інвестиційного планування відповідно до етапів його здійснення на підприємстві: стратегічного, тактичного та оперативного.

3. На основі проведених досліджень виявлено, що інвестиційні процеси на вітчизняних кондитерських підприємствах стримують як зовнішні, так і внутрішні фактори, а саме: посткризовий період в економіці України, хитка політична стабільність, ріст недовіри до влади, корупція, недостатня дієвість правової системи, несприятливий інвестиційний клімат, недоступність та висока вартість кредитних ресурсів, погіршення демографічної ситуації. Встановлено, що основними проблемами розвитку галузі є: постійне подорожчання енергоносіїв та сировини, введення митних обмежень з боку країн-імпортерів вітчизняних кондитерських виробів, кредиторська заборгованість за відвантаженою продукцією, відсутність ефективної системи контролю якості кондитерських виробів, монополізація окремих сегментів ринку, недостатній рівень інформаційної та консалтингової підтримки вітчизняних виробників тощо. Водночас автором окреслено низку проблем внутрішнього характеру, а саме: неефективний власник і/чи керівник підприємства; некомпетентний управлінський персонал; відсутність системи інформаційного забезпечення та недоліки в організаційній структурі підприємств; високий рівень зношеності основних фондів; відсутність власних коштів на інвестування; низький рівень технічного та методичного забезпечення процесу прийняття управлінських рішень щодо інвестування.

4. Для оцінки стану інвестиційного планування запропоновано методику, суть якої полягає в розрахунку узагальнюючого показника на основі використання методу профілів з урахуванням результатів експертних оцінок найважливіших його складових: кадрового забезпечення; маркетингової діяльності; інформаційного забезпечення; інноваційної діяльності; інвестиційної діяльності; організаційного забезпечення; методичного забезпечення, - що дозволило виявити “вузькі” місця в організації інвестиційного планування на кондитерських підприємствах та визначити резерви його удосконалення.

5. На основі проведеного дослідження процесу планування інвестицій на вітчизняних підприємствах запропоновано удосконалення інвестиційного планування здійснювати комплексно, одночасно за організаційно-економічними

напрямами, що підпорядковані єдиному стратегічному задуму, орієнтованому на ефективне використання власних інвестиційних ресурсів підприємства та пошук можливостей залучення позичкових коштів, задоволення потреб споживачів, успішну реалізацію інноваційно-інвестиційної політики підприємства. Окреслено перспективи подальшого розвитку вітчизняної кондитерської галузі в напрямку виробництва продукції з натуральної, екологічно чистої сировини, зокрема кондитерських виробів “дитячої групи” та продукції з лікувально-профілактичними властивостями.

6. Розроблено структурно-логічну модель системи інвестиційного планування на основі формування і реалізації відповідного механізму з урахуванням взаємозв’язків і взаємодії трьох її складових, а саме: функцій, етапів і елементів, що є необхідною умовою удосконалення організації інвестиційного планування на підприємствах. Реалізація механізму створення системи інвестиційного планування дозволить суб’єкту господарювання на основі аналізу мікро- та макрочинників зовнішнього середовища сформулювати мету та цілі створення системи інвестиційного планування, розробити та реалізувати комплекс заходів щодо її створення з метою вдосконалення процесу інвестиційного планування.

7. Удосконалено підхід до організації інформаційного забезпечення системи інвестиційного планування на основі якомога ширшого врахування всіх можливих зовнішніх та внутрішніх джерел інформації та їхнього ефективного опрацювання, що дозволило охопити усі напрямки інформаційної взаємодії підприємства кондитерської галузі з зовнішнім середовищем та, у результаті, збільшити ступінь їхньої інформованості й підвищити імовірність досягнення очікуваних результатів використання інвестиційних ресурсів.

8. Запропоновано концепцію комплексного інвестиційного планування, що становить собою єдиний процес управління системою інвестиційних проектів, які взаємопов’язані один з одним та спрямовані на досягнення стратегічних цілей підприємства. З метою реалізації положень концепції розроблено економіко-математичну модель оптимізації стратегії

інвестиційного планування в рамках удосконалення наукових підходів до ресурсного забезпечення інвестиційної діяльності, що дало змогу автору обґрунтувати можливість забезпечення фінансування стратегічного проекту-акцептора завдяки реалізації інвестиційних проектів-донорів та, у разі необхідності, з частковим залученням коштів із зовнішніх джерел. В інноваційній основі комплексного інвестиційного планування лежить значне підвищення ефективності використання власних фінансових ресурсів і мінімізація потреби в залучених інвестиційних джерелах.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Акофф Р. Л. Планирование будущего корпорации / Р. Л. Акофф ; [пер. с англ.]. – М. : Прогресс, 1985. – 326 с.
2. Акофф Р. Л. Планирование в больших экономических системах / Р. Л. Акофф ; под ред. И. А. Ушакова ; [пер. с англ. Г. Б. Рубальского]. – М. : Советское радио, 1972. – 224 с.
3. Алексеенко Л. М. Економічний словник: банківська справа, фондовий ринок : укр.-англ.-рос. тлум. словник / Л. М. Алексеенко, В. М. Олексієнко, А. І. Юркевич. – К. : Вид. буд. Максимум ; Тернопіль : Економічна думка, 2000. – 592 с.
4. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф ; [пер. с англ.]. – М. : Экономика, 1989. – 520 с.
5. Анфилатов В. С. Системный анализ в управлении / В. С. Анфилатов, А. А. Емельянов, А. А. Кукушкин. – М. : Финансы и статистика, 2002. – 368 с.
6. Арзамасова О. В. Кадрова політика промислового підприємства в ринкових умовах [Електронний ресурс] / О. В. Арзамасова. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/portal/natural/Nvuu/Ekon/2008_26/statti/3_4.htm
7. Балацький О. Ф. Управління інвестиціями : навч. посіб. / О. Ф. Балацький, О. М. Теліженко, М. О. Соколов. – [2-ге вид., перероб. і доп.]. – Суми : ВТД Університетська книга, 2004. – 232 с.
8. Бенвенисте Г. Овладение политикой планирования / Г. Бенвенисте ; под ред. М. Р. Калантаровой ; [пер. с англ.]. – М. : Прогресс – Универс, 1994. – 304 с.
9. Беренс В. Руководство по оценке эффективности инвестиций / В. Беренс, П. Хавранек ; [пер. с англ.]. – М. : Интерэксперт: Инфра-М, 1995. – 528 с.
10. Бернар И. Толковый экономический и финансовый словарь: французская, русская, английская, немецкая, испанская терминология / И. Бернар, Ж. Колли ; [пер. с франц.]. – М. : Междунар. отношения, 1997. – Т. 2. – 760 с.
11. Берталанфи Л. История и статус общей теории систем / Л. Берталанфи // Системные исследования : ежегодник. – М. : Наука, 1973. – С. 20 – 37.

12. Білан О. С. Кошти населення як важливе джерело інвестиційних ресурсів / О. С. Білан // Соціально-економічні дослідження в перехідний період. Фінансова політика приватизованих підприємств і механізми її реалізації / НАН України, Інститут регіональних досліджень ; відп. ред. акад. НАН України М. І. Долішній. – Львів, 2003. – Вип. 4 (XLII). – С. 114-118.
13. Білан О. С. Джерела інвестиційних ресурсів промислового підприємства / О. С. Білан // Наукові записки Тернопільського державного педагогічного університету ім. В. Гнатюка. Сер. : Економіка. – 2003. – № 15. – С. 161 – 164.
14. Білан О. С. Проблеми інноваційно-інвестиційної активності підприємств / О. С. Білан // Проблеми підвищення ефективності функціонування підприємств різних форм власності / НАН України, Ін-т економіки пром-ті ; редкол.: І. П. Булеєв (відпов. ред.) [та ін.]. – Донецьк, 2004. – Т. 3. – С. 242 – 247.
15. Білан О. С. Теоретичні основи інвестиційного планування / О. С. Білан // Українська наука: минуле, сучасне, майбутнє. – Тернопіль : Економічна думка, 2005. – Вип. 10. – С. 40 – 47.
16. Білан О. С. Роль та місце бізнес-плану інвестиційного проекту в системі інвестиційного планування / О. С. Білан // Вісник Хмельницького національного університету. – Хмельницький, 2005. – № 5, т. 1 (71), ч. 2. – С. 179 – 182.
17. Білан О. С. Стратегічні аспекти інвестиційного планування на промисловому підприємстві / О. С. Білан // Економіка і регіон . – Полтава, 2006. – № 4 (7). – С. 177 – 180.
18. Білан О. С. Підвищення економічної ефективності збутової діяльності хлібопекарських підприємств / О. С. Білан, С. В. Бобрівець, Н. В. Навольська // Галицький економічний вісник. – 2006. – № 4 (11). – С. 74-84.
19. Білан О. С. Система інвестиційного планування на промисловому підприємстві / О. С. Білан // Актуальні проблеми економіки. – 2006. – № 7 (61). – С.107 – 112.

20. Білан О. С. Стан і перспективи розвитку підприємств кондитерської галузі в контексті реалізації інвестиційного процесу / О. С. Білан // Галицький економічний вісник. – 2007. – № 1 (12). – С. 58 – 68.
21. Білан О. С. Проблеми інвестиційного планування на вітчизняних підприємствах / О. С. Білан // Інноваційна економіка – 2011. – № 4 (23). – С. 190 – 193.
22. Білан О. С. Організаційно-економічні напрямки вдосконалення інвестиційного планування на кондитерських підприємствах / О. С. Білан // Сталий розвиток економіки. – 2011. – № 4 (7). – С. 197-201.
23. Білан О. С. Регіональні аспекти активізації інвестиційної діяльності / О. С. Білан // Роль національних стандартів обліку в інтеграційному процесі України у світовий економічний простір : зб. тез наук.-практ. конф. [м. Мукачево, 24-25 жовт. 2002 р.]. – Мукачево : МТІ, 2002. – С. 59- 63.
24. Білан О. С. Активізація інноваційної діяльності як умова забезпечення реалізації стратегії технічного вдосконалення виробництва / О. С. Білан // Стратегія розвитку вітчизняних підприємств : матеріали наук.-практ. конф. [м. Тернопіль, 23-24 жовт. 2003 р.]. – Тернопіль : ТАНГ, 2003. – С. 257 – 258.
25. Білан О. С. Інноваційна складова інвестиційної стратегії підприємства / О. С. Білан // Наука і освіта 2005 : матеріали VIII Міжнар. наук.-практ. конф. [м. Дніпропетровськ, 7-21 лют. 2005 р.]. – Дніпропетровськ : Наука і освіта, 2005. – Т. 86. – С. 20 – 22.
26. Білан О. С. Інформаційне забезпечення інвестиційного планування на промисловому підприємстві / О. С. Білан // Теоретико-методологічні та практичні аспекти розвитку економіки України : тези доп. Всеукр. наук.-практ. конф. [м. Тернопіль, 23-24 лист. 2006 р.]. – Тернопіль : Терно-граф, 2006. – С. 225 - 227.
27. Бирман Г. Шмидт С. Экономический анализ инвестиционных проектов / Г. Бирман, С. Шмидт ; [пер. с англ. Л. П. Белых]. – М. : Банки и биржи, ЮНИТИ, 2004. – 631 с.

28. Бланк И. А. Инвестиционный менеджмент : учеб. курс / И. А. Бланк. – К. : Эльга-Н, Ника-Центр, 2001. – 448 с.
29. Болт Г. Дж. Практическое руководство по управлению сбытом / Г. Дж. Болт ; науч. ред. и авт. предисл. Ф. А. Крутиков. – М. : Экономика, 2005. – 271 с.
30. Бондар Н. М. Економіка підприємства : навч. посіб. / Н. М. Бондар. – [2-ге вид.]. – К. : Видавництво А.С.К, 2005. – 400 с.
31. Бондар Н. М. Планування інвестицій на автомобільному транспорті / Н. М. Бондар, М. Н. Бідняк. – К., 2000.
32. Борейко В. І. Проблеми і перспективи розвитку харчової промисловості в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.nbuv.gov.ua/>
33. Борщ Л. М. Інвестиції в Україні: стан, проблеми і перспективи / Л. М. Борщ. – К. : Знання, КОО, 2002. – 318 с.
34. Бромвич М. Анализ экономической эффективности капиталовложений / М. Бромвич ; [пер. с англ.]. – М. : ИНФРА-М, 1996. – 432 с.
35. Будзан Б. Менеджмент в Україні: сучасність і перспективи / Б. Будзан. – К. : Основи, 2001.
36. Буркинский Б. В. Активизация инвестиционной деятельности в регионе / Б. В. Буркинский, Е. В. Молина. – Одеса : Інститут проблем рынка и економіко-екологічних досліджень НАН України, 2003. – 494 с.
37. Бухалков М. И. Планирование на предприятии : учебник / М. И. Бухалков. – [3-е изд., испр. и доп.]. – М. : ИНФРА-М, 2005. – 416 с.
38. Вайнтрауб М. А. Математика інвестицій : навч. посіб. / М. А. Вайнтрауб, О. С. Стрельченко, І. Г. Стрельченко. – К.: ТОВ АРТ-ПРОГРАМИ, 2003. – 100 с.
39. Вербицька Г. Л. Обґрунтування вибору інвестиційних проектів в умовах ризику / Г. Л. Вербицька // Наука й економіка. – 2009. – Вип. 2 (14). – С. 168-172.
40. Вербицька Г. Л. Розроблення антиризикової інвестиційної стратегії підприємства / Г. Л. Вербицька, В. М. Глібчук // Економіка: проблеми теорії та практики: зб. наук. праць. – Дніпропетровськ : ДНУ. – 2010. – Вип. 264, т. ІХ. – С. 2260-2264.

41. Вербицька Г. Л. Управління інвестиційними ризиками підприємства (на прикладі машинобудування) : монографія / Г. Л. Вербицька, О. Є. Кузьмін, В. М. Глібчук. – Івано-Франківськ : Галицька академія, 2008. – 160 с.
42. Виссема Х. Менеджмент в подразделениях фирмы / Х. Виссема ; [пер. с англ.]. – М.: ИНФРА – М, 1996. – 288 с.
43. Вільгурська Н. М. Проблеми інвестування економіки України та шляхи їх вирішення [Електронний ресурс] / Н. М. Вільгурська. – Режим доступу : <http://s-journal.cdu.edu.ua>
44. Вітлінський В. В. Ризикологія в економіці та підприємстві : монографія / В. В. Вітлінський, Г. І. Великоіваненко. – К. : КНЕУ, 2004. – 480 с.
45. Вовчак О. Д. Інвестиційний менеджмент : навч. посіб. / О. Д. Вовчак, Н. М. Рущинин, Ю. О. Самура, М. Б. Шморгай. – Львів : Вид-во Львів. комерц. акад., 2009. – 360 с.
46. Гелбрейт Дж. Новое индустриальное общество / Дж. Гелбрейт. – М.: Прогресс, 1969. – 480 с.
47. Герасимчук М. С. Структурна перебудова – нагальна вимога часу / М. С. Герасимчук // Діловий вісник. – 1994. – № 1. – С. 19-20.
48. Гитман Л. Дж. Основы инвестирования / Л. Дж. Гитман, М. Д. Джонк ; [пер. с англ.]. – М. : Дело, 1997. – 1008 с.
49. Головне управління статистики у Тернопільській області [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ternstat.tim.net.ua/>
50. Гончар В. Перспективи розвитку та шляхи вдосконалення фінансового планування в сучасних умовах [Електронний ресурс] / В. Гончар. – Режим доступу : <http://udau.edu.ua/library.php?pid=1045>
51. Гончаренко О. М. Організаційно-економічний механізм управління інвестиційними проектами [Електронний ресурс] / О. М. Гончаренко. – Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vsed/2008_31.pdf
52. Гончаров А. Б. Інвестування : навч. посіб / А. Б. Гончаров. – Харків: ХНЕУ, 2005. – 228 с.

53. Грачева М. В. Анализ проектных рисков : учеб. пособ. / М. В. Грачева. – М. : ЗАО Финстатинформ, 1999. – 216 с.
54. Гринчуцький В. І. Регіональні аспекти інвестиційної політики / В. І. Гринчуцький // Збірник наукових праць Буковинського університету. – Чернівці, 2007. – Вип. 3. – С. 54-65. – (Економічні науки).
55. Гриньова В.М. Інвестування : підручник / В. М. Гриньова, Т. І. Лепейко, В. О. Каюда. – К. : Знання, 2008. – 452 с.
56. Дейнеко Л. В. Стратегія розвитку харчової та переробної промисловості Сумської області / Л. В. Дейнеко, А. О. Коваленко, Е. І. Шелудько // Вісник Сумського державного університету. Сер.: Економіка. – 2005. – № 2. – С. 83-91.
57. Денисенко М. П. Можливості активізації інвестування в сучасних умовах / М. П. Денисенко // Економіка України. – 2003. – № 3. – С. 28-32.
58. Денисенко М. П. Основи інвестиційної діяльності : підручник / М. П. Денисенко. – К. : Алерта, 2003. – 338 с.
59. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>
60. Дергаусов М. Методологія стратегічного планування в Маріупольському державному морському торговельному порту / М. Дергаусов // Економіка України. – 2002. – № 11. – С. 27-35.
61. Діагностика сектору кондитерських виробів [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrainetradeinvest.com/files/content/documents/ua/7_ukr.doc
62. Джексон А. Дж. Десять секретов богатства [Електронний ресурс] / Адам Дж. Джексон. – Режим доступу : <http://likefeo.narod.ru/books/jackson/10wealth.html>
63. Дзарасов С. Экономика: рыночная или смешанная ? / С. Дзарасов // Вопросы экономики. – 2003. – № 7. – С. 139-145.
64. Довгунь О. С. Концепція інформаційного забезпечення інвестиційного розвитку промислових підприємств / О. С. Довгунь [Електронний ресурс]. –

- Режим доступу :
- http://www.nbuuv.gov.ua/portal/natural/Vnulp/Logistyka/2009_649/07.pdf
65. Долан Э. Дж. Рынок: микроэкономическая модель / Э. Дж. Долан, Д. Линдсей . – СПб., 1992. – 369 с.
66. Доль П. Менеджмент: стратегия и тактика / П. Доль. – СПб. : Питер, 1999. – 560 с.
67. Егоров Ю. Н. Планирование на предприятии / Ю. Н. Егоров, С. А. Варакута. – М. : ИНФРА-М, 2001. – 176 с.
68. Економіко-математичне моделювання : навч. посіб. / за ред. О. Т. Іващука. – Тернопіль : Економічна думка, 2008. – 701 с.
69. Економічна енциклопедія : у 3 т. / гол. ред. Б. Д. Гаврилишин. – К. : Академія, 2001. – Т. 2 : К (концентрація капіталу) - П (портфельний аналіз) / відп. ред. С. В. Мочерний. – 848 с.
70. Економічний словник-довідник / за ред. С. В. Мочерного. – К. : Femina, 1995. – 367 с.
71. Ємельянов О. Ю. Планування та регулювання інвестиційної діяльності підприємств : автореф. дис. на здоб. наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.02.03. «Організація управління, планування і регулювання економікою» / О. Ю. Ємельянов. – Львів, 2002. – 21 с.
72. Єрмошенко М. М. Інформація в системі виробничих відносин / М. М. Єрмошенко // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – № 10. – С. 66-73.
73. Іванова В. В. Планування діяльності підприємства : навч. посіб. / В. В. Іванова – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 472 с.
74. Иванов Г. И. Инвестиции: сущность, виды, механизмы функционирования / Г. И. Иванов. – Ростов-на-Дону, 2002. – 352 с.
75. Игошин Н. В. Инвестиции. Организация управления и финансирования : учебник / Н. В. Игошин .– М. : Финансы, ЮНИТИ, 1999. – 413 с.
76. Идрисов А. Б. Стратегическое планирование и анализ эффективности инвестиций / А. Б. Идрисов, С. В. Картышев, А. В. Постников. – [издание 2-е, стереотип.]. – М. : Филинь, 1998. – 272 с.

77. Ильин А. И. Планирование на предприятии : учеб. пособ. в 2 ч. / А. И. Ильин, Л. М. Сеница. – Минск : Новое знание, 2000. – Ч. 2 : Тактическое планирование / под ред. А. И. Ильина. – 312 с.
78. Іващук О. Т. Методи та моделі прийняття інвестиційних рішень : навч. посіб. / О. Т. Іващук. – Тернопіль : Економічна думка, 2004. – 219 с.
79. Іващук О. Т. Кількісні методи в бізнесі : навч. посіб. / О. Т. Іващук. – Тернопіль : Економічна думка, 2010. – 550 с.
80. Кейнс Дж. М. Общая теория занятости, процента и денег / Дж. М. Кейнс. – М. : Гелиос АРВ, 1999. – 352 с.
81. Кисельова О. Кондитерські вироби функціонального і лікувально-профілактичного призначення / О. Кисельова, Н. Подвизнікова // Хлібопекарська і кондитерська промисловість України. – 2005. – № 9 (10). – С. 18-19.
82. Кігель В. Р. Методи і моделі прийняття рішень у ринковій економіці : монографія / В. Р. Кігель. – К. : ЦУЛ, 2003. – 202 с.
83. Ковалев В. В. Финансовый анализ: управление капиталом. Выбор инвестиций. Анализ отчетности / В. В. Ковалев. – [2-е изд., перераб. и доп.]. – М. : Финансы и статистика, 1997. – 512 с. : ил.
84. Ковалевська Є. Де можна купити і скільки коштують органічні продукти в Україні? [Електронний ресурс] / Є. Ковалевська. – Режим доступу : http://life.pravda.com.ua/person/2008/12/10/11160/view_print/
85. Кондратьев В. Б. Корпоративное управление и инвестиционный процесс / В. Б. Кондратьев. – М. : Наука, 2003. – 318 с.
86. Концепція впровадження пілотного проекту екологічно чистого виробництва на Півдні України : аналітична записка [Електронний ресурс] // Національний інститут стратегічних досліджень. – Режим доступу : <http://od.niss.gov.ua/articles/480/>
87. Коршунов Є. А. Формування системи планування на промислових підприємствах [Електронний ресурс] / Є. А. Коршунов. – Режим доступу : www.nbu.gov.ua/portal/natural/Vetp/2011_36/11keafap.pdf

88. Кох Р. Стратегия. Как создавать и использовать эффективную стратегию / Р. Кох. – [2-е изд.]. – СПб. : Питер, 2003. – 320 с.
89. Кроль Ю. Я. Инвестиційне проектування: проблеми, шляхи розв'язання / Ю. Я. Кроль. – Х. : Основа, 2000. – 224 с.
90. Крупка Я. Д. Облік інвестицій : монографія / Я. Д. Крупка. – Тернопіль : БЕК, 1996. – 304 с.
91. Крушвиц Л. Инвестиционные расчеты / Л. Крушвиц ; под ред. В. В. Ковалева, З. А. Сабова ; [пер. с нем.] – СПб. : Питер, 2001. – 432 с.
92. Лазебна І. Ринок кондитерських виробів України [Електронний ресурс] / І. Лазебна. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/tovary/2011_1/9.pdf
93. 96. Левицький В. В. Ефективність управління інвестиційною діяльністю підприємства [Електронний ресурс] / В. В. Левицький // Вісник ЖДТУ. – 2011. – № 2. – С. 69-71. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_gum/Vzhdtu_econ/2011_2_2/13.pdf
94. Лившиц В. Н. Проектный анализ: методология, принятая во Всемирном банке / В. Н. Лившиц // Экономические и математические методы. – 1994. – № 3. – С. 37-50.
95. Липсиц И. В. Инвестиционный проект: методы подготовки и анализа : учеб.-справоч. пособ. / И. В. Липсиц, В. В. Коссов. – М. : БЕК, 1996. – 304 с.
96. Лукасевич И. Я. Финансовый менеджмент : учебник / И. Я. Лукасевич. – М. : Эксмо, 2010.
97. Мазур И. И. Управление проектами / И. И. Мазур, В. Д. Шапиро, Н. Г. Ольдерогге. – М. : Омега-Л, 2004. – 664 с.
98. Максимова В. Ф. Удосконалення процесів інформаційного забезпечення в управлінні інвестиціями / В. Ф. Максимова, Т. М. Нікуліна, Т. О. Шаровська // Вісник соціально-економічних досліджень. – Одеса : ОДЕУ, 2008. – Вип. 32. – С. 235-243.

99. Маргасова В. Г. Організаційно-інформаційне забезпечення фінансового контролінгу системи управління оборотним капіталом / В. Г. Маргасова, А. В. Роговий, В. В. Виговська // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 2 (92).
100. Маркова В. Д. Стратегический менеджмент / В. Д. Маркова, С. А. Кузнецова. – М. : ИНФРА М, 1999. – 288 с.
101. Мартенс А. В. Инвестиции: курс лекций по современной финансовой теории / А. В. Мартенс. – К. : Киевское инвестиционное агентство, 2004. – 416 с.
102. Массе П. Критерии и методы оптимального определения капитальных вложений / П. Массе. – М. : Статистика, 1971. – 506 с.
103. Минцберг Г. Стратегический процесс / Г. Минцберг, Дж. Б. Куинн, С. Гошал; под ред. Ю. Н. Каптуревского ; [пер. с англ.]. – СПб. : Питер, 2001. – 688 с.
104. Місячний макроекономічний огляд [Електронний ресурс] // Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. – Режим доступу : <http://www.me.gov.ua/>
105. Мойсеєнко І. П. Інвестування : нав. посіб. / І. П.Мойсеєнко. – К. : Знання, 2006. – 490 с.
106. Москвин В. А. Отходит ли в прошлое бизнес-план проекта / В. А. Москвин // Инвестиции в России. – 2003. – № 10. – С. 19-23.
107. Мочерний С. В. Методологія економічного дослідження / С. В. Мочерний. – Львів : Світ, 2001. – 416 с.
108. Мыльник В. В. Инвестиционный менеджмент : учеб. пособ. / В. В. Мыльник. – [2-е изд., перераб. и доп.]. – М. : Академический Проект, 2002. – 272 с.
109. Наливайко А. П. Теорія стратегії підприємства. Сучасний стан та напрямки розвитку : монографія / А. П. Наливайко. – К. : КНЕУ, 2001. – 227 с.
110. Норткотт Д. Принятие инвестиционных решений / Д. Норткотт ; под ред. А. Н. Шохина ; [пер. с англ.]. – М. : Банки и биржи, ЮНИТИ, 1997. – 247 с.

111. Кучерявая Е. Обзор рынка шоколада и шоколадных изделий [Электронный ресурс] / Кучерявая Е. – Режим доступа : <http://www.credit-rating.ua/ru/analytics/analytical-articles/12579/>
112. Овчар О. С. Концептуальні засади реалізації організаційно-економічного механізму активізації інноваційно-інвестиційного забезпечення стратегії розвитку промислових підприємств [Електронний ресурс] / О. С. Овчар. – Режим доступу :
www.nbu.gov.ua/e-journals/PSPE/2011_4/Ovchar_411.htm
113. Омеляненко О. А. Особливості інвестування економічного розвитку в сучасних умовах / О. А. Омеляненко. – К. : Наук. світ, 2004. – 66 с.
114. Орлов О. О. Планування діяльності промислового підприємства : підручник / О. О. Орлов. – К. : Скарби, 2002. – 336 с.
115. Панкова М. О. Розвиток інвестиційних процесів в Україні : монографія / М. О. Панкова. – Запоріжжя : Вид. ЗДІА, 2003. – 358 с.
116. Пастухова В. Стратегічне планування на підприємстві / В. Пастухова // Економіка України. – 2000. – № 11. – С. 37-43.
117. Пересада А. А. Інвестиційний процес в Україні / А. А. Пересада. – К. : Лібра, 1998. – 392 с.
118. Пересада А. А. Управління інвестиційним процесом / А. А. Пересада. – К. : Лібра, 2002. – 472 с.
119. Заяц В. Перспективы развития пищевой отрасли в Украине [Электронный ресурс] / Виолетта Заяц. – Режим доступа : http://ibcontacts.com.ua/ru/perspectivy_food_in_ukraine/
120. Польшаков В. І. Інвестиційний менеджмент : навч. посіб. / В. І. Польшаков, Н. В. Ткаленко. – К. : Кондор, 2009. – 172 с.
121. Покропивний С. Ф. Підприємництво: стратегія, організація, ефективність : навч. посіб. / С. Ф. Покропивний, В. М. Колот. – К. : КНЕУ, 1998. – 352 с.
122. Пономаренко В. С. Економічні та соціальні аспекти управління інвестиційною діяльністю : монографія / В. С. Пономаренко, В. М. Гриньова, Н. М. Лисиця [та ін.]. – Харків : ХДЕУ, 2003. – 180 с.

123. Правик Ю. М. Інвестиційний менеджмент : навч. посіб. / Ю. М. Правик. – К. : Знання, 2007. – 431 с.
124. Комітет з економічних реформ при Президентіві України «Програма економічних реформ на 2010-2014 роки» «Заможне суспільство, конкурентоспроможна економіка, ефективна держава» від 02.06.2010 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/ed_2010_06_02/MUS14838.html
125. Проект національної стратегії розвитку експорту України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrexport.gov.ua/ukr/zed/strategy/ukr/4589.html>
126. Райзберг Б. А. Современный экономический словарь / Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева. – М. : ИНФРА -М, 1996. – 496с.
127. Рибчак В. І. Аналіз державної регуляторної політики у сфері малого бізнесу на регіональному рівні / В. І. Рибчак // Уманський державний аграрний університет : зб. наук. пр. – Умань : УДАУ. – 2009. – Вип. 72, ч. 2. – С. 155-162.
128. Розенберг Дж. М. Инвестиции : терминологический словарь / Дж. М. Розенберг. – М. : ИНФРА-М, 1997. – 400 с.
129. Саати Т. Аналитическое планирование. Организация систем / Т. Саати ; [пер. с англ.]. – М. : Радио и связь, 1991. – 224 с.
130. Семенов Г. А. Організація і планування на підприємстві : навч. посіб. / Г. А. Семенов. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 528 с.
131. Сергеев А. А. Экономические основы бизнес-планирования : учеб. пособ. / А. А. Сергеев. – [2-е изд., перераб. и доп.]. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – 462 с.
132. Сергеев И. В. Организация и финансирование инвестиций / И. В. Сергеев, И. И. Веретенникова, В. В. Янковский. – М. : Финансы и статистика, 2002. – 400 с.
133. Сердюк Т. Бізнес-план інвестиційного проекту: навч. посіб. / Т. Сердюк. – Вінниця : ВДТУ, 2002. – 135 с.

134. Системные исследования. Методологические проблемы : ежегодник / АН СССР, Всесоюз. науч.-исслед. ин-т системных исследований. – М. : Наука, 1991. – 332 с.
135. Системный анализ в экономике и организации производства : учебник / под ред. С. А. Валугева, В. Н. Волковой. – Л. : Политехника, 1991. – 400 с.
136. Словарь современной экономической теории Макмиллана. – М. : ИНФРА-М, 1997. – 608 с.
137. Смехов Б. М. Логика планирования / Б. М. Смехов. – М. : Экономика, 1987. – 231 с.
138. Современный философский словарь / под ред. В. Е. Кемерова. – [2-е изд., испр. и доп.]. – М. : ПАНПРИНТ, 1998. – 1064 с.
139. Соловьев В. С. Стратегический менеджмент / В. С. Соловьев. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2002. – 448 с.
140. Стерлин А. Р. Стратегическое планирование в промышленных корпорациях США (опыт развития и новые явления) / А. Р. Стерлин, И. В. Тулин. – М. : Наука, 1990. – 200 с.
141. Стефаненко М. М. Застосування методологічного інструментарію контролінгу в фінансовому управлінні вітчизняних підприємств / М. М. Стефаненко // Фінанси України. – 2007. – № 5. – С. 144-151.
142. Стратегическое планирование и управление : учеб. пособ. / под. ред. А. Н. Петрова. – СПб. : СПбГУЭФ, 1999. – Ч. 2 – 120 с.
143. Стратегическое планирование : учеб. пособ. / под ред. Э. А. Уткина. – М. : ТАНДЕМ, 1999. – 440 с.
144. Тарасюк Г. М. Планування діяльності підприємства : навч. посіб. / Г. М. Тарасюк, Л. І. Шваб. – К. : Каравела, 2003. – 432с.
145. Тарасюк М. В. Моніторинг зовнішнього середовища в контролінгу торговельної мереж / М. В. Тарасюк // Інвестиції: практика та досвід. – 2009. – № 20. – С. 27-31.
146. Твердохліб М. Г. Інформаційне забезпечення менеджменту : навч.посіб. / М. Г. Твердохліб. – [2-ге вид., доп. та перероб.]. – К. : КНЕУ, 2002. – 224 с.

147. Товкес Е. Н. Система інформаційного забезпечення інвестиційної діяльності [Електронний ресурс] / Е. Н. Товкес. – Режим доступу : http://www.nbuuv.gov.ua/PORTAL/soc_gum/naukma/Econ/2001_19/13_tovkes_en.pdf
148. Удалих О. О. Управління інвестиційною діяльністю промислового підприємства : навч. посіб. / О. О. Удалих. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 292 с.
149. Управление инвестициями : справ. пособ. в 2 т. / под ред. В. В. Шеремета. – М. : Высш. шк., 1998. – Т. 1. – 416 с.
150. Управление – это наука и искусство / А. Файоль, Г. Эмерсон, Ф. Тейлор [и др.]. – М. : Республика, 1992. – 352с.
151. Уткин Э. А. Стратегическое планирование : учебник / под ред. Э. А. Уткина. – М. : Издательство ЭКМОС, 1998. – 440 с.
152. Фальцман В. К. Оценка инвестиционных проектов предприятий / В. К. Фальцман. – М. : ТЕИС, 1999. – 56 с.
153. Фатхутдинов Р. А. Понятийный аппарат по менеджменту / Р. А. Фатхутдинов. – М., 1997. – 112 с.
154. Фатхутдинов Р. А. Стратегический менеджмент : учебник / Р. А. Фатхутдинов. – [4-е изд., перераб. и доп.]. – М. : Дело, 2001. – 448 с.
155. Федоренко В. Г. Инвестознавство : підручник / В. Г. Федоренко, А. Ф. Гойко ; за наук. ред. В. Г. Федоренко. – К. : МАУП, 2000. – 408 с.
156. Философский энциклопедический словарь / гл. ред. : Л. Ф. Ильичев, П. Н. Федосеев, С. М. Ковалев, В. Г. Панов [и др.]. – М. : Сов. энциклопедия, 1983. – 840 с.
157. Фіщенко О. М. Планування інвестиційної діяльності промислових підприємств: автореф. дис. на здоб. наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.06.01. «Економіка, організація і управління підприємствами» / О. М. Фіщенко. – Донецьк, 2003. – 21 с.

158. Хан Д. Планирование и контроль: концепция контроллинга / Д. Хан ; под ред. А. А. Турчака, Л. Г. Головича, М. Л. Лукашевича ; [пер. с нем.]. – М. : Финансы и статистика, 1997. – 800 с.
159. Хачатуров Т. С. Эффективность капитальных вложений / Т. С. Хачатуров. – М. : Экономика, 1979. – 336 с.
160. Хобта В. М. Управління інвестиціями : навч. посіб. / В. М. Хобта // Донецький національний технічний університет. – Донецьк : ДонНТУ, 2005. – 394 с.
161. Холт Роберт Н. Планирование инвестиций / Роберт Н. Холт, Сет Б. Барнес ; [пер. с англ.]. – М. : Дело ЛТД, 1994. – 120 с.
162. Холт Р. Н. Основы финансового менеджмента / Р. Н. Холт ; [пер. с англ.]. – М. : Дело, 1993. – 128 с.
163. Хонко Я. Планирование и контроль капиталовложений / Я. Хонко ; [пер. с англ.]. – М. : Экономика, 1987. – 189 с.
164. Хрущ Н. А. Аналіз інноваційно-інвестиційного розвитку промислових підприємств / Н.А. Хрущ, О. В. Романєєв // Регіональна бізнес економіка та управління. – 2010. – № 3. – С. 43-50.
165. Хрущ Н. А. Визначення сутності та змісту інвестиційної стратегії в системі стратегічного управління господарськими суб'єктами / Н. А. Хрущ, О. С. Корпан // Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. – 2010. – Вип. 25, т. II, ч. III. – С. 43-48.
166. Хрущ Н. А. Механизм формирования инвестиционной стратегии предприятия / Н. А. Хрущ // Состояние и перспективы развития инновационной деятельности в области сервиса : сб. ст. – Тольятти : ПВГУС, 2008. – Ч. 1. – С. 82-88.
167. Хижняк Л. Т. Направления усовершенствования механизма привлечения инвестиций в производственную сферу / Л. Т. Хижняк, Н. В. Шемякина // Соціокультурна і економічна динаміка: закономірності, проблеми, перспективи : матеріали міжнар. наук.-практ. конф. – К. : ІЕ НАНУ, 2001. – С. 75-78.

168. Царев В. В. Оценка экономической эффективности инвестиций / В. В. Царев. – СПб. : Питер, 2004. – 464 с.
169. Череп А. В. Инвестознавство : навч. посіб. / А. В. Череп. – К. : Кондор, 2006. – 398 с.
170. Чернов В. Б. Применение декомпозиции при анализе комплексных инвестиционных проектов / В. Б. Чернов // Экономика и производство. – 2003. – № 2. – С. 14-17.
171. Швайка Л. А. Планування діяльності підприємства : навч. посіб. / Л. А. Швайка. – Львів : Новий Світ-2000, 2004. – 268 с.
172. Шевчук В. Я. Основи інвестиційної діяльності / В. Я. Шевчук, П. С. Рогожин. – К. : Генеза, 1997. – 384 с.
173. Шевчук В. Я. Умови ефективного інвестування в будівництві / В. Я. Шевчук. – К. : Будівельник, 1991. – 112 с.
174. Шеремет В. В. Управление инвестициями / В. В. Шеремет. – М. : ВШ, 1998. – Т. 2. – 512 с.
175. Шершньова З. Є. Стратегічне управління : підручник / З. Є. Шершньова. – [2-ге вид., перероб. і доп.]. – К. : КНЕУ, 2004. – 699 с.
176. Шліхта В. М. Методика побудови системи планування на сільськогосподарських підприємствах [Електронний ресурс] / В. М. Шліхта. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/nvnau_eamb/2011_163_1/11svm.pdf
177. Щербань О. Д. Організаційно-економічний механізм інвестиційного бізнес-планування автотранспортних підприємств [Електронний ресурс] / О. Д. Щербань // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2011. – № 33. – С. 240-242. – Режим доступу: www.nbuv.gov.ua/portal/natural/Vetp/2011_33/11sodmte.pdf
178. Щукин Б. М. Инвестиционная деятельность / Б. М. Щукин. – М. : Тандем-Экмос, 2001. – 326 с.

179. Ястремська О. М. Інвестиційна діяльність промислових підприємств: методологічні та методичні засади : монографія. – [2-ге вид.]. – Х. : ВД «ІНЖЕК», 2004. – 488 с.
180. Ястремская Е. Н. Стратегическое инвестирование предприятий / Е. Н. Ястремская, А. В. Строкович. – Харьков : Бизнес-информ, 1996. – 194с.
181. Compact Oxford English Dictionary [Електронний ресурс]. – Режим доступу:http://www.askoxford.com/concise_oed/risk?view=uk 13.05.2009.
182. Kastens M. L. Long-range planning for your business : an operating manual / M. L. Kastens . – New York : AMACOM, 1976. – 160 s.
183. Prahalad C. K. The Core Competence of the Corporation / C. K. Prahalad, G. Hamel // Harvard Business Review. – 1990. – S. 79-91.
184. The investment process in Finnish industrial enterprises: a study of the capital investment planning and control process in the fifty largest Finnish industrial enterprises. – Helsinki School of Economics, 1975. – Т. 16. – S. 148.
185. Thompson J. L. Strategic Management / J. L. Thompson. – 2001.
186. Wilson I. Strategic planning for the millennium: Revolving the dilemma. Long range planning / I. Wilson. – Oxford, 1998. – Vol. 31, № 4.

Додаток А

Таблиця А.1

Основні тлумачення сутності планування

Визначення	Автор та літературне джерело
1	2
Планування – це проектування бажаного майбутнього і ефективних шляхів його досягнення	Акофф Р.Л.,[1].
Планування є мисленим і соціальним процесом, який пов’язує те, що вважається найбільш імовірним початком ситуації, при заданих поточних діях, політиках і силах навколишнього середовища, з тим, що представляється як бажаний результат, який у свою чергу потребує нових дій і підходів	Санталайнен Т., [130].
Планування – це процес розробки і прийняття рішення, спрямованого на досягнення цілей при максимальній ефективності функціонування об’єктів управління	Бенвеністе Г., [8].
Планування – це цілеспрямована діяльність господарюючих суб’єктів, що передбачає визначення цілей підприємства на певну перспективу, оптимальних засобів їх реалізації та ресурсного забезпечення на основі інформації про організаційне середовище підприємства	Іванова В.В., [73, с.5].
Планування – це процес підготовки рішень про цілі, способи і методи їх досягнення шляхом цілеспрямованої порівняльної оцінки різних альтернативних варіантів дій у не передбачуваних, їх прийняття завжди пов’язано із використанням ресурсів, то ресурси підприємства і є загалом предметом планування на підприємстві	Тарасюк Г.М., Шваб Л.І.,[144, с.9].
Планування – дієвий інструмент сучасного виробничого менеджменту, завдяки якому підприємства можуть визначати мету і завдання свого функціонування, розробляти систему заходів щодо поліпшення результатів діяльності або запобігання небажаним явищам	Швайка Л. А., [171, с.12].
Планування – це продумане визначення і систематизація чинників, які забезпечують успішну діяльність підприємства. Планування пов’язане з визначенням і постановкою цілей підприємства, виробленням політики, методів, стратегії і тактики, необхідних для їх досягнення	Г. Дж. Болт, [29].
Планування – це взаємопов’язана наукова і практична діяльність людей, предметом вивчення якої виступає система вільних ринкових відносин між працею і капіталом в процесі виробництва, розподілу і споживання матеріальних і духовних цінностей	Бухалков М.І., [37, с.11].

Продовження табл. А.1

Подвійне трактування планування. Планування в вузькому змісті автор визначає тільки як систематичну підготовку рішень, пов'язаних з визначенням майбутніх подій. Планування в цьому змісті означає систематичну підготовку до формування майбутнього підприємства. Планування в широкому змісті, на думку автора, означає прийняття на основі систематичної підготовки управлінських рішень, пов'язаних з майбутніми подіями. Мова йде про систематичну постановку цілей і підготовку необхідних для їх досягнення заходів в рамках наявного чи створюваного потенціалу підприємства. Планування, таким чином, представляє собою систематичне формування майбутнього підприємства і охоплює процес складання і прийняття планів.	Д. Хан, [158, с. 31].
Планування є передбаченням майбутніх подій шляхом цілеспрямованого пошуку, оцінки і відбору альтернатив і ґрунтується на певних гіпотезах про майбутній стан зовнішнього середовища	Д. Хан, [158, с.37].
Планування – сукупність прогнозів і економічних цілей, для досягнення яких в гармонійне ціле об'єднуються певні засоби	І. Бернар, Ж. Коллі, [10, с.343].
Планування – організація економічного розвитку на основі гармонійної і по можливості оптимальної структури цілей і відповідних засобів їх досягнення	І. Бернар, Ж. Коллі, [10, с.346].
Планування – одна із складових частин управління, яка полягає в розробці і практичному здійсненні планів, які визначають майбутній стан економічної системи, шляхів, способів і засобів його досягнення	Райзберг Б.А., Лозовський Л.Ш., Стародубцева Е.Б., [126, с.243].
Планування – особлива форма діяльності, змістом якої є розробка і реалізація планів	Економічна енциклопедія (За ред. Мочерного С.В.), [69, с.749].
Планування – це свідомо вольова діяльність для визначення цілей підприємства, ресурсів для досягнення цих цілей і передбачення результатів	Орлов О.О., [114, с.12].
Планування – це процес формування множинних цілей розвитку та засобів їх досягнення за певний період; воно зв'язує всі елементи виробництва у цілісну виробничо-господарську систему і забезпечує її необхідний передбачуваний розвиток, узгоджує потенційні можливості фірми з потребами товарного ринку	Покропивний С.Ф., Колот В.М., [22, с.152].
Планування – процес вибору напрямку руху організації та тих методів і засобів, що повинні бути використані для досягнення її кінцевої цілі	Кліланд Д., Кінг В., [83, с. 106].
Планування діяльності підприємства полягає в опрацюванні інформації з обґрунтування майбутніх дій і визначенні найкращих засобів досягнення намічених підприємством цілей	Єгоров Ю.Н., Варакута С.А., [67, с. 6–7].

Додаток Б

Таблиця Б.1

Функцій інвестиційного планування [28]

з/п	Функція	Форма реалізації
1.	Подолання реально існуючої складності інвестиційного процесу	Розбивка проекту на окремі функціональні сфери з метою спрощення процесу розробки і реалізації плану, а також контролю за його виконанням
2.	Прогнозування стану як зовнішнього, так і внутрішнього середовища щодо інвестиційного процесу на підприємстві	Систематичний аналіз усіх факторів. Реалізація функції прогнозування передбачає врахування фактора ризику
3.	Підвищення гнучкості, пристосовуваності до змін	Врахування факторів зовнішнього і внутрішнього середовища і відповідно визначення межі та необхідності волатильності параметрів інвестування
4.	Контроль за виконанням робіт в рамках проекту	Аналіз і коригування роботи всіх задіяних підрозділів в процесі здійснення інвестиційної діяльності
5.	Підвищення організованості в процесі здійснення інвестиційної діяльності	Підвищення мотивації за допомогою ініціації ефективного використання матеріального та інтелектуального потенціалу підприємства. Створення єдиного порядку дій для всіх працівників підприємства в процесі здійснення інвестиційної діяльності.

Додаток В

Таблиця В.1

Товарна структура зовнішньої торгівлі в Україні у 2006-2010 рр.*

Продукти	Експорт		Імпорт	
	тис. дол. США	% до попереднього року	тис. дол. США	% до попереднього року
2006 р.				
Готові харчові продукти	1394357,3	108,0	1654651,1	113,5
Цукор і кондвироби з нього	113497,3	103,0	30054,3	38,1
Какао і продукція з нього	259893,4	108,6	222904,7	98,2
2007 р.				
Готові харчові продукти	2056223,8	147,5	2090922,0	126,4
Цукор і кондвироби з нього	155669,2	137,2	32723,3	108,9
Какао і продукція з нього	351647,6	135,3	268452,8	120,4
2008 р.				
Готові харчові продукти	2518162,1	120,2	2679181,9	128,1
Цукор і кондвироби з нього	164352,9	105,6	67209,2	205,4
Какао і продукція з нього	503124,0	142,5	359020,0	133,7
2009 р.				
Готові харчові продукти	2088052,1	82,9	2034278,2	75,9
Цукор і кондвироби з нього	165184,6	100,5	87551,1	130,3
Какао і продукція з нього	448559,9	89,2	302339,1	84,2
2010 р.				
Готові харчові продукти	2571067,0	123,1	2504926,8	123,1
Цукор і кондвироби з нього	206502,6	125,0	231355,6	264,3
Какао і продукція з нього	591611,9	131,9	407333,7	134,7

*Примітка: складено за даними Держкомстату України

Додаток Г

Таблиця Г.1

Кондитерські вироби функціонального і лікувально-профілактичного
призначення

№ з/п	Корисні компоненти та їх властивості	Готові кондитерські вироби та особливості їх виготовлення
1.	Зародки пшениці (багаті на мікро- і макроелементи, вітаміни)	<p>В Україні освоєно схему помелу зерна пшениці з відокремленням зародків у вигляді зародкових пластівців (ЗП), тому цехи по виготовленню борошняних кондитерських виробів будуть забезпечені цією сировиною. Для виробництва печива пшеничне борошно і ЗП беруть у співвідношенні 1:1. Печиво може виготовлятися на патоково-механізованій лінії для одержання здобного печива та має характерний горіховий смак.</p> <p>Діабетичне печиво із використанням ЗП та сорбіту</p>
2.	Фітодобавки з лікарських трав (корінь кульбаби, безсмертник, м'ята, коріандр – при профілактиці і лікуванні захворювань кишково-шлункового тракту; корінь петрушки, спориш – нирок; материнка, меліса – верхніх дихальних шляхів; ромашка, липа, звіробій – мають протизапальні властивості; нагідки, кропива дводомна – бактерицидні)	Фітодобавки рекомендується вносити в масу готових кондитерських виробів у вигляді настоїв рослин. Розроблено технологічні інструкції по виготовленню желейних і зефірних мас на настоях вівса, вітамінних зборах з шипшиною, а також на трав'яних сумішах відповідно до їхнього функціонального призначення
3.	Вуглеводні складові топінамбура - інсулін та олігофруктани (замінювачі цукру)	При виготовленні зефірної маси для тортів і тістечок рекомендується використовувати пюре із топінамбура (оптимальне співвідношення яблучного і топінамбурового пюре – 1:3). Інсулін та олігофруктани – неперетравлювані компоненти їжі, мають властивості харчових волокон, сприяють зниженню калорійності виробів, мають гепетопротекторні й гіпохолестериноматичні характеристики і є високоефективними антиоксидантами. Їх легко можна модифікувати в суміш цукрів з 74,2 - 92,5% фруктози – найкращого замінювача цукрози

Продовження табл. Г.1

4.	Соєа (сухе соєве молоко і соєва олія) – лікувально-профілактичні властивості полягають в корекції метаболічних порушень ліпідного, вуглеводного, мінерального обміну, імунного та антибактеріального статусу	Рекомендується при виробництві пряників. Технологія приготування традиційна. При цьому продовжується тривалість зберігання. У готових виробах збільшується вміст білка, а також вітамінів В ₁ , В ₂ , В ₃ та Е а також фолатину, біотину, холіну, здатних знижувати в організмі людини рівень холестерину.
5.	Соєвий білково-ліпідний комплекс (СБЛК), мазеподібна маса світло-кремового кольору зі слабо вираженим присмаком і запахом сої.	Використовується при виготовленні печива, яке набуває лікувально-профілактичного значення і його рекомендують споживати для зниження артеріального тиску(у виробах зменшується частка насичених жирних кислот, збільшується вміст вітаміну Е, мікроелементів Са, Mg, Na, К, Р, Fe I Zn.).
6.	Пектин і β- каротин (пектинові речовини зв'язують іони важких металів і звільняють від них організм, полегшують виведення жирів і холестерину, справляють противиразкову і противірусну дію; β- каротин проявляє антиканцерогенну активність, має властивість зменшувати ризик злویкісних новоутворень	Рекомендується додавання пектину, пектиновмісної сировини і β- каротину при виробництві печива, пряників, тортів, рулетів і кексів. Крім того за основний оздоблювальний напівфабрикат та при виготовленні желе можна взяти пастильну масу, яку виготовляють на яблучному пектині, а для формування кольору в підвищення біологічної цінності придатний β- каротин.
7.	«Маринід» - продукт переробки бурих водоростей-ламінарій (використовується як ентеросорбент, що виводить з організму токсичні речовини та вміщує йод, дефіцит якого призводить до зниження функції щитовидної залози)	Рекомендується при виробництві лікувально-профілактичних борошняних кондитерських ласощів шляхом додавання в кількості 1 - 2% до маси сировини у виробах.

* Складено автором на основі [81, с.18-19.].

Додаток Д

Таблиця Д.1

Обсяги виробництва кондитерських виробів в Тернопільській області за 2003-2010рр., тонн*

№ з/п	Назва кондитерських виробів	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
1.	Печиво солодке і вафлі	1790,0	1810,4	1759,4	2147,5	2685,3	2766,0	2340,0	2150,0
2.	Шоколад та ін. продукти харчові готові з вмістом какао, в брикетах, пластинах чи плитках	21,0	42,0	17,0	22,0	53,0	54,0	68,0	50,0
3.	Вироби кондитерські з цукру, включаючи білий шоколад, без вмісту какао	319	433	360	268	367	304	198	157
4.	Всього	2130	2285,4	2136,4	2437,5	3105,3	3124	2606	2357

* Джерело: Складено за даними Головного управління статистики у Тернопільській області
<http://www.te.ukrstat.gov.ua/files/P/P6.htm>

Таблиця Д. 2

Коротка інформація про виробників кондитерської продукції в Тернопільській області за 2010 рік

№ з/п	Назва підприємства	Розміщення потужностей	Продукція підприємства
1.	ПАТ «ТерА»	м.Тернопіль,	печиво, пряники, вафлі, зефір, східні солодощі, драже, шоколадні цукерки, мармелад
2.	ТзОВ Тернопільхлібпром»	м.Тернопіль	торти, тістечка, пироги, печиво, сухарі, сушки, соломка, бублики
3.	ТОВ «Надзбруччя-Хліб»	м.Підволочиськ	пироги, тістечка, сушки, соломка, круасани
4.	ТОВ «Бучахлібпром»	м.Бучач	пироги, торти, тістечка, сухарі
5.	ПП «Бекерай»	м.Кременець	тістечка, пироги, круасани, кекси, торти, рулети
6.	ПП «Солодуня»	м.Збараж	торти, тістечка, пироги, печиво
7.	ТОВ «Ваврик і Компанія» ЛТД	м.Чортків,	печиво, вафельні рулетики, вафельні трубочки, вафельні ріжки для морозива
8.	ПП «Імперія насолоди»	м.Тернопіль	торти, тістечка, пироги, круасани
9.	ТОВ «Дарт»	м.Тернопіль	пироги, тістечка, печиво, бублики, сушки, соломка
10.	ПП «Натарель»	м.Тернопіль	ексклюзивні торти, тістечка, шоколадні вироби, глазуровані фрукти і горіхи
11.	ПП «Цукерка»	м.Тернопіль	торти, тістечка, шоколадні цукерки, ірис
12.	ПП «Том & Ром»	м.Тернопіль	карамель
13.	ПП «Волошин»	м.Тернопіль	торти, тістечка, печиво
14.	ПП «Молодіжний»	м.Тернопіль	ексклюзивні торти, пироги, тістечка

*Примітка: складено на основі результатів дослідження

Додаток Е

АНКЕТА

Шановний респонденте!

До Вашої уваги пропонується опитувальний лист – **анкета** для оцінки стану ринку кондитерських виробів в Україні та регіоні, інвестиційної діяльності кондитерських підприємств, а також інвестиційного планування на цих підприємствах.

Мета опитування – зібрати інформаційну базу (анонімно) для узагальнення досвіду роботи зазначених підприємств-виробників та сформулювати пропозиції по вдосконаленню інвестиційного планування на них для розширення своєї присутності на ринку та підвищення ефективності виробництва.

При розгляді кожного з питань анкети просимо вказати **всі** прийнятні для Вас відповіді. *Щиро вдячні за співпрацю!*

I. ПІДПРИЄМСТВО

1. Ваше підприємство належить до:

- а) малих;
- б) середніх;
- в) великих.

2. Якою є організаційна структура управління на Вашому підприємстві?

- а) лінійна;
- б) функціональна;
- в) дивізійна;
- г) матрична;
- д) множинна.

3. Які технології використовуються на Вашому підприємстві?

- а) всі технології сучасні;
- б) всі технології застарілі;
- в) переважають сучасні;
- г) переважають старі;
- д) власні (ексклюзивні);
- е) найновіші.

4. Виробничі потужності Вашого підприємства використовуються на:

- а) менше 20 %;
- б) 21-50 %;
- в) 51-70 %;
- г) 71-100 %;
- д) не вистачає виробничих потужностей для забезпечення потреб ринку в продукції.

5. Якою є чисельність працюючих на Вашому підприємстві?

- а) до 50 чол.;
- б) 51-100 чол.;
- в) 101-500 чол.;
- г) 501-1000 чол.;
- д) більше 1000 чол.

6. Якою була зміна показників діяльності Вашого підприємства в минулому календарному році (+/-):

- а) обсяг виробництва.....%;
- б) асортиментодиниць;
- в) вартість основних фондів.....%;
- г) середня заробітна плата%;
- д) собівартість%;
- е) прибуток%;

є) рентабельність.....%.

7. Внутрішніми перевагами Вашого підприємства є:

- а) передові технології, інновації;
- б) висококваліфіковані кадри;
- в) низькі витрати;
- г) достатні фінансові ресурси;
- д) сильний маркетинг;
- е) імідж;
- є) широка номенклатура продукції;
- ж) добре вивчений ринок;
- з) добре налагоджений сервіс;
- и)(Ваш варіант відповіді).

8. Внутрішніми недоліками Вашого підприємства є:

- а) відставання від середньогалузевих темпів зростання;
- б) нестача фінансових ресурсів;
- в) недостатня прибутковість;
- г) втрата репутації;
- д) слабка система розподілу;
- е) високі витрати;
- є) слабкий менеджмент;
- ж) вузька спеціалізація;
- з)(Ваш варіант відповіді).

II. ПРОДУКТ

9. Якою є кількість номенклатурних позицій (товарних ліній) продукції Вашого підприємства?

- а) одна;
- б) до 10;
- в) 11-20;
- г) 21-50;
- д) більше 50.

10. Яким є асортимент продукції в рамках кожної номенклатурної позиції?

- а) до 5 артикулів;
- б) 5-10;
- в) 11-30;
- г) більше 30.

11. Середня рентабельність продукції складає:

- а) до 5 %;
- б) 5-10 %;
- в) 11-20 %;
- г) більше 20 %.....(вказіть, яка саме).

12. Вкажіть частку продукції, якій відповідає певна стадія життєвого циклу товару:

- а) розробка -%;
- б) виведення на ринок -%;
- в) ріст -%;
- г) зрілість -%;
- д) спад -%.

13. Чи підлягає продукція Вашого підприємства стандартизації?

- а) підлягає вся продукція;
- б) частина підлягає (.....%);
- в) не підлягає зовсім;
- г)(Ваш варіант відповіді).

14. Чи підлягає продукція Вашого підприємства сертифікації?

- а) підлягає вся продукція;
- б) частина підлягає (.....%);
- в) деякі види підлягають (.....одиниць);
- г) не підлягає зовсім.

15. Наявність міжнародних сертифікатів:

- а) на продукцію;
- б) на системи управління якістю;
- в) немає ніяких міжнародних сертифікатів.

16. Ваші плани щодо сертифікації за ISO:

- а) почали процес сертифікації продукції;
- б) почали процес сертифікації системи управління якістю;
- в) плануємо в майбутньому сертифікувати продукцію;
- г) плануємо в майбутньому сертифікувати систему управління якістю;
- д) не плануємо ніякої сертифікації;
- е) важко відповісти.

III. ВИРОБНИЦТВО

17. Які саме нові розробки (види продукції) мали місце на Вашому підприємстві протягом останніх п'яти років:

- а) нові розробки для удосконалення продукції;
- б) розробки нового продукту;
- в) не здійснювали ніяких розробок;
- г)(Ваш варіант відповіді).

18. Якою є частота придбання Вашим підприємством нових технологій протягом останніх п'яти років?

- а) один раз в рік;
- б) 2-3 рази в рік;
- в) більше 3 рази в рік;
- г)(Ваш варіант відповіді).

19. Яке обладнання купувало Ваше підприємство протягом останніх п'яти років?

- а) засоби праці для основного виробництва;
- б) засоби праці для допоміжного та інших виробництв;
- в) транспортні засоби;
- г) не купувало взагалі;
- д)(Ваш варіант відповіді).

20. Хто є постачальниками обладнання для Вашого підприємства:

- а) вітчизняні виробники;
- б) виробники з ближнього зарубіжжя;
- в) західноєвропейські постачальники;
- г)(Ваш варіант відповіді).

21. Характеристика придбаного обладнання:

- а) нове, вироблене в Україні;
- б) вживане, вироблене в Україні;
- в) нове, вироблене в інших країнах;
- г) вживане, вироблене в інших країнах.
- д)(Ваш варіант відповіді).

22. Яким є фінансування придбаного Вами обладнання?

- а) вітчизняне з власних коштів;
- б) вітчизняне в кредит;
- в) вітчизняне через лізинг;
- г) інших країн з власних коштів;
- д) інших країн в кредит;

е) інших через лізинг.

23. Якою є структура витрат на виробництво Вашої продукції:

- а) сировина і упаковка.....%;
- б) енергоресурси%;
- в) оплата праці.....%;
- г) витрати на збут, логістику.....%;
- д) амортизація%;
- е) інші витрати%.

24. Основними чинниками впливу на структуру витрат є:

- а) зміна цін на сировину;
- б) зміна цін на енергоносії;
- в) зміна цін на упаковку;
- г) податкові та митні зміни;
- д) стабільність банківської системи та зміна кредитних ставок.

IV. РЕСУРСИ

25. Структура використовуваної Вашим підприємством сировини:

- а) борошно.....%;
- б) цукор.....%;
- в) какао.....%;
- г) кондитерські жири.....%;
- д) фундук та інші горіхи.....%;
- е) інші види сировини.....%.

26. Частка енерговитрат в собівартості Вашої продукції:

- а) до 5%;
- б) 6-10%;
- в) 11-20%;
- г) більше 20%;
- д)(Ваш варіант відповіді).

27. Як можете оцінити вплив зростання вартості енергоресурсів на собівартість продукції

Вашого підприємства?

- а) до 5%;
- б) 6-15%;
- в) більше 15%;
- г)(Ваш варіант відповіді).

28. Шляхами зниження собівартості продукції Вашого підприємства є:

- а) удосконалення технології та обладнання;
- б) економія сировини і матеріалів;
- в) перехід на більш дешеві енергоносії;
- г) відмова від придбання нового обладнання для розвитку виробництва;
- д) економія на фонді оплати праці;
- е)(Ваш варіант відповіді).

29. Шляхами заощадження енергоресурсів на Вашому підприємстві є:

- а) використання технологій енергозбереження;
- б) оновлення устаткування;
- в) контроль за використанням енергії;
- г)(Ваш варіант відповіді).

30. Слабким місцем в загальній сукупності виробничих ресурсів Вашого підприємства є:

- а) устаткування та інструмент;
- б) сировина і матеріали;
- в) комплектуючі;

- г) виробничі площі;
- д) енергетичне забезпечення;
- е) кваліфіковані кадри.

31. Найсильнішим місцем в загальній сукупності виробничих ресурсів Вашого підприємства є:

- а) сировина і матеріали;
- б) устаткування;
- в) енергозабезпечення;
- г) кваліфіковані кадри.

V. РИНОК І КОНКУРЕНЦІЯ

32. Як Ви оцінюєте вітчизняний ринок кондитерської продукції?

- а) ненасичений;
- б) слабо насичений;
- в) повністю насичений;
- г) перенасичений;
- д)(Ваш варіант відповіді).

33. Як Ви оцінюєте насиченість регіонального ринку кондитерської продукції?

- а) до 20 %;
- б) 21- 40 %;
- в) 41- 60 %;
- г) 61 – 80 %;
- д) 81 – 100 %.

34. Ринок збуту продукції Вашого підприємства охоплює:

- а) область;
- б) регіон;
- в) Україну;
- г) близьке зарубіжжя;
- д) Європу;
- е)(Ваш варіант відповіді).

35. Яким є ринок продукції Вашого підприємства?

- а) освоєним (покупці купували продукцію Вашого підприємства, знають і купують її);
- б) обслуговуваним (покупці купували аналогічну продукцію незалежно від виробника);
- в) реальним (споживачі прийняли рішення про купівлю продукції);
- г) потенційним (покупці виявляють інтерес до продукції).

36. Яку долю займає Ваше підприємство на ринку кондитерської продукції України?

- а) до 5 %;
- б) 6 - 10 %;
- в) 11 - 30 %;
- г) 31 - 50 %;
- д) 51 - 70 %;
- е) 71 - 90 %;
- є) більше 90 %.
- ж)(Ваш варіант відповіді).

37. Яким, на Вашу думку, є попит на продукцію Вашого підприємства?

- а) відсутнім;
- б) обмеженим;
- в) стабільним;
- г) підвищеним;
- д) незадоволеним.

38. Якою є конкуренція серед виробників продукції Вашого підприємства?

- а) відсутня;

- б) слабка;
 - в) середня;
 - г) сильна.
- 39. Скільки є конкурентів у Вашого підприємства?**
- а) відсутні;
 - б) кілька одиниць;
 - в) кілька десятків;
 - г) кілька сотень.
- 40. Основними конкурентами Вашого підприємства є:**
- а) регіональні виробники;
 - б) інші вітчизняні виробники;
 - в) імпортери.
- 41. Як Ви оцінюєте конкурентну позицію свого підприємства на ринку (в %)?**
- а) слабка,%;
 - б) посередня,%;
 - в) сильна,%;
 - г) важко визначити.
- 42. Оцініть конкурентні переваги Вашого підприємства на внутрішньому ринку:**
- а) вища якість продукції;
 - б) нижчі ціни;
 - в) налагоджена мережа збуту;
 - г) постійне оновлення асортименту;
 - д) постійне вивчення попиту;
 - е) вдосконалення технології;
 - є) вдосконалення дизайну;
 - ж) модифікація продукції;
 - з) унікальність продукції.
- 43. Оцініть конкурентні переваги Вашого підприємства на зовнішньому ринку:**
- а) конкурентні ціни;
 - б) вища якість продукції;
 - в) оновлення асортименту;
 - г) мережа збуту;
 - д) вивчення попиту;
 - е) вдосконалення технології;
 - є) дизайн продукції;
 - ж) модифікація продукції;
 - з) унікальність продукції.
- 44. Якими є потенційні зовнішні можливості для Вашого підприємства?**
- а) розвиток економіки;
 - б) соціально-політична стабільність;
 - в) обґрунтоване законодавство;
 - г) швидке зростання ринку та освоєння його нових сегментів;
 - д) можливість диверсифікації;
 - е) вертикальна інтеграція;
 - є) розширення виробництва;
 - ж) самозаспокоєння конкурентів;
 - з) (Ваш варіант відповіді).
- 45. Потенційними зовнішніми загрозами для Вашого підприємства є:**
- а) інфляція;
 - б) поява нових конкурентів та посилення тиску з боку існуючих;
 - в) уповільнення темпів зростання ринку;

- г) «технологічні прориви» в інших країнах;
- д) труднощі в налагодженні договірних відносин;
- е) «ворожі дії» з боку держави;
- є) збільшення імпорту;
- ж) зміни в потребах споживачів;
- з)(Ваш варіант відповіді).

46. Якою є кількість покуців продукції Вашого підприємства?

- а) до 10;
- б) 11-30;
- в) 31-70;
- г) 71-100;
- д) більше 100.

47. Найчастіше продукцію Вашого підприємства купують:

- а) дистриб'ютори;
- б) гуртові посередники;
- в) підприємства-виробники;
- г) населення;
- д)(Ваш варіант відповіді).

VI. ЕКСПОРТНА ДІЯЛЬНІСТЬ

48. Чи є Ви експортером продукції?

- а) зараз експортуєте продукцію;
- б) зараз не експортуєте, але раніше експортували;
- в) ніколи не експортували;
- г) маєте плани щодо експорту в найближчому майбутньому.
- д)(Ваш варіант відповіді).

49. Якою є частка експорту в структурі Вашого виробництва?

- а) до 10%;
- б) 11-20%;
- в) 21-40%;
- г) 41-60%;
- д) 61-80%;
- е) більше 80%.

50. Ваші наміри щодо експорту продукції у найближчі 2-3 роки:

- а) плануємо експортувати;
- б) не плануємо експортувати;
- в) плануємо експортувати у віддаленій перспективі;
- г) не маємо можливості експортувати;
- д)(Ваш варіант відповіді).

51. Якими є напрямки експорту Вашої продукції:

- а) країни СНД;
- б) країни Європи;
- в) США, Канада;
- г) інші країни.

52. Ваш досвід експортної діяльності:

- а) кількість років експорту в країни СНД
- б) кількість років експорту в країни Європи.....;
- в) кількість років експорту в США, Канаду.....;
- г) кількість років експорту в інші країни.....

53. Продукція на експорт:

- а) спеціально виготовлена для експорту;
- б) така ж, як для внутрішнього ринку;

- в) адаптована для експорту (розфасовка, дизайн упаковки тощо);
- г)(Ваш варіант відповіді).

54. Характеристика Вашої продукції для експорту:

- а) сировина;
- б) напівфабрикати;
- в) готова продукція;
- г)(Ваш варіант відповіді).

55. Перешкоди для експорту:

- а) незначний обсяг виробництва для виходу на зовнішні ринки;
- б) достатній прибуток від реалізації продукції на внутрішньому ринку;
- в) високий рівень конкуренції на зовнішньому ринку;
- г) складність пошуку партнерів;
- д) відсутність попиту на нашу продукцію;
- е) відсутність міжнародного сертифіката якості;
- є) висока вартість експортних процедур;
- ж) відсутність інформації про попит на нашу продукцію на зовнішніх ринках;
- з) неконкурентоспроможна продукція за якістю;
- и) неконкурентоспроможна продукція за ціною.

VII. ІНВЕСТИЦІЇ ТА ІНВЕСТИЦІЙНЕ ПЛАНУВАННЯ

56. Наявність та джерела інвестицій на Вашому підприємстві:

- а) власні кошти.....%;
- б) інвестували кошти головного підприємства, об'єднання.....%;
- в) залучали вітчизняних інвесторів%;
- г) залучали інвесторів з інших країн.....%;
- д) не інвестували.....%;
- е)(Ваш варіант відповіді).

57. Напрямки скерування інвестицій на Вашому підприємстві:

- а) в обладнання;
- б) у будівлі, споруди;
- в) в технології;
- г) в нематеріальні активи;
- д)(Ваш варіант відповіді).

58. Причини незалучення інвестицій Вашим підприємством:

- а) достатньо власних коштів для розвитку;
- б) складно знайти інвестора;
- в) не влаштовують вимоги інвесторів і великі зобов'язання перед ними;
- г) підприємство інвестиційно непривабливе порівняно з іншими підприємствами галузі;
- д) галузь є інвестиційно непривабливою;
- е) не розроблений бізнес-план для інвесторів;
- є)(Ваш варіант відповіді).

59. Чи вважаєте достатнім рівень інвестування на Вашому підприємстві:

- а) достатній;
- б) задовольняє наполовину;
- в) задовольняє дуже слабо;
- г) достатній лише на найнеобхіднішу заміну обладнання;
- д) недостатній.

60. Чи розроблявся на Вашому підприємстві коли-небудь бізнес-план для інвестора?

- а) не розроблявся ніколи, але є потреба;
- б) не розроблявся і немає в ньому потреби;

- в) зараз працюємо над його розробкою;
- г) є готовий для пред'явлення потенційному інвестору;
- д) є потреба, але немає фахівців для його розробки, а залучення консалтингових фірм є «дорогим задоволенням».

61. Наявність процесу інвестиційного планування на Вашому підприємстві:

- а) відсутнє;
- б) є окремі елементи;
- в) немає потреби;
- г)(Ваш варіант відповіді).

62. Чи пов'язуєте процес інвестиційного планування на Вашому підприємстві із залученням інвестицій?

- а) це незалежні процеси;
- б) пов'язуємо безпосередньо;
- в) окремі планові показники необхідні для залучення інвестицій;
- г)(Ваш варіант відповіді).

63. Який вид інвестиційного планування має місце на Вашому підприємстві?

- а) стратегічне;
- б) тактичне;
- в) оперативне;
- г) поєднання всіх трьох;
- д) бізнес-планування окремого інвестиційного проекту.

64. Наявність на Вашому підприємстві спеціалізованого підрозділу, який займається інвестиційним плануванням:

- а) є окремий підрозділ;
- б) немає підрозділу;
- г) немає потреби в окремому підрозділі, функції по інвестиційному плануванню виконують фахівці інших підрозділів;
- д)(Ваш варіант відповіді).

65. Якими є часові горизонти інвестиційного планування на Вашому підприємстві?

- а) до 1 року;
- б) 3-5 років;
- в) більше 5 років.

66. Чи розробляли Ви коли-небудь інвестиційну стратегію?

- а) не розробляли ніколи;
- б) розробляємо зараз;
- в) немає потреби у ній;
- г) немає фахівців;
- д) недостатньо досвіду;
- е) важко відповісти.

67. З якими показниками пов'язуєте процес інвестиційного планування на Вашому підприємстві?

- а) обсягом випуску продукції;
- б) собівартістю продукції;
- в) прибутком;
- г) рентабельністю;
- д) фондоддачею;
- е) іншими показниками(вказіть якими саме);
- є) не пов'язуємо зовсім;
- ж) важко відповісти.

68. Яким є розумно необхідний обсяг інвестицій у Ваше підприємство?

- а) до 0,1 млн.грн.;
- б) 0,1-0,5 млн.грн.;

- в) 0,5-1 млн.грн;
- г) 1-3 млн.грн;
- д) 3-5 млн.грн.;
- е) більше 5 млн.грн.....(вказіть, скільки саме).

69. Як Ви оцінюєте свої витрати на здійснення процесу інвестиційного планування?

- а) низькі, але достатні;
- б) низькі і недостатні;
- в) середні і достатні;
- г) середні і недостатні;
- д) великі і достатні;
- е) великі і недостатні.

70. Якими «показниками» можете охарактеризувати Вашу співпрацю з консалтинговими

фірмами щодо розробки інвестиційних планів?

- а) достатньо висока якість планів;
- б) помірні ціни;
- в) високі витрати на замовлення;
- г) швидкість виконання замовлення;
- д) врахування усіх Ваших вимог до інвестиційного плану;
- е) готовність і надалі співпрацювати з консалтинговою фірмою;
- д) не користуємось послугами консалтингових фірм взагалі;
- е)(Ваш варіант відповіді).

Ще раз дякуємо за терпіння і співпрацю!

Додаток Ж

Таблиця Ж.1

Оцінка кондитерськими підприємствами Тернопільської області стану інвестиційної діяльності та системи інвестиційного планування

№ зп	Підприємства	Джерела інвестування	Напрямки інвестування	Причини відсутності інвестицій	Рівень інвестування	Наявність бізнес-плану для інвесторів	Наявність інвестиційного планування	Взаємозв'язок інвестиційного планування та інвестицій	Вид інвестиційного планування
1.	ПАТ «ГерА»	власні кошти 100%	обладнання; технології	достатньо власних коштів; не влаштовують вимоги інвесторів	задовольняє наполовину	не розроблявся і немає потреби	відсутнє, немає потреби	-	-
2.	ПП «Бекерай»	власні кошти 90%; кредити 10%	обладнання; будівлі; споруди; технології	складно знайти інвестора; не влаштовують вимоги інвесторів; немає бізнес-плану для інвесторів	недостатній; найнеобхідніша заміна обладнання	не розроблявся, але є потреба	є окремі елементи	окремі планові показники необхідні для залучення інвестицій	-
3.	ТОВ «Ваврик і К ⁰ » ЛТД	власні кошти 95%; кредити 5%	обладнання; будівлі; споруди; технології	складно знайти інвестора	задовольняє дуже слабо	є готовий для пред'явлення інвестору	є окремі елементи	окремі планові показники необхідні для залучення інвестицій	бізнес-планування окремого інвестиційного проекту
4.	ПП «Імперія насолоди»	власні кошти 100%	обладнання; будівлі; споруди; технології	не влаштовують вимоги інвесторів; немає бізнес-плану для інвесторів	недостатній; найнеобхідніша заміна обладнання	не розроблявся, але є потреба	є окремі елементи	окремі планові показники необхідні для залучення інвестицій	-
5.	ПП «Солодуня»	власні кошти 100%	обладнання	складно знайти інвестора; немає бізнес-плану для інвесторів	недостатній; найнеобхідніша заміна обладнання	не розроблявся, але є потреба	відсутнє	це незалежні процеси	-
6.	ТОВ «Дарт»	власні кошти 90%; кредити 10%	обладнання	не влаштовують вимоги інвесторів; немає бізнес-плану для інвесторів	недостатній; найнеобхідніша заміна обладнання	не розроблявся, але є потреба	відсутнє	пов'язані безпосередньо	-

Продовження табл. Ж.1.

№ зп	Підприємства	Наявність спеціалізованого підрозділу для інвестиційного планування	Прийнятні часові горизонти інвестиційного планування	Наявність інвестиційної стратегії	Показники, пов'язані з інвестиційним плануванням	Обсяг необхідних інвестицій	Витрати на інвестиційне планування	Співпраця з консалтинговими фірмами
1.	ПАТ «ТерА»	немає	-	не розроблялась ніколи	обсяг випуску продукції; собівартість продукції; прибуток; рентабельність	0,5 - 1 млн.грн.	відсутні	не користуємось послугами консалтингових фірм
2.	ПП «Бекерай»	немає	3-5 років -	розробляємо зараз, немає фахівців	обсяг випуску продукції; собівартість продукції; рентабельність	3-5 млн.грн.	низькі, але достатні	не користуємось послугами консалтингових фірм
3.	ТОВ «Ваврик і К ⁰ » ЛТД	немає потреби; функції інвестиційного планування виконують фахівці інших підрозділів	3-5 років	розробляємо зараз	обсяг випуску продукції	більше 5 млн.грн.	середні і недостатні	готовність і надалі співпрацювати з консалтинговими фірмами
4.	ПП «Імперія насолоди»	немає	до 1 року	не розроблялась ніколи	обсяг випуску продукції; прибуток; рентабельність; фондівіддача	0,5 - 1 млн.грн.	низькі, але достатні	не користуємось послугами консалтингових фірм
5.	ПП «Солодуня»	немає	до 1 року	недостатньо досвіду	обсяг випуску продукції	0,5 - 1 млн.грн.	низькі і недостатні	не користуємось послугами консалтингових фірм
6.	ТОВ «Дарт»	немає	-	не розроблялась ніколи	обсяг випуску продукції; собівартість продукції; рентабельність; фондівіддача	0,5 - 1 млн.грн.	низькі і недостатні	не користуємось послугами консалтингових фірм

Додаток 3

Оцінювання стану інвестиційного планування на підприємствах
ПАТ «ТерА» і ТОВ «Ваврик і Компанія» ЛТД

Таблиця 3.1

Коефіцієнти вагомості факторів інвестиційного планування*

Фактори	Кадрове забезпечення	Інноваційна діяльність	Інвестиційна діяльність	Маркетингова діяльність	Інформаційне забезпечення	Організаційне забезпечення	Методичне забезпечення	Технічне забезпечення
Коефіцієнт вагомості, (КВ _i)	0,17	0,15	0,16	0,14	0,13	0,15	0,06	0,04

*Примітка: складено автором на основі результатів дослідження

Таблиця 3.2

Експертна оцінка чинників інвестиційного планування
на ПАТ «ТерА»

Експерт	Оцінка експертів							
	Кадрове забезпечення	Інноваційна діяльність	Інвестиційна діяльність	Маркетингова діяльність	Інформаційне забезпечення	Організаційне забезпечення	Методичне забезпечення	Технічне забезпечення
1. Директор	5	6	5	5	5	8	6	9
2. Головний економіст	6	5	6	6	6	7	7	8
3. Головний бухгалтер	5	8	7	5	5	8	6	8
4. Технолог	6	6	8	6	8	6	5	6
5. Керівник відділу збуту	5	7	7	4	6	7	7	7
Середній бал	5,4	6,4	6,6	5,2	6	7,2	6,2	7,6

Таблиця 3.3

Експертна оцінка чинників інвестиційного планування на
ТОВ «Ваврик і Компанія» ЛТД

Експерт	Оцінка експертів							
	Кадрове забезпечення	Інноваційна діяльність	Інвестиційна діяльність	Маркетингова діяльність	Інформаційне забезпечення	Організаційне забезпечення	Методичне забезпечення	Технічне забезпечення
1. Директор	9	8	7	9	6	9	7	8
2. Головний економіст	8	6	6	8	7	8	7	7
3. Головний бухгалтер	9	8	7	8	5	8	6	7
4. Технолог	7	7	8	6	7	7	5	8
5. Керівник відділу збуту	6	7	7	7	6	7	7	9
Середній бал	7,8	7,2	7	7,6	6,2	7,8	6,4	7,8

Таблиця 3.4

Шкала оцінювання рівня інвестиційного планування

Рівень інвестиційного планування	Межі значення узагальнюючого показника стану інвестиційного планування
Високий	10 - 8,1
Вищий середнього	8 - 6,5
Середній	6,4 - 3,6
Нижчий середнього	3,5 - 2,1
Низький	2 - 0

Продовження додатку 3

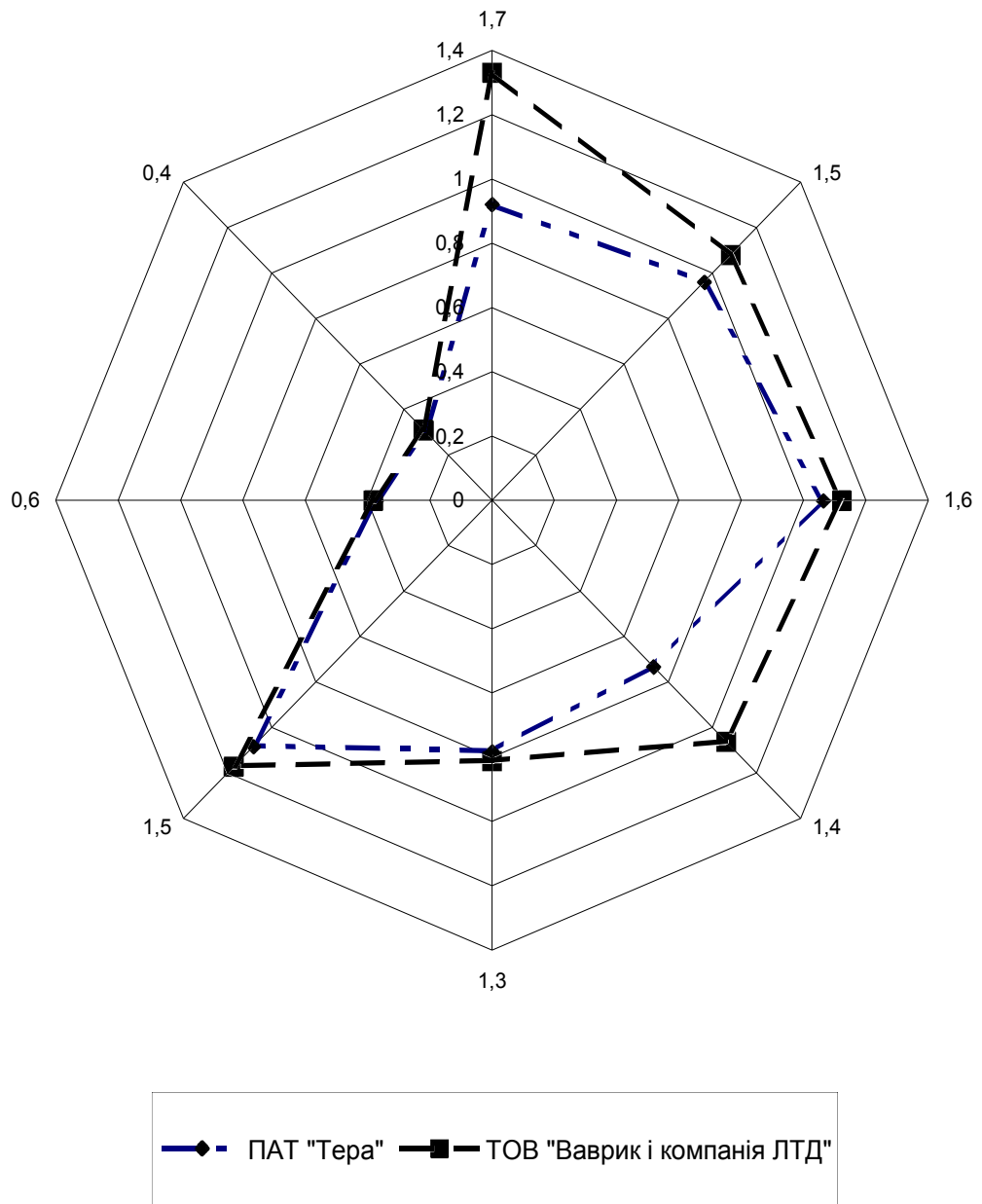


Рис. 3.1. Профілі інвестиційного планування кондитерських підприємств

Додаток И

Проблеми інвестиційного планування кондитерського підприємства*



* Джерело: Розробка автора

Додаток К

Складові механізми створення системи інвестиційного планування на підприємстві*

№ з/п	Складова механізму	Зміст складової
1	Мета	Підвищення ефективності інвестиційної діяльності; удосконалення інвестиційного планування
2	Цілі	<ul style="list-style-type: none"> • Досягнення прибутковості інвестиційного заходу • Забезпечення стійкого фінансового стану підприємства • Забезпечення необхідного рівня якості продукції за конкурентною ціною • Підтримка репутації серед споживачів • Збільшення оборотності капіталу • Підвищення науково-технічного рівня виробництва • Зростання частки підприємства на внутрішньому ринку і вихід на зовнішній ринок • Розробка та освоєння виробництва нових видів продукції • Підвищення продуктивності праці кваліфікаційного рівня персоналу • Вирішення соціально-культурних проблем колективу
3	Принципи	<ul style="list-style-type: none"> <li style="width: 50%;">• Цілісність <li style="width: 50%;">• Адаптивність <li style="width: 50%;">• Спрямованість <li style="width: 50%;">• Відповідальність <li style="width: 50%;">• Структурність <li style="width: 50%;">• Саморегуляція <li style="width: 50%;">• Інтеграція <li style="width: 50%;">• Комплексність <li style="width: 50%;">• Ієрархічність <li style="width: 50%;">• Економічність <li style="width: 50%;">• Збалансованість
4	Функції	<ul style="list-style-type: none"> • Ініціація та організація інвестиційної діяльності • Прогнозування інвестиційної діяльності • Оптимізація інвестиційної діяльності • Координація й інтеграція інвестиційної діяльності • Безпека управління інвестиційною діяльністю • Впорядкування та документування • Контроль і коригування
5	Методи	<ul style="list-style-type: none"> • Методи організаційного проектування • Методи збору і аналізу інформації • Методи обґрунтування вибору інвестиційної стратегії • Методи оцінки ефективності інвестицій • Методи обґрунтування прийняття управлінських рішень щодо інвестування • Соціально-психологічні методи (мотивація, моральне стимулювання)
6	Етапи	<ol style="list-style-type: none"> 1. Аналізування внутрішніх умов функціонування підприємства 2. Аналіз зовнішнього середовища (макро та мікрочинників) 3. Збір, опрацювання та систематизація інформації 4. Формування цілей інвестиційного планування, напрямків їх досягнення та їх узгодження зі стратегічними цілями функціонування підприємства 5. Розробка концептуальних положень системи інвестиційного планування на підприємстві 6. Дослідження ступеню відповідності створеної системи інвестиційного планування концептуальним засадам 7. Формування критеріїв оцінювання ефективності функціонування системи та розробка заходів з її вдосконалення
7	Елементи забезпечуючі підсистеми	<ul style="list-style-type: none"> • Підсистема фінансового забезпечення • Підсистема методичного забезпечення • Підсистема інформаційного забезпечення • Підсистема технічного забезпечення • Підсистема організаційного забезпечення • Підсистема кадрового забезпечення • Підсистема забезпечення узгодженості

* Джерело: Розробка автора

Додаток Л

Таблиця Л.1

Схема динаміки руху грошових коштів в результаті реалізації
інвестиційних проектів на кондитерському підприємстві *

Варіанти інвестиційних проектів		Можливі вкладення і повернення грошових коштів на початок кожного місяця											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
А	X_{A11}	1	1,2										
	X_{A22}		1	1,2									
	X_{A33}			1	1,2								
	X_{A44}				1	1,2							
	X_{A55}					1	1,2						
	X_{A66}						1	1,2					
	X_{A77}							1	1,2				
	X_{A88}								1	1,2			
	X_{A99}									1	1,2		
	X_{A10-10}										1	1,2	
	X_{A11-11}											1	1,2
В	X_{B11}	1		1,15									
	X_{B23}			1		1,15							
	X_{B35}					1		1,15					
	X_{B47}							1		1,15			
	X_{B59}									1		1,15	
С	X_{C13}			1			1,12						
	X_{C26}						1			1,12			
	X_{C39}									1			1,12
D	X_{D11}	1				1,1							
	X_{D25}					1				1,1			

Таблиця Л.2

Динаміка руху грошових коштів в результаті реалізації інвестиційних проектів на підприємстві ПАТ «ТерА»

Варіанти інвестиційних проектів		Динаміка руху грошових потоків, тис. грн. (– вкладення, + повернення)											
		1 міс.	2 міс.	3 міс.	4 міс.	5 міс.	6 міс.	7 міс.	8 міс.	9 міс.	10 міс.	11 міс.	12 міс.
А	$X_{A 11}$	-64,96	77,96										
	$X_{A 22}$		-76,88	92,25									
	$X_{A 33}$			-76,88	92,25								
	$X_{A 44}$				-91,17	109,41							
	$X_{A 55}$					-105,17	126,21						
	$X_{A 66}$						-116,01	139,21					
	$X_{A 77}$							-97,57	117,09				
	$X_{A 88}$								-116,01	139,21			
	$X_{A 99}$									-38,93	46,71		
	$X_{A 10-10}$										-34,00	40,80	
	$X_{A 11-11}$											-28,16	33,79
В	$X_{B 11}$	0,00		0,00									
	$X_{B 23}$			0,00		0,00							
	$X_{B 35}$					0,00		0,00					
	$X_{B 47}$							-40,56		46,64			
	$X_{B 59}$									0,00		0,00	
С	$X_{C 13}$			-14,30			16,01						
	$X_{C 26}$						-25,13			28,15			
	$X_{C 39}$									-38,93			43,60
D	$X_{D 11}$	-38,44				42,28							
	$X_{D 25}$					-45,44				49,98			
Виконання балансових умов		-103,40	1,08	1,08	1,08	1,08	1,08	1,08	1,08	186,12	12,71	12,65	77,39

