

Міністерство освіти і науки України
Національний університет «Києво-Могилянська академія»
Факультет економічних наук
Кафедра фінансів

Кваліфікаційна робота

освітній ступінь – бакалавр

на тему: **«ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ
НОВОЇ ПОШТИ ТА УКРПОШТИ»**

Виконала: студентка 4-го року навчання

Спеціальності 072

Фінанси, банківська справа та страхування

Лохман Анна Ігорівна

Керівник: Шпортюк В.Г.

доцент кафедри фінансів, кандидат фіз-мат. наук

Рецензент Макогон В.Д.

(прізвище та ініціали)

Кваліфікаційна робота захищена

з оцінкою « _____ »

Секретар Донкоглова Н.А

« ____ » _____ 2023 р.

Київ 2023

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОЦІНКИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ КОМПАНІЇ	6
1.1. Поняття інвестиційної привабливості, внутрішні і зовнішні фактори, визначаючі інвестиційну привабливість, специфіка.....	6
1.2. Методи оцінки інвестиційної привабливості.....	15
1.2.1 Прибутковий метод.....	15
1.2.2 Метод рейтингової оцінки.....	16
1.2.3 Інтегральний метод.....	18
1.2.4 Комплексна оцінка інвестиційної привабливості.....	22
1.2.5 Метод оцінки життєвого циклу підприємства.....	24
1.2.6 Метод аналізу факторів зовнішнього та внутрішнього впливу.....	27
1.2.7 Вартісний підхід.....	28
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ВНУТРІШНІХ І ЗОВНІШНІХ ФАКТОРІВ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ НОВОЇ ПОШТИ ТА УКРПОШТИ	30
2.1. Коротка характеристика компаній.....	30
2.1.1 “Укрпошта”.....	30
2.1.2 “Нова Пошта”.....	32
2.2. Аналіз внутрішніх факторів інвестиційної привабливості Нової Пошти і Укрпошти.....	35
2.3. Аналіз зовнішніх факторів інвестиційної привабливості Нової Пошти і Укрпошти.....	39

РОЗДІЛ 3. ОЦІНКА ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ НОВОЇ ПОШТИ ТА УКРПОШТИ.....	41
3.1. Результати проведення оцінки інвестиційної привабливості Нової Пошти і Укрпошти.....	41
3.2 Практичні рекомендації для інвесторів.....	48
ВИСНОВКИ.....	52
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	54
ДОДАТКИ.....	56

ВСТУП

Актуальність теми: інвестиційний процес має колосальне значення для розвитку економіки України. Інвестор, як головна фігура цього процесу, повинен розуміти, куди будуть направлені його кошти, тому фактор інвестиційної привабливості є важливими. При цьому слід зазначити, що фінансовий ринок країни є досить молодим, що створює додаткові проблеми під час прийняття інвестиційних рішень. Перед українським бізнесом сьогодні стоять серйозні проблеми, які істотно позначаються на інвестиційній привабливості українських компаній. Закордонні та українські інвестори побоюються вкладати кошти у бізнес України, припускаючи, що інвестиції не виправдають себе і не принесуть належної віддачі. Таким чином, дана тема є актуальною для поточної економічної ситуації в Україні.

Предмет дослідження – оцінка інвестиційної привабливості компанії.

Об'єктами дослідження є компанії з доставки Укрпошта і Нова Пошта.

Мета дослідження полягає у проведенні порівняльного аналізу інвестиційної привабливості Укрпошти і Нової Пошти".

Ця мета визначила такі завдання:

- охарактеризувати поняття інвестиційної привабливості;
- розглянути методики оцінки інвестиційної привабливості компанії;
- проаналізувати внутрішні та зовнішні фактори, що визначають інвестиційну привабливість підприємства;
- провести оцінку інвестиційної привабливості компаній.

Для вирішення поставлених завдань використані праці українських та зарубіжних вчених у галузі економічних дисциплін, наукові статті, дані служби статистики, а також практичні матеріали та фінансова звітність підприємств з послуг доставки.

У процесі дослідження було використано такі загальнонаукові методи: спостереження, порівняння, узагальнення, деталізація, системно-комплексний

підхід, а також загальні та спеціальні прийоми економічного та статистичного аналізу.

Структура роботи: робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел. У першому розділі розкриваються теоретико-методологічні засади оцінки інвестиційної привабливості компанії, методи оцінки інвестиційної привабливості компанії. У другому розділі проводиться аналіз внутрішніх та зовнішніх факторів, що впливають на інвестиційну привабливість Укрпошти та Нової Пошти. У третьому розділі проводиться порівняння інвестиційної привабливості двох компаній.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОЦІНКИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ КОМПАНІЇ

1.1. Поняття інвестиційної привабливості, внутрішні і зовнішні фактори, визначаючі інвестиційну привабливість, специфіка

Ефективна та продуктивна діяльність корпорації в довгостроковій перспективі, а також високі темпи її стратегічного розвитку та підвищення конкурентоспроможності в умовах ринкової економіки значно залежать від рівня інвестиційної активності підприємства, його інвестиційної діяльності та інвестиційної привабливості.

Інвестиційна привабливість підприємства – настільки багатогранне поняття, тому що кожна його грань, з одного боку, знаходиться під впливом зовнішніх та внутрішніх факторів, а, з іншого боку, бере участь у формуванні інвестиційної привабливості об'єкта загалом. Усі підходи, засновані на оцінці інвестиційної привабливості підприємства, що базуються на вивченні як кількісних, так і якісних факторів, що характеризують інвестиційну привабливість окремих сегментів інвестиційного ринку. Чинники підвищення інвестиційної привабливості підприємства - це рушійні сили, під впливом яких змінюється рівень інвестиційної привабливості підприємства.

Поняття інвестиційної привабливості підприємства охоплює сукупність характеристик ефективності, що відображають рентабельність фінансових вливань у розвиток корпорації. А ключовим показником є передбачуваний та стабільний дохід. Також детально має бути продуманий бізнес-план з огляду на всі нюанси підприємства та галузі в цілому, прорахувавши всі необхідні фінансові показники. У цьому випадку буде високий шанс в умовах конкуренції отримати додаткове фінансування.

Думки авторів про інвестиційну привабливість багато в чому розходяться:

1) Г. Бірман та С.Шмідт представляють інвестиційну привабливість сукупністю показників, що характеризують фінансове становище підприємства [10].

2) І.А. Бланк стверджував, що інвестиційна привабливість полягає у безпосередньому зв'язку зі стадіями життєвого циклу підприємства [11].

3) А.Б. Крутік, Д.А. Єндовіцький, і Г. Микільська сходяться на думці, що інвестиційною привабливістю є загальна характеристика всіх недоліків і переваг підприємства, що розглядається [12].

4) М.М. Крейніна вважає, що інвестиційна привабливість полягає у множинності фундаментальних та фондових показників об'єкту інвестування [4].

5) С. Бухдрукер представляв її як інтегральну характеристику аналізованого об'єкта з позицій прибутковості інвестицій, перспективності розвитку об'єкта та існуючого рівня інвестиційних ризиків [5].

6) В.В. Бочаров розглядав термін з позиції ринку цінних паперів та визначив інвестиційну привабливість, надійністю цінних паперів, які випускає це підприємство [6].

7) С.П. Конторович вважав, що під інвестиційною привабливістю можна розуміти систему економічних відносин між господарюючими суб'єктами щодо ефективності розвитку бізнесу та підтримки конкурентоспроможності бізнесу [7]. Ці відносини включають показники ефективності аспектів діяльності підприємства, які в свою чергу складаються з формальних та неформальних показників. Перші розраховуються на основі даних фінансової звітності, другі ж не мають певного набору вихідних даних, тому оцінюються експертним шляхом.

8) Л.Ф. Мухаметшина визначила інвестиційну привабливість як самостійну економічну одиницю, що є сукупною характеристикою показників інвестиційного потенціалу підприємства, що відображає ефективне використання активів підприємства, існуючий рівень інвестиційних ризиків. Ця сукупна характеристика забезпечує надійне досягнення мети інвестора [8].

Виходячи з визначень даних авторів, були зроблені висновки, що в цілому вони дають об'єктивну оцінку, але не охоплюють усі значущі фактори, що характеризують інвестиційну привабливість корпорації. Необхідно сформулювати поняття інвестиційної привабливості з погляду інвесторів. Таким чином, інвестиційна привабливість підприємства – це система зовнішніх та внутрішніх факторів, що володіють кількісними та якісними показниками, що характеризують фінансово – економічний стан підприємства, дають об'єктивну оцінку всіх недоліків та переваг компанії, оцінюють рівень її інвестиційних ризиків та перспективи розвитку.

Фактори зовнішнього та внутрішнього впливу на підприємство є основним джерелом інформації про його стан та діяльність. Кожне підприємство є самостійним суб'єктом господарської діяльності. На нього здійснюють вплив різні фактори як внутрішнього, так і зовнішнього середовища. Фактори навколишнього середовища не залежать від діяльності суб'єкта господарювання. До внутрішніх факторів прийнято відносити такі фактори, які безпосередньо залежать від того, як підприємство здійснює свою діяльність.

Оцінку зовнішніх факторів слід оцінювати з трьох сторін, враховуючи інвестиційну привабливість галузі, регіону та країни. Здійснюючи комплексний підхід, інвестор підприщить свої шанси на отримання прибутку.

Інвестиційна привабливість країни оцінюється сукупністю наступних факторів:

а) Соціально – політична стабільність держави. Цей фактор відображає здатність державної влади підтримувати стабільну внутрішню соціально-політичну ситуацію за допомогою наявних матеріальних ресурсів, визначати грамотний курс у разі виникнення критичних умов.

б) Економічна стабільність. Даний фактор є інтеграцію таких показників, як стає зростання національної валюти, щорічне зростання ВВП країни та зменшення витрат державного бюджету.

в) Розвиненість фінансової системи та системи кредитування. Здатність фінансової системи формувати, перерозподіляти та витратити коштів, як на рівні держави, так і підприємства.

г) Верховенство права. Дотримання існуючих правових норм у державі.

д) Процвітання корупції. Ступінь зловживання своїми посадовими обов'язками з метою особистої вигоди.

ж) Податки. Процедури держави у сфері оподаткування, баланс між інтересами підприємців та бюджетними надходженнями.

к) Прогрес у сфері технологій. Стан розвитку науки, рівень, на якому знаходиться країні використання технології та техніки.

л) Державне втручання в економіку. Регулюється системою законодавчих, контролюючих та виконавчих заходів, які використовуються для адаптації мінливої ситуації у суспільстві.

м) Фактор розвиненості ринку. Вказує на те, наскільки економіка країни є мобільною та гнучкою до змінних умов.

Інвестиційна привабливість регіону характеризується набором таких факторів, як:

1) Економічний розвиток регіону. Кількісні та якісні зміни в економіці, продуктивних силах, а також факторів зростання та розвитку науки, освіти, культури підвищення рівня та якості життя населення.

2) Соціальне становище регіону. Визначається сукупністю об'єктивних факторів, таких як, позиція регіону в суспільному розподілу праці, географічне положення, наявність природних ресурсів, галузева структура та суб'єктивних факторів, прикладом можуть бути методи регіонального управління.

3) Демографічна ситуація. Показники статево-вікової структури, народжуваності, міграції, смертності, розлучень та шлюбів населення.

4) Податкові пільги. Сукупність спеціальних податкових положень для регіону.

Остання група факторів, що характеризує зовнішні фактори, це інвестиційна привабливість галузі. Її складовими є:

1) Місткість ринку. Відображає гранично допустиму кількість реалізованих товарів чи послуг, за заданого рівня цін.

2) Конкуренція у галузі. Характер конкуренції та кількість конкуруючих між собою підприємств.

3) Бар'єри входження у галузь. Сукупність певних обставин, які перешкоджають новому підприємству конкурувати з підприємствами, що у галузі.

4) Еластичність цін галузі. Відображає рівень чутливості попиту за зміни ціни на товар.

5) Капіталомісткість галузі. Наявність галузей, які мають більшу частину основних фондів у структурі активів.

6) Доступність ресурсів. Наявність та легкий доступ до ресурсів, у тому числі і спеціалізованих ресурсів у регіоні.

7) Амортизаційна політика. Особливості управління амортизаційними відрахуваннями.

8) Технології у галузі. Визначення провідної технології у галузі, наприклад, машинобудування, приладобудування, нафтовидобуток і т.п.

Сукупність всіх перерахованих вище зовнішніх факторів формують інвестиційний клімат підприємства. Інвестиційний клімат визначає якість комерційної інфраструктури, ефективність та доцільність інвестування, а також рівень ризику, пов'язаних із втратою коштів при вкладенні грошей.

Внутрішні фактори інвестиційної привабливості прийнято поділяти на сім груп, що включають:

- фактори, що характеризують фінансове становище;
- виробничі чинники;
- оцінку якості управління;

- фактори, що відбивають інвестиційну діяльність;
- фактори інноваційної діяльності;
- фактори, що характеризують ринкову стійкість та юридичні фактори.

Фінансове становище описується за допомогою оцінки показників ліквідності підприємства, його платоспроможності, рентабельності, оборотності оборотних активів, розрахунку коефіцієнта фінансової стійкості, визначення якості та структури власного капіталу та показники фінансових потоків.

До виробничих факторів відносяться: засоби та предмети праці, якість трудових ресурсів, виробничі потужності підприємства та оцінка технічного рівня виробництва.

До якості менеджменту прийнято відносити рівень та перспективність розвитку менеджменту, стратегію підприємства, його гудвіл, тобто ділова репутація підприємства, рівень клієнтоорієнтованості підприємства, його сприйнятливість до змін, оцінка конкурентоспроможності продукції, оцінка стійкості зв'язків з наявними постачальниками ресурсів та характеристика бізнес – процесів підприємства.

Фактори інвестиційної діяльності включають наявність інвестиційної програми, стратегії та політики підприємства, обсяги інвестицій, характеристика та сукупність методів прийняття рішень та оцінка ефективності управління інвестиціями інноваційна діяльність визначається наявністю інноваційної програми та стратегії, оцінка методів стимулювання інноваційної діяльності, рівень інноваційної активності підприємства, його науково-технічний потенціал та НДДКР.

Найважливішим показником інвестицій для українських та європейських підприємств є фондвіддача і термін окупності. У той час, як для японських організацій віддають перевагу стратегічній оцінці становища підприємства на ринку. Щоб оцінити інвестиційну діяльність компанії в США в основному використовують показники ефективності інвестицій та залишковий дохід.

До факторів ринкової стійкості належать оцінка параметрів підприємства, його тип і розмір, маркетингові умови та рівень завоювання ринку.

Юридичні чинники поєднують у собі тип організаційно – правової форми, структури власників підприємства, приватизаційну історію, склад учасників, земельні права та форму власності.

Сукупність внутрішніх факторів представляє найбільш повну та достовірну картину діяльності та положення підприємства на момент виробленого аналізу.

Комплексний підхід до дослідження інвестиційної привабливості підприємства не позбавлені і недоліків, таких як використання експертних даних, інформації на основі опитувань та анкетування, що вносить суб'єктивізм та знижує точність даного методу.

Джерела отримання інформації про діяльність, що цікавить підприємства доцільно класифікувати на внутрішні та зовнішні. До зовнішніх джерел належать:

- 1) банківські архіви;
- 2) звіти, які надаються консалтинговими аудиторськими агентствами;
- 3) інформаційні дані про підприємство у ЗМІ;
- 4) матеріали фондового ринку;
- 5) відомості від партнерів підприємства.

Внутрішні джерела інформації часто дуже рідкісні в отриманні, оскільки вони зазвичай відносяться до підготовки річної або квартальної звітності:

- 1) бухгалтерська звітність;
- 2) податкова звітність;
- 3) статутні документи;
- 4) внутрішні управлінські та фінансові звіти;
- 5) матеріали планування.

Умовно, аналіз інвестиційної привабливості підприємства можна розділити на такі складові, як:

- 1) аналіз потенційного прибутку, що полягає у дослідженні різних варіантів інвестування, з подальшим порівнянням їх прибутковості та рівня ризику;

2) фінансовий аналіз, що включає оцінку фінансової стійкості підприємства, прогноз розвитку діяльності підприємства на підставі існуючих даних;

3) ринковий аналіз допомагає оцінити перспективи товару на ринку, визначити ступінь насиченості ринку аналогічними продуктами (Визначення ємності ринку та способів просування на нього);

4) технологічний аналіз проводиться за допомогою дослідження технічних та економічних альтернатив проекту, різних варіантів використання існуючих технологій; пошук оптимального та ефективного технологічного рішення з урахуванням специфіки даного проекту;

5) управлінський аналіз, що включає оцінку адміністративної та організаційної політики підприємства, вироблення рекомендацій для організаційної структури, координації діяльності, а також рекомендації щодо формування та навчання персоналу;

6) екологічний аналіз проводиться з метою оцінки нанесення проектом потенційних збитків навколишньому середовищу, розробки необхідних коригувальних та запобіжних дій та заходів, для пом'якшення та запобігання можливим наслідкам;

7) соціальний аналіз визначає придатність різних варіантів проекту для населення регіону в цілому, за такими критеріями, як збільшення кількості робочих місць, покращення умов проживання, зміна культурних та побутових умов.

Отже, для прогнозування кон'юнктури ринку інвестицій необхідно здійснити оцінку інвестиційної привабливості всіх його суб'єктів.

Виходячи з цього, видно, що для отримання надійної інформації сприятливій розробці стратегії інвестування, необхідно обов'язкове використання системного підходу. Системний підхід допоможе вивчити кон'юнктуру інвестиційного ринку від макрорівня (інвестиційний клімат держави), до мікрорівня (оцінка інвестиційної привабливості окремо взятого інвестиційного проекту). Це допоможе інвестору найбільш точно вибрати підприємство, яке має

найкращі перспективи розвитку, у разі успішної реалізації інвестиційного проекту, і забезпечить йому прибуток на інвестований капітал з урахуванням ризиків.

Слід зазначити, що інвестора не меншою мірою цікавить інвестиційна привабливість загалом того підприємства, яке буде реалізовувати інвестиційний проект. У зв'язку з цим інвестор звертає увагу на галузь, у якій діє підприємство, вона розвивається або навпаки, є регресивною, а також на територіальне місце розташування підприємства, тобто в якому регіоні воно знаходиться.

Важливо розуміти, що різні галузі та території містять свої персональні рівні, що характеризують інвестиційну привабливість підприємств та проектів.

Виходить, що будь-який об'єкт ринку інвестицій має свою власну інвестиційну привабливість, при одночасному знаходженні, так званому, «інвестиційному полі» в інших об'єктів цього ринку.

Тому, будь-яке підприємство безпосередньо піддається інвестиційному впливу з боку як галузі, регіону, так і з боку держави. Але з іншого боку, сукупне об'єднання підприємств також утворює галузь, що впливає на інвестиційну привабливість всього регіону. У свою чергу, привабливість регіонів утворюється інвестиційна привабливість держави. Зміни, перетворення та видозміни, що відбуваються в системі вищого рівня, наприклад, нестабільність політичної системи, зміни податкового законодавства, зростання чи зниження доходу у населення, встановлення мита продукції певних галузей, що безпосередньо позначаються на інвестиційній привабливості підприємств.

Проаналізувавши сказане вище, можна дійти висновку, що підприємству необхідно займати головне, центральне місце у інвестиційному процесі, оскільки воно є об'єктом і суб'єктом інвестиційного ринку одночасно.

Необхідно відзначити, що не всі фактори інвестиційної привабливості галузі або регіону відіграють однакову роль у інвестиційній привабливості підприємства, отже, вивчення тих факторів, які призводять до збільшення чи зниження інвестиційної привабливості підприємства, є дуже важливим моментом у розкритті сукупності всіх факторів.

Таким чином, використання системного підходу в оцінці інвестиційної привабливості підприємств дає можливість для обліку та аналізу інвестиційної привабливості регіону, де розташовується розглянута корпорація, галузь, до якої воно належить, та інвестиційну привабливість країни у цілому.

Отже, оцінка інвестиційної привабливості організації – це процес загального аналізу всіх сторін організації, і результат цієї оцінки полягає у побудові чіткого уявлення про організацію та її особливості, здібності виправдати інвестиційні вкладення. Далі розглянемо методи оцінки інвестиційної привабливості корпорації.

1.2. Методи оцінки інвестиційної привабливості

В даний час оцінка інвестиційної привабливості підприємства здійснюється такими методами: прибутковий, матричні, метод оцінки життєвого циклу підприємства, методи експертної оцінки, методи інтегральної оцінки, статистичні методи, іміджеві методи, метод рейтингової оцінки, метод аналізу, що базується на розкритті емпіричних закономірностей, метод точної статистики, моделі, що базуються на концепціях дисконтованого грошового потоку на концепціях доданої вартості. Більша частина методів базується на розрахунку великої кількості характеристик фінансової та господарської діяльності підприємства, які не враховують галузевий аспект.

1.2.1 Прибутковий метод

Першим розглянемо прибутковий метод чи метод дисконтування грошових потоків. Цей метод будується на гіпотезі, що інвестор готовий вкладати кошти в

інвестиційний проект, який представляє величезну матеріальну цінність і забезпечує оптимальну прибутковість протягом кількох років. Він завжди будується на прогнозах фінансистів про те, яку потенційну рентабельність буде мати фірма наступні кілька років.

Прибуток визначається на основі прогнозу грошових потоків, який власник може отримати у майбутньому. Мінус такого методу оцінки полягає в нереальності достовірно прогнозувати становище на ринку найближчими роками. Зміна інфляції, впровадження нових законів не розраховані у цьому методі. За роки інвестиційна привабливість підприємства може значно змінитись.

1.2.2 Метод рейтингової оцінки

Рейтингова оцінка дозволяє здійснити комплексну оцінку фінансової ситуації та рівня платоспроможності підприємства в цілому. Потреба у рейтингу підприємства випливає з бажання суб'єктів господарювання мати зручний інструмент, що надає інтегральну оцінку фінансової позиції кожного суб'єкта діяльності. Найповніше визначення можна знайти в Ю.Л. Логвиненка, який описує його як "відносну оцінку, що надається досліджуваному об'єкту протягом певного часового періоду в результаті процесу рейтингування, яку суб'єкт рейтингування вважає найбільш оптимальною для його позиціонування за вибраним критерієм або набором критеріїв серед інших подібних суб'єктів господарювання, враховуючи їх основні параметри [18 с.324].

Українське законодавство передбачає методика оцінки інвестиційної привабливості підприємств, яка описана в Положенні "Про порядок здійснення аналізу фінансового стану підприємств, що підлягають приватизації" (Додаток А) [19]. Ця методика використовує розрахунок ряду фінансових коефіцієнтів для оцінки фінансового стану підприємства, а потім визначає рейтинг його

інвестиційної привабливості. Цей рейтинговий підхід дозволяє сформувати систему рейтингів для оцінки інвестиційної привабливості підприємств в результаті застосування цієї методики.

У рейтинговій методиці при аналізі інвестиційної привабливості підприємства на першому етапі для розгляду вибирається необхідна категорія показників (безпосередньо дані показники вважаються більш важливими з метою вивчення) та групуються. На другому етапі створюється інформаційна база з критеріями, які встановлює інвестор за ступенями важливості для нього. На третьому етапі розраховуються усі вибрані для аналізу показники. Далі, на четвертому етапі групам показників, згідно з якими проходить дослідження, проставляється бальна оцінка від 1 до 5 (є можливість, те, що у певних показників бальна система може зменшитись). Під час аналізу можливо поєднувати деякі показники, у разі відсутності оптимального варіанту – оцінка встановлюється у менший бік.

На завершальному етапі розраховується середній бал для набору всіх показників. Ця оцінка – це узагальнена оцінка всіх показників, які мають великий вплив на інвестиційну привабливість підприємства. Для цього методу необхідно створення значної кількості критеріїв, згідно з якими оцінюватимуться показники, до того ж у всіх показників вони будуть різні. Фахівець, який має великий досвід у цій діяльності та вміння у сфері дослідження (особливість виготовлення, можливості підприємств, концепція управління) формує структуру критеріїв, що значно спрощує застосування даної технології.

Інструментарій інвестиційної привабливості достатньо різноманітний під час роботи з методами: є можливість враховувати специфіку досліджуваного підприємства, а також працювати в той же час з різними групами показників [12]. Головним є підбір зразкових (нормативних або еталонних) значень показників. Проблема в тому, що часто межі відповідних значень встановлюють, якою мірою коефіцієнт впливає на остаточний результат. У бально-рейтинговій методиці грає роль багаторівнева послідовність зразкових значень, сформованих з урахуванням

існуючої галузевої особливості. З однієї точки зору, присутність такого роду метод універсальний протягом кількох початкових етапів. З іншої, є персональний підхід до позначення стандартів. Виходить, підприємство здатне підібрати ситуацію, що стане більш переважною для інвестора [10].

Перевагою даного методу є можливість вибору необмеженої кількості показників, необхідних для оцінки інвестиційної привабливості для конкретного інвестора. Недоліком є те, що оцінюються виключно кількісні показники діяльності та не зачіпає якісні характеристики.

1.2.3 Інтегральний метод

Наступним методом є інтегральний метод оцінки інвестиційної привабливості підприємства для розрахунку оцінки інвестиційної привабливості пропонується алгоритм, що включає два етапи [10]:

- 1) Розрахунок комплексної оцінки у розрізі блоків;
- 2) Розрахунок інтегральної оцінки.

Цей метод заснований на використанні відносних внутрішніх показників діяльності підприємства, що впливають на його інвестиційну привабливість, згрупованих у 5 блоків на першому етапі та розрахунку інтегральної оцінки на другому етапі.

По кожному з блоків виконуються обчислення, що зводяться до інтегрального показника інвестиційної привабливості підприємства. Перевагою даного методу є великий рівень достовірності та гнучкості, що вважається особливо значущим у непрогнозованих обставини економіки України.

Негативним фактором є спрямованість методу виключно на внутрішні показники господарської діяльності підприємства, ізольованість її від зовнішніх факторів.

Єдиної методики проведення аналізу немає, кожен аналітик використовує певний набір розрахункових показників та коефіцієнтів. На підприємстві раціонально визначити критеріальні ліміти зазначених вище показників. Так як за деякими з них існують рекомендовані та проведені на практиці економічного аналізу нормативи. Варто врахувати можливість їх виправлення з урахуванням галузевої особливості бізнесу та відмінних рис економічної політики діяльності підприємства.

Після розрахунку всіх показників проводиться комплексний аналіз підприємства, необхідний для другого етапу інтегрального методу оцінки інвестиційної привабливості підприємства. Другим етапом інтегрального методу виступає розрахунок інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємства, що дозволяє здійснювати ретроспективний аналіз фінансового стану, а також створення моніторингу розвитку підприємства у напрямі інвестування.

Цей етап сформований на двох критеріях, що дозволяють якісно оцінити інвестиційну привабливість того чи іншого підприємства [10].

Індикатори на цьому етапі такі: рентабельність активів та економічна додана вартість [10]. Підбір саме таких індикаторів визначено тим, що інвестиційна привабливість підприємства значною мірою обумовлюється станом активів, якими володіє підприємство, їх складом, структурою, кількістю та якістю, взаємодоповнюваністю та взаємозамінністю матеріальних ресурсів, а також умовами, що забезпечують їх найефективніше використання. Другий етап розрахунку інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємства складається з чотирьох етапів [2].

На першому етапі при оцінці рентабельності активів у роботі пропонуємо взяти за основу семифакторну модель. Вибір семифакторної моделі обумовлений тим, що дана модель найбільш повно відображає фактори, які впливають на рентабельність активів. Семифакторна модель виглядає наступним чином [7]:

$$R SA = a \times b \times c \times d \times k \times l \times m \quad (1.1)$$

де:

$R SA$ - рентабельність чистих активів;

$a = \text{Пр}/\text{В}$ - рентабельність продажів;

$b = \text{В}/\text{ОА}$ - оборотність оборотних активів;

$c = \text{ОА}/\text{КО}$ - коефіцієнт поточної ліквідності;

$d = \text{КО}/\text{ДЗ}$ - ставлення короткострокових зобов'язань підприємства до дебіторської заборгованості;

$k = \text{ДЗ}/\text{КЗ}$ - коефіцієнт відношення дебіторської заборгованості до кредиторської заборгованості;

$l = \text{КЗ}/\text{ЗК}$ - коефіцієнт відношення кредиторської заборгованості підприємства до позикового капіталу;

$m = \text{ЗК}/\text{А}$ - коефіцієнт відношення позикового капіталу до чистих активів підприємства.

Значення чинників, які впливають на рентабельність активів, береться з розрахунків на першому етапі інтегрального методу оцінки інвестиційної привабливості підприємства.

Така семифакторна мультиплікативна модель рентабельності чистих активів підприємства полягає в дослідженні різних факторів, що характеризують рівень застосування активів підприємства та його економічну стабільність. Факторний аналіз цієї моделі виконується за допомогою методу ланцюгових підстановок із застосуванням абсолютних різниць.

На другому етапі для визначення сукупного індексу інвестиційної привабливості використовують алгоритм, заснований на методиці Аніскіна Ю.П. [8], за допомогою якого відбувається розрахунок показників, що становлять інвестиційну привабливість. Сукупний індекс інвестиційної привабливості підприємства протягом досліджуваного періоду є добуток інтегральних індексів складових інвестиційної привабливості підприємства за цей самий період, тобто [10]:

$$I_{\text{ІН}} = \Pi k = 1n / I_{\text{ІН}} \quad (1.2)$$

де: $I_{\text{ІН}}$ - інтегральний індекс кожної складової інвестиційної привабливості (визначається як відношення відносних індексів приватних показників).

За допомогою цього індексу можна простежити динаміку інвестиційної привабливості підприємства протягом досліджуваного періоду.

На третьому етапі індикативної методики вирішується питання про величину необхідних інвестицій. Розмір додаткового фінансування, необхідний для очікуваного збільшення продажів, можливо встановити у різний спосіб з урахуванням особливості конкретного підприємства. Загалом, необхідність інвестування розраховується як різниця між зміною величини чистих активів, від яких безпосередньо залежить процес виробництва та збуту продукції, та обсягів коштів, які забезпечуються за допомогою особистих внутрішніх джерел (за рахунок нерозподіленого прибутку).

На четвертому етапі розрахунку інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємства використовується показник економічної доданої вартості (EVA) [10]. Додана вартість з'являється у разі, коли рентабельність активів підприємства перевищує значення середньозважених витрат на капітал.

Процедура управління ціною, відповідно до цього методу, передбачає обчислення ціни підприємства та розміру економічної доданої вартості. Це говорить про те, що EVA завжди має збільшуватися та гарантувати зростання ринкової ціни підприємства. Це передбачає керування факторами, що впливають на результат EVA. Практично показник EVA розраховується так [8]:

$$EVA = (P - T) - CE \times WACC = NP, \quad (1.3)$$

де: P - прибуток від основної діяльності;

T - податки та інші обов'язкові платежі;

CE - інвестований у підприємство капітал;

WACC - середньозважена вартість капіталу;

NP - чистий прибуток.

Показник EVA свідчить про приріст або спад ринкової вартості підприємства над балансовою вартістю чистих активів, що стимулює власників до подальшого вкладення коштів у підприємство чи навпаки перешкоджає цьому.

Отже, дана індикативна методика є доцільною у застосуванні до сформованих обставин, оскільки у її основу закладено основні результуючі показники – рентабельність активів та економічна додана вартість, і в ній передбачається навичка діяльності підприємства, а також моделювання майбутньої діяльності, що враховує величину інвестицій, що залучаються.

На практиці ця методика може надати великі можливості в управлінні інвестиційною політикою та стратегією підприємства. Але такий підхід не передбачає вплив особливостей галузі та ризиків у зміні макроекономічної обстановки. Можливим інвесторам він може допомогти в оцінці фінансово-інвестиційної привабливості підприємства та вирішити питання доцільності інвестування в цей об'єкт.

1.2.4 Комплексна оцінка інвестиційної привабливості

Інший метод - комплексна оцінка інвестиційної привабливості підприємства, він включає матричний метод.

Метод будується на аналізі внутрішніх та зовнішніх факторів його роботи та їх безпосередньому зведенню до єдиного відповідного інтегрального показника та охоплює 3 розділи — загальний, спеціальний та контрольний.

Загальний розділ проводить аналіз оцінки становища на ринку, ділової репутації, залежно від великих постачальників та покупців, оцінку акціонерів, рівня керівництва, аналіз стратегічної ефективності підприємства [4].

На перших п'яти стадіях виводяться бальні оцінки та встановлюється загальна сума цих балів. На завершальній стадії аналізується динаміка фінансово-економічних показників роботи суб'єкта. Спеціальний же розділ містить стадії оцінки: загальної результативності; пропорційності відповідно до економічного зростання; операційної, фінансової, інноваційно-інвестиційної активності; якості прибутку.

Перша стадія охоплює порядок динамічної матричної моделі, відповідними елементами якої виступають індекси найважливіших показників роботи компанії, об'єднаних у 3 групи: кінцеві, що описують результат роботи; проміжні, що описують виробничий процес, і навіть його результат; початкові, що описують обсяг застосовуваних ресурсів.

На другій стадії здійснюється ситуаційна оцінка пропорційності темпу зростання. Третя стадія передбачає розрахунок коефіцієнтів операційної, фінансової, інноваційно-інвестиційної активності. На четвертій стадії якість прибутку аналізується за показниками прибутковості та платоспроможності.

За підсумками всіх розділів виставляються оцінки та підсумовуються. Контрольна стадія передбачає остаточний висновок.

Достоїнством такого методу є комплексний підхід, врахування сукупності показників та коефіцієнтів, відповідне зведення розрахунків до єдиного інтегрального показника. Недоліком є наявний ефект суб'єктивізму, однак такий мінус відшкодовано включенням в оцінку абсолютних та відносних економічних показників.

1.2.5 Метод оцінки життєвого циклу підприємства

Оцінка життєвого циклу підприємства є важливим методом оцінки інвестиційної привабливості підприємства. Цей підхід допомагає інвесторам і аналітикам оцінити потенційну дохідність та ризики, пов'язані з інвестуванням в конкретне підприємство протягом його життєвого циклу.

Життєвий цикл підприємства включає кілька стадій, таких як стартап, зростання, зрілість та спад. Кожна з цих стадій має свої особливості, що впливають на інвестиційну привабливість підприємства.

Оцінка життєвого циклу підприємства передбачає аналіз таких стадій (див. Рисунок 1):

1. Зародження: на цій стадії підприємство знаходиться в етапі початку діяльності. Інвестори оцінюють потенційний ринок, нововведення та команду засновників. Важливо оцінити потенціал підприємства для залучення додаткових інвестицій та його здатність до розвитку наступних етапів.
2. Зростання: підприємство на цьому етапі досягає швидкого зростання обсягів продажів та ринкової частки. Оцінюються фінансова стійкість, ефективність операцій, стратегія залучення нових клієнтів та розширення ринків. Інвестори оцінюють, чи підприємство може зберегти темпи зростання та як воно конкурує на ринку.
3. Зрілість: на цьому етапі зростання підприємства сповільнюється, і воно досягає стабільної ринкової позиції. На стадії зрілості оцінка життєвого циклу підприємства зосереджується на таких аспектах:

- фінансові показники: аналізуються дохідність, рентабельність та генерація готівки. Інвестори оцінюють, чи може підприємство зберегти свою прибутковість і стійкість до змін на ринку.
 - конкурентна позиція: досліджуються конкурентні переваги підприємства, його спроможність утримувати покупців та захищати свою ринкову частку. Аналізуються також зміни в конкурентному середовищі та можливі загрози з боку конкурентів.
 - інноваційність: важливо оцінити, як підприємство пристосовується до змін технологій, ринкових тенденцій та споживацьких потреб. Інвестори шукають ознаки інноваційного підходу та потенціалу для подальшого розвитку.
 - ризики: аналізуються ризики, пов'язані зі змінами відносно регулюючого середовища, технологічними змінами, кон'юнктурою ринку та іншими факторами. Інвестори оцінюють, як підприємство впорається з цими ризиками та які заходи приймаються для їх зниження.
 - перспективи зростання: аналізуються можливості для подальшого розвитку та зростання підприємства. Це може включати пошук нових ринків, розширення продуктової лінійки, впровадження інновацій та інші стратегічні напрямки розвитку.
4. Стадія спаду в життєвому циклі підприємства вказує на те, що підприємство знаходиться в періоді зменшення обсягів продажів, прибутків та ринкової частки. Оцінка стадії спаду також є важливою для оцінки інвестиційної привабливості підприємства, хоча вона може бути менш привабливою для потенційних інвесторів.

Під час оцінки стадії спаду враховуються наступні фактори:

- причини спаду: аналізуються причини зниження продажів та прибутків підприємства. Це можуть бути зміни в ринкових умовах, зміна споживацьких потреб, застарілість продукту або послуги, конкуренція тощо. Важливо зрозуміти, наскільки ці причини є тимчасовими або структурними, і як вони можуть вплинути на майбутні перспективи підприємства.

- управління кризовою ситуацією: оцінюється, як ефективно підприємство реагує на спад та приймає заходи для зменшення його впливу. Це може включати стратегії зниження витрат, перебудову бізнес-моделі, пошук нових ринків або продуктів, реструктуризацію фінансових зобов'язань тощо.
- фінансова стійкість: важливо оцінити фінансову стійкість підприємства під час стадії спаду. Аналізуються ліквідність, платоспроможність та здатність підприємства управляти своїми зобов'язаннями. Інвестори оцінюють, чи має підприємство достатні ресурси та стратегію для подолання кризової ситуації і повернення до стабільного розвитку.
- можливості реструктуризації: аналізуються можливості для реструктуризації підприємства з метою відновлення його конкурентоспроможності. Це може включати зміну стратегії, перепрофілювання бізнесу, пошук нових партнерів або інвесторів, або навіть розгляд можливості продажу або злиття з іншими компаніями.
- ризики та перспективи виходу зі спаду: аналізуються ризики, пов'язані з подоланням спаду та можливі перешкоди на шляху відновлення підприємства. Водночас оцінюються перспективи для виходу зі спаду, такі як нові ринкові можливості, технологічні інновації або стратегічні переваги, які можуть допомогти підприємству відновити свою позицію на ринку.

Враховуючи всі ці фактори, оцінка стадії спаду допомагає інвесторам зрозуміти ризики та можливості, пов'язані з інвестиціями в підприємства, що перебувають у цьому етапі. Важливо провести глибокий аналіз, щоб визначити, чи існує потенціал для відновлення підприємства та які заходи можуть бути прийняті для подолання складнощів та повернення до росту і прибутковості.

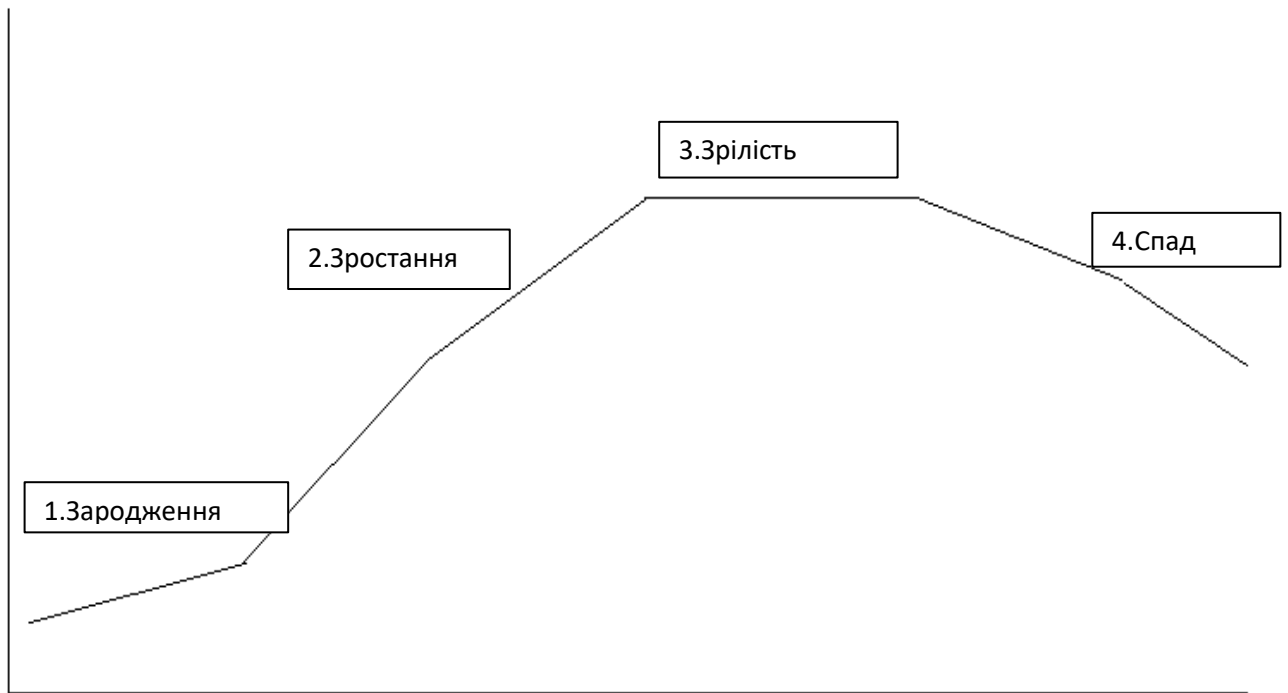


Рисунок 1.1 - Стадії життєвого циклу організації

Джерело: складено автором на основі даних [17].

1.2.6 Метод аналізу факторів зовнішнього та внутрішнього впливу

Аналіз факторів зовнішнього та внутрішнього впливу, як один з методів оцінки інвестиційної привабливості представлено кількома етапами [4]. На першому етапі розглядаються зовнішні та внутрішні чинники з урахуванням методу Дельфи. Це метод структурування груп в комунікаційному процесі, щоб взаємодія між членами групи була ефективною, дозволяючи групі осіб, як єдине ціле, вирішити складну проблему. Методика базується на знаннях, думці та досвіді експертів, тому не прагне бути репрезентативною для населення. Оскільки навіть експерти в певній темі можуть помилятися, метод Дельфи намагається зменшити ймовірність таких помилок, дозволяючи вільно розподіляти знання експертів між

усіма експертами в групі. Цей метод широко використовується для прогнозування, отримання інформації для процесу прийняття рішень або отримання поглядів на можливі стратегії [16].

Далі будується багатофакторна регресійна модель впливу обраних факторів та прогнозується інвестиційна привабливість підприємства. Третій етап заснований на аналізі інвестиційної привабливості з урахуванням виявлених факторів. У результаті проводиться розробка рекомендацій.

Плюс даного методу полягає у комплексному підході до оцінки інвестиційної привабливості компанії, обліку як внутрішніх, так і зовнішніх факторів, однак і цей метод не позбавлений мінусів. На різних етапах оцінки важливу роль відіграють експертиза, опитування та анкетування, що піддають результат залежності безпосередньо від суб'єктивних оцінок і цим зменшує його вірність.

1.2.7 Вартісний підхід

Вартісний підхід до забезпечення фінансової стійкості визначає конкурентну боротьбу на ринку капіталів, яка виражається у боротьбі за власний капітал, а також власників, які готові інвестувати кошти у діяльність будь-якого підприємства. Постійний пошук джерел інвестування вимагає від власників бізнесу реалізації інноваційних ідей, які могли б забезпечити зростання ринкової вартості підприємства та його акцій [14].

Підвищення інвестиційної привабливості здійснюється завдяки зростанню ринкової вартості активів підприємства та його акцій, що дозволяє акціонерам цього підприємства отримувати значні доходи за рахунок: перепродажу всіх чи частини акцій тобто курсовий грошовий дохід, або курсовий негрошовий дохід, що виражається у збільшенні вартості чистих активів підприємства, що належать цим

акціонерам, це значить загальної суми їх власного капіталу вкладеного у підприємство. Створюючи таким чином «вартість для акціонерів», підприємство формує передумови для зниження вартості залучення інших джерел фінансування [13].

Простота розуміння, логічність та відносна простота застосування дозволили цьому підходу стати провідним щодо інвестиційної привабливості бізнесу. Для української дійсності даний підхід є досить новим, так як фінансовий ринок сформувався порівняно недавно.

Існує ряд інших специфічних проблем використання різних підходів до оцінки інвестиційної привабливості підприємств. Наприклад, не існує єдиного, загальновизнаного терміну «інвестиційна привабливість підприємства», і спостерігається відсутність наукової обґрунтованої класифікації інвестиційної привабливості з різних ознак.

У зарубіжній літературі з інвестиційного менеджменту розглядаються лише аспекти теоретичної організації інвестування та, так званих, «due diligence – технологій»[15], що являють собою процедуру формування об'єктивного уявлення про досліджуваний об'єкт інвестування. Практично спрямовані методики розрахунку інвестиційної привабливості від провідних західних інвестиційних компаній та консультаційних фірм є комерційною таємницею, недоступною для широкого кола наукової вітчизняної громадськості, зовсім не адаптовані до економічних умов України [12, с. 320].

Отже, стає очевидною наукова та практична значимість даної проблеми, яка потребує поглибленого вивчення, для отримання найбільш об'єктивних даних про стан українських компаній та покращення їх інвестиційної привабливості, як для українських, так і для іноземних інвесторів.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ВНУТРІШНІХ І ЗОВНІШНІХ ФАКТОРІВ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ НОВОЇ ПОШТИ ТА УКРПОШТИ

2.1. Коротка характеристика компаній

2.1.1 “Укрпошта”

Акціонерне товариство «Укрпошта» (далі — «Укрпошта» або «Товариство») — це підприємство, 100% акцій якого належать державі Україна.

Міністерство інфраструктури України має повні корпоративні права на управління компанією. Оператор зв'язку «Укрпошта» працює на українському ринку з 1993 року. З березня 2017 року «Укрпошта» змінила статус і стала акціонерним товариством. Акції Товариства не торгуються на фондових біржах.

- Укрпошта надає сучасні фінансово-логістичні послуги на всій території України та за її межами. Крім здійснення господарської діяльності шляхом надання послуг поштового зв'язку, Товариство має низку соціальних зобов'язань у вигляді фінансових послуг, доставки пенсій та соціальних допомог. Через відділення «Укрпошти» можна оформити отримання періодичних видань за передплатою на всій території України.

Основні види послуг «Укрпошти»:

- користуючись послугами поштового зв'язку, є можливість надсилати листи, бандеролі, посилки як в межах країни, так і в інші країни;
- соціально незахищені верстви населення мають змогу отримувати державну грошову допомогу через відділення «Укрпошти»;

- наявність фінансових послуг дозволяє громадянам здійснювати платежі, робити грошові перекази, сплачувати комунальні послуги;
- передплатники періодичних видань мають доступ до вього каталогу видань, «Укрпошта» здійснює їх доставку за графіком;
- у відділеннях Укрпошти можна придбати товари першої необхідності: консерви, макарони, цукерки, предмети гігієни, канцелярські товари;
- Компанія, як національний поштовий оператор, представляє у Всесвітньому поштовому союзі Україну, що є членом ВПС із 1947 р.

Організаційна структура «Укрпошти» побудована за функціональними напрямками, що забезпечує виконання стратегічної мети. Організаційна модель має дворівневу систему ієрархії: I рівень — апарат управління Товариства, розташований за місцезнаходженням юридичної особи; II рівень — філія — відокремлений структурний підрозділ, розташований поза межами знаходження юридичної особи, що здійснює частину функцій юридичної особи.

До складу Товариства входять 27 філій (без права юридичної особи), з яких 24 здійснюють діяльність з регіонального представництва національного поштового оператора, а 3 – виконують спеціальні функції із забезпечення операційної діяльності регіональних філій. Філії займаються забезпеченням якісного та своєчасного обслуговування споживачів, надаючи їм послуги поштового зв'язку; здійснюють ефективний розвиткуєдиної мережі поштового зв'язку України.

До складу філій входять виробничі підрозділи — відділення поштового зв'язку, які надають послуги користувачам встановленого рівня якості. На території України функціонують понад 10 тис. відділень поштового зв'язку.

«Укрпошта» сьогодні — це близько 50 видів послуг для споживачів. Близько 11 тис. об'єктів поштового зв'язку: поштамти, поштові відділення, пересувні відділення поштового зв'язку та точки присутності по всій Україні. Понад 66 тис. працівників, серед яких листонош — понад 27 тис., операторів — понад 11 тис.

Доставка відправлень є головним видом діяльності «Укрпошти». За 2020 було здійснено відправлення 238.5 млн од. письмової кореспонденції, 44.6 млн посилок та дрібних пакетів, виплачено 12.1 млн переказів та 64.5 млн пенсій та грошових допомог. Безпосередня доставка пошти здійснюється до 14.0 млн абонентських поштових скриньок. Укрпошта станом на кінець 2022 року займає 11% від усіх внутрішніх перевезень Україною, але в міжнародній доставці вона є явним лідером і цей показник сягає 70%.

За 2020 рік розповсюджено за передплатою та в роздріб 3.1 тис. найменувань періодичних видань України та близько 1.0 тис. найменувань періодичних видань зарубіжних країн, що становить 270.2 млн примірників;

Співпраця з призначеними операторами 191 країни світу і доставка по території України відправлень із 230 країн і територій світу.

2.1.2 “Нова Пошта”

Компанія "Нова Пошта" (далі - “Нова Пошта”, “Компанія”) – лідер на ринку експрес-доставок в Україні надає послуги швидкої, зручної та надійної доставки документів, посилок та вантажів в будь-яку точку країни.

Служба доставки “Нова Пошта” налічує 7146 відділень, у яких працює понад 28 тисяч співробітників. Новою Поштою користуються приватні особи і підприємства. Служба доставки сумлінно працює і перевозить товари та документи високої важливості. У відділеннях працює понад тринадцять тисяч співробітників, - це кількісні переваги компанії "Нова Пошта". Якісні переваги полягають у тому, що сьогодні кожен третій українець регулярно користується послугами, довіряючи нам найцінніші документи, речі та вантажі або замовляючи товари в Інтернет-магазинах. Наразі частка всіх внутрішніх перевезень в Україні Новою Поштою сягає 75 %, а міжнародної доставки цей показник дорівнює всього 8%.

Послугами "Нової Пошти" користуються представники бізнесу та громадяни. У персоналу індивідуальний підхід до кожного клієнта та високі стандарти компанії в питаннях спілкування та вирішення питань. Служба доставки має комплексні рішення і для бізнесу, і для онлайн-продавців.

Однією з причин значного просування "Нової Пошти" – це постійне вдосконалення своїх послуг, їх якості, та управління запитом клієнтів. Звіт про діяльність "Нової Пошти" показали наступні якісні показники у 2020 році: 99,9% непошкоджених посилок, 98,2% оперативно доставлених посилок, менше ніж 2 дні для вирішення запитів клієнтів [2]. Станом на початок 2021 р. згідно з офіційним сайтом показники якості наступні: вантаж непошкоджений, оперативна доставка до відділення, за адресою, вантаж взяли вчасно, користувачі задоволені обслуговуванням, готовність рекомендувати.

До війни компанія доставляла 1 млн посилок щодня, причому 70% цих замовлень надходили від онлайн-продавців. Протягом першого тижня війни клієнти відправляли в середньому 50 000 посилок щодня. Це лише 5% порівняно з довоєнним періодом. Але з другого тижня війни відбулося позбавлення перевезень, коли середня кількість відправлень становила 100-125 тис. на добу. А з 21 березня 350 тисяч відправлень було зафіксовано, з них 60% онлайн-замовлення. Серед найпопулярніших категорій товарів на замовлення українців Новою Поштою є: одяг, взуття, автотовари та запчастини, медичні товари (включаючи медикаменти), продукти харчування, косметика, товари для тварин. Також компанія займається доставкою товарів безоплатно від волонтерів та організацій, які допомагають армії та обороні.

Як можна побачити на Рисунку 2.1 «Нова Пошта» стрімко розвивається та починає займати все більшу частку ринку поштових послуг в Україні і з 2012 року, займаючи всього 9% ринку, в 2019 році досягла рівня 59% від усього ринку, коли в той час «Укрпошта» послабила свої позиції з роками і з 71% в 2012 році знизила свою частку на ринку до 35%.

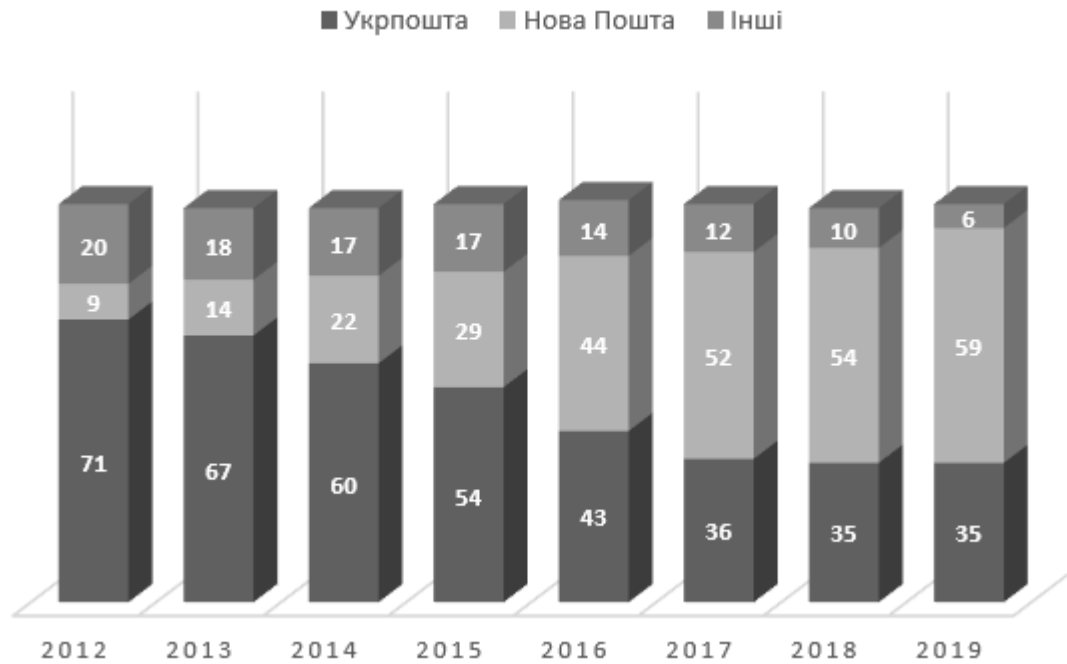


Рисунок 2.1 - Частка Нової Пошти та Укрпошти на ринку поштових послуг в Україні

Джерело: складено автором на основі даних [21]

Аналізуючи Рисунок 2.2 можна побачити позитивну динаміку у зростанні чистого доходу в обох компаніях. Укрпошта досить стабільно зростала та збільшувала свій показник чистого доходу з 3 млрд.грн у 2008 році до 2013 року, що сягнуло майже 3,5 млрд. грн., однак в 2014 році цей показник зменшився до 3,2 млрд. грн.. Компанія реабілітувалась та показники почали зростати з 2015-2016 років і в 2019 чистий дохід сягнув майже 9 млрд. грн.

Нова Пошта в той час збільшувала свій чистий дохід експоненційно, поступово зростаючи та займаючи більшу частку на ринку, розвиваючись як інноваційна та технологічна компанія, чистий дохід, якої в 2019 році досяг 13,4 млрд.грн.

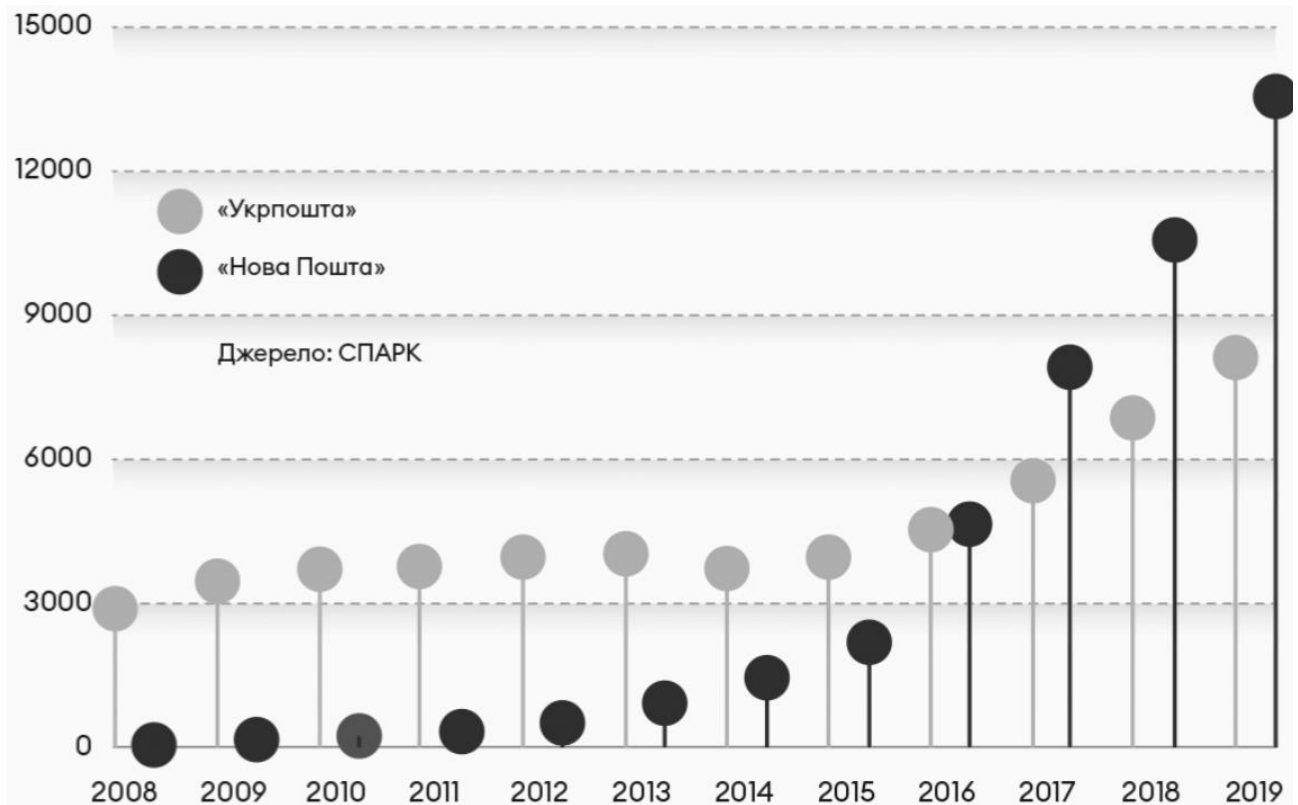


Рисунок 2.2 - Чистий дохід Нової Пошти та Укрпошти, в млн. грн.

Джерело: [21]

2.2. Аналіз внутрішніх факторів інвестиційної привабливості Нової Пошти і Укрпошти

Послуги зв'язку надзвичайно необхідні та важливі для суспільства. Вони забезпечують функціонування соціальної та економічної сфер. До послуг зв'язку відносяться: поштові, фінансові, комерційні, рекламні та інші. Пошта виконує не тільки функцію передачі листів чи переказів. Інтернет-шопінг практично весь заснований на доставці. Важливу роль у послугах доставки грає безпека, швидкість, надійність та низька ціна. Також важливо, щоб оператор з доставки був доступний, бажано розміщений вдало. На ринку України є декілька провідних операторів

поштового зв'язку. Але самими основними являються АТ «Укрпошта» та ТОВ «Нова Пошта».

Для визначення беззаперечного лідера на ринку поштових послуг, варто порівняти, яку кількість відділень має оператор, скільки днів триває доставка, чи є бонуси та знижки для клієнтів. Важливим є фактор зручності: наявність мобільного додатку та достатня кількість відділень.

У ТОВ «Нова пошта» та АТ «Укрпошта» є суттєва перевага перед конкурентами: найбільша кількість поштоматів та відділень. Доставка швидка та якісна. Але Укрпошта програє Новій пошті у швидкості доставки, приблизно у два-три рази.

Кожен з операторів поштового зв'язку надає доступ до мобільного додатку, програми лояльності, є міжнародна доставка та перевезення крупногабаритних вантажів. Фулфілмент доступний лише для клієнтів ТОВ «Нова Пошта».

Таким чином, ТОВ «Нова пошта» має найбільше конкурентних переваг завдяки великій кількості відділень і терміналів, та є лідером за швидкістю доставки.

Більш детальний аналіз двох лідерів ринку з послуг доставки дозволить виявити їх сильні та слабкі сторони. Саме це дослідження може вказати на недоліки роботи операторів зв'язку та дасть можливість віднайти ресурси для підвищення їх конкурентоздатності.

SWOT-аналіз компанії ТОВ «Нова пошта» наведено в Таблиці 2.1.

Внутрішнє середовище має достатню кількість сильних сторін: бренд добре пізнається на ринку, відділення працюють стабільно, використовуються інновації та підвищується використання інновацій.

До недоліків внутрішнього середовища можна віднести занадто високі ціни на послуги та низька кваліфікація працівників. Зовнішнє середовище сприяє виникненню таких можливостей, як поява нових партнерів та розвиток Інтернет-торгівлі.

Один з лідерів на ринку поштового зв'язку є АТ «Укрпошта». SWOT-аналіз компанії подано в Таблиці 2.2. До внутрішнього середовища належить беззаперечний досвід роботи на з послуг доставки, фінансова стабільність, гарно спрацьовані кадри, велика база клієнтів. Але найпривабливіше - це низька ціна доставки. Найслабші сторони - довгий термін доставки порівняно з іншими учасниками ринку. Також у відділеннях недостатній рівень технічного оснащення та недостатня кількість транспорту.

Зовнішнє середовище характеризується такими можливостями, як використання клієнтської бази для рекламної діяльності та завоювання нових сегментів ринку. Головними загрозами є зменшення частки ринку з причини відсутності інновацій.

Таблиця 2.1 SWOT-аналіз компанії ТОВ «Нова пошта»

<p>Сильні сторони:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Бренд гарно пізнається. 2. Фінансова стабільність. 3. Використання інновацій. 4. Програма лояльності для співробітників. 5. Відлагоджена система передачі даних, документообігу та підтримки споживачів. 6. Зручний додаток. 7. Швидкий час обслуговування. 8. Налагоджені партнерські відносини. 9. Фулфілмент. 	<p>Слабкі сторони:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Завищені ціни на доставку. 2. Низька кваліфікація працівників. 3. Відсутня програма лояльності для постійних клієнтів.
--	--

<p>Можливості:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Розвиток онлайн-продажів. 2. Нове партнерство. 3. Перевищення переваг над конкурентами з ринку. 	<p>Загрози:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Є більш дешеві оператори. 2. Поява нових конкурентів. 3. Конкуренти на міжнародній доставці. 4. Підвищення цін.
---	---

Джерело: складено автором на основі даних [2].

Таблиця 2.2 SWOT-аналіз компанії АТ «Укрпошта»

<p>Сильні сторони:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Бренд має високу розпізнаваність. 2. Багаторічний досвід роботи на вітчизняному ринку. 3. Фінансове становище є стабільним. 4. Відсутня висока текучість кадрів. 5. Присутня можливість користування флателлю. 6. Значна частка на ринку фінансових послуг, зокрема у виплаті та доставці пенсій. 7. Широка база клієнтів. 8. Забезпечує доставку згідно з заданими часовими інтервалами. 9. Пропонує послуги за низькими цінами. 	<p>Слабкі сторони:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Виконання послуги займає значні терміни. 2. Маркетингова діяльність майже не проводиться. 3. Відділення не обладнані сучасним технічним забезпеченням. 4. Персонал має низьку кваліфікацію. 5. Відсутність програми стимулювання та мотивації для співробітників. 6. Обладнання та транспорт застарілі.
---	--

<p>Можливості:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Використання клієнтської бази у маркетингових цілях. 2. Розширення присутності на нових сегментах ринку. 3. Провідні позиції на ринку фінансових послуг. 	<p>Загрози:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Втрата ринкової частки або відступ з ринку внаслідок відсутності інновацій. 2. Використання застарілого технологічного обладнання. 3. Витискання з ринку конкурентами.
--	---

Джерело: складено автором на основі даних [3].

2.3. Аналіз зовнішніх факторів інвестиційної привабливості Нової Пошти і Укрпошти

Поштовий зв'язок в Україні є розвинутою нішею, але завжди є як вдосконалити рівень надання послуг. Свій досвід компанії з доставки черпають у західних колег у промислово розвинених країнах. Дієві регуляторні механізми управління в українських операторів відсутні, що негативно впливає на показники економічної діяльності та інвестиційної привабливості національних підприємств зв'язку.

Щорічно ринок послуг поштового зв'язку розширюється. Цьому сприяє розвиток Інтернет-торгівлі, карантинні обмеження, маркетинг, поява інновацій. Новітні технології швидко впроваджуються та використовуються не державними операторами поштового зв'язку, тим самим посилюючи їхні конкурентні переваги з однієї сторони. З іншої сторони, такі оператори віддають перевагу найвигіднішим послугам та діяльності у великих містах. Це призводить до дисбалансу розвитку ринку поштових послуг за географічним розташуванням, рівнем прибутковості,

переліком наданих послуг. З метою збереження ринкових позицій та завоювання нового сегменту ринку, необхідно проводити регулярний аналіз конкурентів.

Популярність інтернет-шопінгу дає поштовх для розвитку операторів доставки. З'являються конкуренти на вигідному ринку послуг, займаючи вільні ніші та вдосконалюючи свої продукти. Ситуація постійно змінюється, що потребує подальших ретельних досліджень. Адже професійний підхід допоможе вирішити головні проблеми оператора зв'язку та закріпити його лідерські позиції на ринку послуг.

РОЗДІЛ 3. ОЦІНКА ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ НОВОЇ ПОШТИ ТА УКРПОШТИ

3.1. Результати проведення оцінки інвестиційної привабливості Нової Пошти і Укрпошти

Таблиця 3.1. Порівняння операторів поштового зв'язку в Україні

Критерії	ТОВ «Нова Пошта»		АТ «Укрпошта»	
	2021	2022	2021	2022
Кількість відділень та поштоMATів		16400		11000
Доставка, дні		1-2		2-6
Мобільні інновації у вигляді додатку	+	+	-	+
Бонусна програма	+	+	-	+
Доставка за кордон	-	+	+	+
Фулфілмент	+	+	-	-
Доставка за розкладом	+	+	-	-
Перевезення крупногабаритних вантажів	+	+	+	+

Складено автором на основі даних: [2, 3]

Оператори поштового зв'язку на українському ринку мають беззаперечні переваги. За кількістю відділень, термінів доставки, переліку інших бонусів для споживача, визначено лідерів - ТОВ «Нова Пошта», АТ «Укрпошта». SWOT-аналіз

двох підприємств є важливим етапом дослідження конкурентоздатності. Головні конкурентні переваги ТОВ «Нова Пошта»: рекордно швидкий час виконання замовлення та використання інновацій у своїй діяльності. АТ «Укрпошта» лідирує з надання фінансових послуг та має доступ до великої клієнтської бази. Але у ТОВ «Нова Пошта» є перевага - вона лідирує за кількістю відділень, а АТ «Укрпошта» має багатолітній досвід, завдяки якому отримала довіру від клієнтів.

Для отримання більш точних результатів оцінки інвестиційної привабливості Нова пошта та Укрпошта, слід робити оцінку хоча б двома різними методами. У цій роботі використовуються семифакторний метод та комплексна оцінка.

Семифакторна модель виглядає так:

$$R_A = R_{\text{пр}} \times O_{\text{ОА}} \times K_{\text{тл}} \times K_{\text{ко}} \times K_{\text{дз}} \times \text{УД}_{\text{кз}} \times K_{\text{кз}}$$

де R_A – рентабельність активів;

$R_{\text{пр}}$ - чиста рентабельність продажів;

$O_{\text{ОА}}$ - оборотність оборотних активів;

$K_{\text{тл}}$ - коефіцієнт поточної ліквідності;

$K_{\text{ко}}$ – співвідношення короткострокових зобов'язань та дебіторської заборгованості;

$K_{\text{дз}}$ – характеризує частину кредиторської заборгованості, яка покривається з допомогою дебіторської заборгованості;

$\text{УД}_{\text{кз}}$ - відношення кредиторської заборгованості до суми позикових коштів;

$K_{\text{кз}}$ - відношення позикового капіталу до сукупних активів підприємства.

Оцінка інвестиційної привабливості підприємства семифакторним методом. Необхідні дані для розрахунку представлені в Таблиці 3.2.

Таблиця 3.2 Розрахунок інвестиційної привабливості за семифакторним методом

Позначення	Нова пошта	Укрпошта
$R_{пр}$ - чиста рентабельність продажів	0,23	0,14
O_{OA} - оборотність оборотних активів	1,14	1,15
$K_{тл}$ - коефіцієнт поточної ліквідності	1,25	1,35
$K_{ко}$ - співвідношення короткострокових зобов'язань та дебіторської заборгованості	2,29	2,67
$K_{дз}$ - частина кредиторської заборгованості, яка покривається з допомогою дебіторської заборгованості	1,69	2,79
$УД_{кз}$ - відношення кредиторської заборгованості до суми позикових коштів	0,19	0,11
$K_{кз}$ - відношення позикового капіталу до сукупних активів підприємства	0,51	0,44
R_A - чиста рентабельність	0,12	0,07

Джерело: складено автором на основі даних [2, 3].

За результатами розрахунку можна побачити, що показник рентабельності активів нижче в “Укрпошти”.

Для визначення того, наскільки підприємство буде інвестиційно привабливим слід розрахувати індекс інвестиційної привабливості. Результати розрахунку показано в Таблиці 3.3.

Значення інтегрального індексу інвестиційної привабливості Нової пошти і Укрпошти нижче 1, що свідчить про низьку інвестиційну привабливість підприємств. Проте, інтегральний індекс інвестиційної привабливості має позитивну динаміку, що є позитивним моментом. Сукупний індекс інвестиційної привабливості показує, що підприємства на даний момент не є інвестиційно привабливими для інвесторів.

Таблиця 3.3 Розрахунок індексу інвестиційної привабливості Нова пошта і Укрпошта

Показники	Індекс					
	Нова пошта			Укрпошта		
	2021	2022	+/-	2021	2022	+/-
Рентабельність продажів	0,59	0,6	+0,1	0,81	0,8	-0,01
Оборотність оборотних активів	1,01	1,2	+0,19	0,72	0,70	-0,02
Коефіцієнт поточної ліквідності	1,08	1,05	0,03	1,00	1,01	+0,01
Відношення короткострокових зобов'язань організації до дебіторської заборгованості	1,17	1,1	-0,07	0,68	0,7	+0,02
Відношення дебіторської заборгованості до кредиторської заборгованості	1,65	1,66	+0,01	1,64	1,75	+0,11
Відношення кредиторської заборгованості організації до позикового капіталу	0,57	0,58	+0,01	0,98	0,99	+0,01
Відношення позикового капіталу до активів організації	0,88	0,8	-0,08	1,03	1,00	-0,03

Інтегральний індекс інвестиційної привабливості	0,62	0,65	+0,03	0,65	0,64	-0,01
Сукупний індекс інвестиційної привабливості	0,4	0,39	-0,01	0,4	0,35	-0,05

Джерело: складено автором на основі даних [2;3]

Далі проведено оцінку інвестиційної привабливості підприємств з використанням комплексної методики. На першому етапі слід подати всі дані необхідні для оцінки інвестиційної привабливості підприємств у Таблиці 3.4.

Таблиця 3.4 Показники організацій Нова пошта і Укрпошта

Показник	Нова пошта	Укрпошта
Рентабельність продажів	0,23	0,14
Рентабельність активів	0,12	0,07
Рентабельність власного капіталу	0,24	0,13
Рентабельність виробничих фондів	0,19	0,12
Поточна ліквідність	1,25	1,35
Критична ліквідність	0,81	0,88
Абсолютна ліквідність	0,37	0,50
Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами	-0,11	0,05
Коефіцієнт автономії	0,49	0,56

Коефіцієнт покриття зобов'язань	1,25	1,35
Коефіцієнт платоспроможності	0,97	1,25
Коефіцієнт фінансового ризику	1,03	0,80
Коефіцієнт фінансової залежності	2,03	1,80
Коефіцієнт концентрації позикового капіталу	0,51	0,44
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	-0,10	0,04
Коефіцієнт довгострокового залучення позикового капіталу	0,22	0,15
Рівень інноваційної активності	0,5	0,5
Частка ринку підприємства	<5%	<5%

Джерело: складено автором [2;3]

Таблиця 3.5 Розрахунок оцінки інвестиційної привабливості Нової пошти та Укрпошти

Показник	Нова пошта			Укрпошта		
	Оцінка	Оцінка з коригуванням	+/-	Оцінка	Оцінка з коригуванням	+/-
Рентабельність продажів	1	0,59	-0,41	1	0,81	-0,19
Рентабельність активів	1	0,61	-0,39	1	0,66	-0,34

Продовження Таблиці 3.5

Рентабельність власного капіталу	0	-0,46	-0,54	0	-0,29	-0,71
Рентабельність виробничих фондів	1	0,64	-0,36	0	-0,28	-0,72
Поточна ліквідність	2	2,08	+0,08	2	2,00	0
Критична ліквідність	1	1,09	+0,09	1	1,04	+0,04
Абсолютна ліквідність	2	2,36	+0,36	2	1,71	-0,29
Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами	0	-1,46	-1,46	1	2,62	+1,62
Коефіцієнт автономії	2	2,13	+0,13	2	1,98	-0,02
Коефіцієнт покриття зобов'язань	0	0,08	+0,08	0	0,00	0
Коефіцієнт платоспроможності	2	2,29	+0,29	2	1,95	-0,05
Коефіцієнт фінансового ризику	-1	-0,78	+0,22	-1	-1,06	-0,06
Коефіцієнт фінансової залежності	0	0,11	+0,11	0	-0,02	-0,02
Коефіцієнт концентрації позикового капіталу	2	2,12	+0,12	2	1,97	-0,03
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	1	-0,42	-0,58	1	3,03	+2,03
Коефіцієнт довгострокового залучення позикового капіталу	1	1,34	+0,34	1	1,27	+0,27
Рівень інноваційної активності	0	0,00	0	0	0,00	0
Частка ринку підприємства	-2	-2,00	0	-2	-2,00	0
Разом	-	10,33	-	-	15,38	-

Джерело: складено автором на основі даних: [2, 3]

Таким чином, за результатами розрахунків було виявлено задовільний рівень інвестиційної привабливості підприємства Нова пошта. За результатами

оцінки інвестиційної привабливості комплексним методом, можна помітити збільшення показників у обох компаній. Тим не менш, на даний момент Нова пошта і Укрпошта не є інвестиційно привабливими, потрібна розробка заходів щодо підвищення інвестиційної привабливості цих підприємств.

3.2 Практичні рекомендації для інвесторів

Інвестори можуть бути розділені на дві основні категорії залежно від їхнього ставлення до ризику: інвестори, схильні до ризику (агресивні) і інвестори, неохочі до ризику (консервативні).

Основні фактори, які інвесторам варто враховувати при розгляді інвестиційних можливостей:

- 1) Фінансова стійкість: Ретельно досліджуйте фінансові показники компаній, включаючи дохід, прибуток, активи та зобов'язання. Оцініть їх потенціал для стійкого розвитку та генерації прибутку в майбутньому.
- 2) Ринкова позиція: Досліджуйте ринкову частку, конкурентне середовище та перспективи зростання для кожної компанії. Розгляньте їхні стратегії розвитку та потенціал для розширення бізнесу.
- 3) Індустрія та тренди: Врахуйте особливості галузі, в якій працюють ці компанії, та майбутні тренди, що можуть вплинути на їхню діяльність. Розгляньте зростаючі сектори та інновації, які можуть мати потенційну важливість у майбутньому.
- 4) Ризики: Оцініть ризики, пов'язані з кожною компанією, включаючи фінансові, ринкові, регуляторні та інші фактори. Розгляньте можливість диверсифікації ризиків шляхом розподілу інвестицій між різними активами.

5) Довготривалість: Врахуйте свої довготривалі інвестиційні цілі та стратегію. Розгляньте, яка компанія більше відповідає вашим інвестиційним пріоритетам та термінам.

1. Інвестори, схильні до ризику (агресивні):

Ці інвестори готові приймати великі ризики з метою отримання високого рівня прибутку. Вони зазвичай інвестують у високо волатильні активи, такі як акції молодих компаній, стартапи, фонди ризикових інвестицій тощо.

Агресивні інвестори мають довготермінову інвестиційну перспективу і готові витримувати коливання ринку. Вони часто мають широкий портфель, який включає різноманітні активи для диверсифікації ризиків.

Такому типу інвесторів, враховуючи всі попередні розрахунки та аналіз інвестиційної привабливості компаній слід звернути свою увагу саме на «Укрпошту». Так як ця компанія досить довго знаходиться на ринку, вона має великий досвід, базу клієнтів та напрацьований механізм роботи, але саме через часове насичення перебування на ринку компанія пройшла всі етапи свого існування і поступово зменшує темпи своєї діяльності. В той час, коли «Нова Пошта» набирає великих обертів, постійно слідкує за технологічними та інформаційними трендами і намагається також їх застосовувати в своїй роботі. Але, якщо інвестор схильний до ризику, не має упередженого ставлення до «Укрпошти» і готовий вкладати свої ресурси, як матеріальні, так і нематеріальні – компанія може стрімко перейти до стадії активного «відродження» і принести значні прибутки інвестору.

При цьому варто оцінити всі ризики, пов'язані зі сферою діяльності Укрпошти, такі як конкуренція, регулятивне середовище, зміни в галузі електронної комерції та логістики. Розуміння цих ризиків допоможе інвестору зробити обґрунтоване рішення.

2. Інвестори, несхильні до ризику (консервативні):

Ці інвестори віддають перевагу зниженому ризику і збереженню капіталу перед високими рівнями прибутку. Вони частіше вкладаються в менш ризиковані активи, такі як облігації, депозити, державні цінні папери або стабільні компанії з надійними дивідендами. Консервативні інвестори зазвичай мають короткострокову інвестиційну перспективу і стежать за збереженням капіталу.

Вони можуть мати більш обмежений портфель і звертати більшу увагу на надійність та стабільність.

Для таких інвесторів більш логічно буде розглянути для інвестування компанію «Нова Пошта». Так як, «Нова Пошта» на ринку порівняно недавно і за цей час вона дуже стрімко розвивається, постійно в пошуках нових логістичних, інформаційних технологій, завжди покращує рівень надання послуг, швидкість доставки і тд.

Інвесторам, що не схильні до ризику важлива фінансова стабільність та її покращення, що як раз і демонструють результати роботи компанії. Протягом 2021 року активи ТОВ "Нова Пошта" зросли на 84,90% і досягли 13,498 млрд грн. Власний капітал компанії протягом того ж періоду збільшився в 2,05 рази і становив 4,491 млрд грн на початок 2022 року. Фактором зростання власного капіталу ТОВ "Нова Пошта" були високі фінансові результати компанії, що призвело до збільшення обсягів нерозподіленого прибутку на 2,304 млрд грн у структурі власного капіталу. Важливо зазначити, що станом на 01.01.2022 року 99,29% власного капіталу ТОВ "Нова Пошта" складав нерозподілений прибуток. Завдяки високим темпам приросту власного капіталу, які перевищують темпи приросту зобов'язань ТОВ "Нова Пошта", відбулося зростання співвідношення між власним капіталом і зобов'язаннями компанії на 7,09 п.п. до 49,86%. Агентство позитивно оцінює цю тенденцію до зростання рівня забезпеченості ТОВ "Нова Пошта" власним капіталом [20].

Важливо пам'ятати, що ніхто не може гарантувати успіх інвестиції. Інвестування пов'язане з ризиком, і кожен інвестор повинен бути готовим до можливого збитку. Перед вкладенням грошей в будь-яку компанію ретельно

оцініть свої фінансові можливості та ризикотерпіння, і обережно підходьте до прийняття рішень щодо інвестицій.

ВИСНОВКИ

Виходячи з інформації першого розділу, ми встановили, що:

1) Корпорація - це група юридичних осіб, яка об'єдналася для досягнення спільних цілей, здійснення спільної діяльності та утворюють самостійний об'єкт права. Як правило, корпорації організуються у вигляді акціонерного товариства.

2) У зв'язку з тим, що під корпорацією прийнято розуміти спілку осіб, які об'єднуються на основі професійних або станових інтересів, широкому значенні під корпорацією розуміють практично будь-які спільноти та структури.

3) Поняття інвестиційної привабливості корпорації головним чином охоплює сукупність характеристик ефективності, що відображають рентабельність фінансових вливань у розвиток корпорації.

Ключовим показником є передбачуваний та стабільний дохід. Також детально має бути продуманий бізнес-план з огляду на всі нюанси підприємства та галузі в цілому, прорахувавши всі необхідні фінансові показники. У цьому випадку буде високий шанс в умовах конкуренції отримати додаткове фінансування.

4) В даний час існує безліч методів оцінки інвестиційної привабливості підприємства. З них можна виділити наступні: метод інтегральної оцінки, прибутковий метод, вартісний метод, метод рейтингової оцінки. Кожен метод має свої різновиди оцінки привабливості підприємства для інвестицій

5) Подані дані у періодичних друкованих виданнях, а також розміщені в мережі Інтернет методичні матеріали щодо оцінки інвестиційної привабливості підприємств ґрунтуються лише на використанні чи кількісних чинників, чи якісних чинників.

Цей факт не дозволяє враховувати всю сукупність фінансово-економічних, виробничих, маркетингових характеристик аналізованого підприємства, що веде до похибок в аналізі та частково недостовірним висновкам.

б) У ході роботи стає очевидна наукова та практична значимість даної проблеми, яка потребує поглибленого вивчення, для отримання найбільш об'єктивних даних про стан російських компаній та покращення їх інвестиційної привабливості, як для українських, так і для іноземних інвесторів.

Оператори поштового зв'язку на українському ринку мають беззаперечні переваги. За кількістю відділень, термінів доставки, переліку інших бонусів для споживача, визначено лідерів - ТОВ «Нова Пошта», АТ «Укрпошта». SWOT-аналіз двох підприємств є важливим етапом дослідження конкурентоздатності. Головні конкурентні переваги ТОВ «Нова Пошта»: рекордно швидкий час виконання замовлення та використання інновацій у своїй діяльності. АТ «Укрпошта» лідирує з надання фінансових послуг та має доступ до великої клієнтської бази. Але у ТОВ «Нова Пошта» є перевага - вона лідирує за кількістю відділень, а АТ «Укрпошта» має багатолітній досвід, завдяки якому отримала довіру від клієнтів.

За результатами розрахунків було виявлено задовільний рівень інвестиційної привабливості підприємства Нова пошта. За результатами оцінки інвестиційної привабливості комплексним методом, можна помітити збільшення показників у обох компаній. Тим не менш, на даний момент Нова пошта і Укрпошта не є інвестиційно привабливими, потрібна розробка заходів щодо підвищення інвестиційної привабливості цих підприємств.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Про поштовий зв'язок : Закон України від 04.10.2001 № 2759-III. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2759-14>
2. Офіційний сайт ТОВ «Нова Пошта». URL: <https://novaposhta.ua/ru>
3. Офіційний сайт АТ «Укрпошта». URL: <https://www.ukrposhta.ua/ua>
4. Армстронг, Г. Маркетинг. Загальний курс : навч. посіб. / Г. Армстронг, Ф.
5. Котлер, К. : Діалектика, 2001. 601 с.
6. Афонченко, Т. М. Менеджмент і маркетинг туризму : навч. посіб. / за ред. О. Є.Лугініна. К. : Ліра-К, 2012. 364 с.
7. Белєвцев, М. І. Маркетингова цінова політика : навч. посіб. / М. І. Белявцев, І. Бородіна, Н. О. Маркетинг : навч. посіб. / Н. О. Бородіна. К. : Кондор, 2007. 360 с.
8. В.Петенко, І. В. Прозорова. К. : ЦНЛ, 2005. 330 с.
9. Гірченко, Т. Д. Маркетинг : навч. посіб. для вузів / Т. Д. Гірченко, О. В. Дубовик. К. : Фірма "ІНКОС", 2007. 254 с.
10. Іванілов О. С. Економіка підприємства : підручник. 2-е вид. Київ : Центр учбової літератури, 2011. 728 с.
11. Мельник Л. П. Психологія управління : курс лекцій / Міжрег. Акад.упр. персоналом (МАУП). 2-е вид., стер. Київ : МАУП, 2002. 176 с.: іл.
12. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності : підручник / за заг.ред. О.А. Кириченка. Київ : Знання, 2005. 494 с.
13. Грапко Н.В. Вартісно-орієнтований підхід в управлінні фінансами підприємств. Наукові праці КНТУ. Економічні науки. 2010. Вип. 17. С. 11-21.
14. Повод Т.М., Адвокатова Н.О. Сучасні тенденції фінансової глобалізації. Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка, 2020. С. 21-29.
15. Peter Howson Due Diligence: The Critical Stage in Mergers and Acquisitions

- 16.Kozak, Marcin; Iefremova, Olesia (2014) : Implementation of the Delphi technique in finance, e-Finanse: Financial Internet Quarterly, ISSN 1734-039X, University of Information Technology and Management, Rzeszów, Vol. 10, Iss. 4, pp. 36-45
- 17.Тюріна н. М., Назарчук т. В., Карвацка н. С. Життєвий цикл організації: сутнісні характеристики, структуризація та методи оцінювання
- 18.Логвиненко Ю.Л. Сутність рейтингування підприємств та його значення в ринкових умовах / Ю.Л. Логвиненко // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Проблеми економіки та управління. – 2009. – № 640. – С. 319–327
- 19.Про затвердження Положення про порядок здійснення аналізу фінансового стану підприємств, що підлягає приватизації. Мінфін України, Фонд державного майна; Наказ, Положення від 26.01.2001 № 49/121
- 20.RA Standard-Rating LLC Оновлений рейтинг ТОВ «НОВА ПОШТА»
- 21.Forbes Ukraine [Електронний ресурс]: <https://forbes.ua/company/nomer-vidstezhennya-02012021-811>

ДОДАТКИ

Додаток А

МІНІСТЕРСТВО ФІНАНСІВ УКРАЇНИ ФОНД ДЕРЖАВНОГО МАЙНА УКРАЇНИ

НАКАЗ

№ 49/121 від 26.01.2001
м. Київ

Зареєстровано в Міністерстві
юстиції України

8 лютого 2001 р.
за № 121/5312

Про затвердження Положення про порядок здійснення аналізу фінансового стану підприємств, що підлягають приватизації

{У тексті Положення слова "бухгалтерська (фінансова)" у всіх відмінках замінено словом "фінансова" згідно з Наказом Міністерства фінансів № 2/23 ([z0188-13](#)) від 04.01.2013}

Це Положення розроблено відповідно до Закону України "Про приватизацію державного майна" ([2163-12](#)) та Державної програми приватизації на 2012-2014 роки, затвердженої Законом України від 13 січня 2012 року № 4335-VI ([4335-17](#)) "Про Державну програму приватизації", з метою встановлення єдиного порядку та основних методичних засад проведення за спрощеною схемою аналізу фінансового стану підприємств, що підлягають приватизації.

{Преамбула в редакції Наказу Міністерства фінансів № 2/23 ([z0188-13](#)) від 04.01.2013}

2. Загальні положення

2.1. Аналіз фінансового стану підприємств, що підлягають приватизації, здійснюється у випадках, передбачених чинним законодавством. Цим Положенням установлюються порядок розрахунку показників (коефіцієнтів), що характеризують фінансовий стан підприємства, та їх нормативні значення, які застосовуються при проведенні аналізу фінансового стану підприємства за спрощеною схемою.

{ Пункт 2.1 глави 2 в редакції Наказу Міністерства фінансів N 2/23 ([z0188-13](#)) від 04.01.2013 }

2.2. Фінансовий аналіз проводиться відповідно до цього Положення загальноприйнятими методами.

2.3. Метою фінансового аналізу підприємства, що здійснюється відповідно до цього Положення, є оцінка фінансового стану підприємства на останню звітну дату з урахуванням динаміки його змін, які склалися за результатами господарської діяльності підприємства за два останні роки; визначення факторів, що вплинули на ці зміни, та прогнозування майбутнього фінансового стану підприємства. Результати проведеного аналізу використовуються для підготовки рекомендацій щодо доцільності приватизації підприємства (вибір способу приватизації) або його реструктуризації.

{ Пункт 2.3 глави 2 із змінами, внесеними згідно з Наказом Міністерства фінансів N 2/23 ([z0188-13](#)) від 04.01.2013 }

2.4. Фінансовий аналіз проводиться державним органом приватизації у двотижневий строк з дня отримання відповідного запиту. У разі потреби державний орган приватизації може залучати незалежних консультантів та експертів, порядок оплати послуг яких визначається Фондом державного майна України.

{ Пункт 2.4 глави 2 із змінами, внесеними згідно з Наказом Міністерства фінансів N 2/23 ([z0188-13](#)) від 04.01.2013 }

3. Аналіз фінансового стану підприємств

3.1. Основним джерелом інформації для фінансового аналізу є фінансова звітність підприємства за два останні календарні роки та останній звітний період.

3.2. Фінансовий аналіз підприємства складається з таких етапів:

- оцінка майнового стану підприємства та динаміка його зміни;
- аналіз фінансових результатів діяльності підприємства;
- аналіз ліквідності;
- аналіз ділової активності;
- аналіз платоспроможності (фінансової стійкості);
- аналіз рентабельності.

Алгоритм розрахунку фінансових показників (коефіцієнтів) та їх нормативні значення визначені в додатку 1 до цього Положення. Для порівняння значень розрахованих показників (коефіцієнтів) у разі, якщо останнім звітним періодом, за який подається звіт про фінансові результати, є квартал, а всі попередні періоди, за які здійснюється розрахунок, є річними, необхідно дані квартального звіту про фінансові результати помножити на коефіцієнт $K = 4/N$, де N - порядковий номер останнього звітного кварталу.

3.3. Оцінка майнового стану підприємства дає змогу визначити абсолютні й відносні зміни статей балансу за визначений період, відслідкувати тенденції їхньої зміни та визначити структуру фінансових ресурсів підприємства.

Для проведення аналізу за даними балансу підприємства заповнюється таблиця за формою, наведеною в додатку 2 до цього Положення.

Для оцінки майнового стану доцільно розрахувати такі показники (коефіцієнти), які характеризують виробничий потенціал підприємства: коефіцієнт зносу основних засобів, коефіцієнт оновлення основних засобів та коефіцієнт вибуття основних засобів.

Коефіцієнт зносу основних засобів характеризує стан та ступінь зносу основних засобів і розраховується як відношення суми зносу основних засобів до їхньої первісної вартості.

Коефіцієнт оновлення основних засобів показує, яку частину від наявних на кінець звітнього періоду становлять нові основні засоби, і розраховується як відношення первісної вартості основних засобів, що надійшли за звітний період, до первісної вартості основних засобів, наявних на балансі підприємства на кінець звітнього періоду.

Коефіцієнт вибуття основних засобів показує, яка частина основних засобів вибула за звітний період, та розраховується як відношення первісної вартості основних засобів, що вибули за звітний період, до первісної вартості основних засобів, наявних на балансі підприємства на початок звітнього періоду.

Розраховані показники (коефіцієнти) заносяться до таблиці за формою, наведеною в додатку 3 до цього Положення.

За результатами аналізу робиться висновок щодо абсолютної величини та структури балансу, динаміки зміни вартості активів підприємства, окремих статей балансу підприємства порівняно з попередніми періодами, зазначивши позитивні та негативні тенденції таких змін. Особливу увагу слід приділити наявності та структурі простроченої заборгованості підприємства.

3.4. Аналіз фінансових результатів діяльності підприємства передбачає дослідження динаміки та структури фінансових результатів його діяльності, дозволяє визначити фактори, що вплинули на формування величини чистого прибутку (збитку) підприємства.

Для проведення аналізу даних звіту про фінансові результати підприємства заповнюється таблиця за формою, наведеною в додатку 4 до цього Положення.

За результатами аналізу робиться висновок щодо прибутковості або збитковості діяльності підприємства, тенденцій зміни фінансових результатів діяльності підприємства порівняно з попередніми періодами, основних факторів, що вплинули на

формування кінцевих результатів господарської діяльності підприємства.

3.5. Аналіз ліквідності підприємства здійснюється за даними балансу та дозволяє визначити спроможність підприємства сплачувати свої поточні зобов'язання.

Аналіз ліквідності підприємства здійснюється шляхом розрахунку таких показників (коефіцієнтів): коефіцієнта покриття, коефіцієнта швидкої ліквідності, коефіцієнта абсолютної ліквідності та чистого оборотного капіталу.

Коефіцієнт покриття розраховується як відношення оборотних активів до поточних зобов'язань підприємства та показує достатність ресурсів підприємства, які можуть бути використані для погашення його поточних зобов'язань.

Коефіцієнт швидкої ліквідності розраховується як відношення найбільш ліквідних оборотних засобів (грошових засобів та їх еквівалентів, поточних фінансових інвестицій та дебіторської заборгованості) до поточних зобов'язань підприємства. Він відображає платіжні можливості підприємства щодо сплати поточних зобов'язань за умови своєчасного проведення розрахунків з дебіторами.

Коефіцієнт абсолютної ліквідності обчислюється як відношення грошових засобів та їхніх еквівалентів і поточних фінансових інвестицій до поточних зобов'язань. Коефіцієнт абсолютної ліквідності показує, яка частина боргів підприємства може бути сплачена негайно.

Чистий оборотний капітал розраховується як різниця між оборотними активами підприємства та його поточними зобов'язаннями. Його наявність та величина свідчать про спроможність підприємства сплачувати свої поточні зобов'язання та розширювати подальшу діяльність.

Розраховані показники (коефіцієнти) заносяться до таблиці за формою, наведеною в додатку 3 до цього Положення.

3.6. Аналіз платоспроможності (фінансової стійкості) підприємства здійснюється за даними балансу підприємства,

характеризує структуру джерел фінансування ресурсів підприємства, ступінь фінансової стійкості і незалежності підприємства від зовнішніх джерел фінансування діяльності.

Аналіз платоспроможності (фінансової стійкості) підприємства здійснюється шляхом розрахунку таких показників (коефіцієнтів): коефіцієнта платоспроможності (автономії), коефіцієнта фінансування, коефіцієнта забезпеченості власними оборотними засобами та коефіцієнта маневреності власного капіталу.

Коефіцієнт платоспроможності (автономії) розраховується як відношення власного капіталу підприємства до підсумку балансу підприємства і показує питому вагу власного капіталу в загальній сумі засобів, авансованих у його діяльність.

Коефіцієнт фінансування розраховується як співвідношення залучених та власних засобів і характеризує залежність підприємства від залучених засобів.

Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами розраховується як відношення величини чистого оборотного капіталу до величини оборотних активів підприємства і показує забезпеченість підприємства власними оборотними засобами.

Коефіцієнт маневреності власного капіталу показує, яка частина власного капіталу використовується для фінансування поточної діяльності, тобто вкладена в оборотні засоби, а яка - капіталізована. Коефіцієнт маневреності власного капіталу розраховується як відношення чистого оборотного капіталу до власного капіталу.

Розраховані показники (коефіцієнти) заносяться до таблиці за формою, наведеною в додатку 3 до цього Положення.

3.7. Аналіз ділової активності дозволяє проаналізувати ефективність основної діяльності підприємства, що характеризується швидкістю обертання фінансових ресурсів підприємства.

Аналіз ділової активності підприємства здійснюється шляхом розрахунку таких показників (коефіцієнтів): коефіцієнта оборотності активів, коефіцієнта оборотності дебіторської заборгованості, коефіцієнта оборотності кредиторської

заборгованості, тривалості обертів дебіторської та кредиторської заборгованостей, коефіцієнта оборотності матеріальних запасів, коефіцієнта оборотності основних засобів (фондовіддачі) та коефіцієнта оборотності власного капіталу.

Коефіцієнт оборотності активів обчислюється як відношення чистої виручки від реалізації продукції (робіт, послуг) до середньої величини підсумку балансу підприємства і характеризує ефективність використання підприємством усіх наявних ресурсів, незалежно від джерел їхнього залучення.

Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості розраховується як відношення чистої виручки від реалізації продукції (робіт, послуг) до середньорічної величини дебіторської заборгованості і показує швидкість обертання дебіторської заборгованості підприємства за період, що аналізується, розширення або зниження комерційного кредиту, що надається підприємством.

Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості розраховується як відношення чистої виручки від реалізації продукції (робіт, послуг) до середньорічної величини кредиторської заборгованості і показує швидкість обертання кредиторської заборгованості підприємства за період, що аналізується, розширення або зниження комерційного кредиту, що надається підприємству.

Строк погашення дебіторської та кредиторської заборгованостей розраховується як відношення тривалості звітного періоду до коефіцієнта оборотності дебіторської або кредиторської заборгованості і показує середній період погашення дебіторської або кредиторської заборгованостей підприємства.

Коефіцієнт оборотності матеріальних запасів розраховується як відношення собівартості реалізованої продукції до середньорічної вартості матеріальних запасів і характеризує швидкість реалізації товарно-матеріальних запасів підприємства.

Коефіцієнт оборотності основних засобів (фондовіддача) розраховується як відношення чистої виручки від реалізації продукції (робіт, послуг) до середньорічної вартості основних засобів. Він показує ефективність використання основних засобів підприємства.

Коефіцієнт оборотності власного капіталу розраховується як відношення чистої виручки від реалізації продукції (робіт, послуг) до середньорічної величини власного капіталу підприємства і показує ефективність використання власного капіталу підприємства.

Розраховані показники (коефіцієнти) заносяться до таблиці за формою, наведеною в додатку 3 до цього Положення.

3.8. Аналіз рентабельності підприємства дозволяє визначити ефективність вкладення коштів у підприємство та раціональність їхнього використання.

Аналіз рентабельності підприємства здійснюється шляхом розрахунку таких показників (коефіцієнтів): коефіцієнта рентабельності активів, коефіцієнта рентабельності власного капіталу, коефіцієнта рентабельності діяльності та коефіцієнта рентабельності продукції.

Коефіцієнт рентабельності активів розраховується як відношення чистого прибутку підприємства до середньорічної вартості активів і характеризує ефективність використання активів підприємства.

Коефіцієнт рентабельності власного капіталу розраховується як відношення чистого прибутку підприємства до середньорічної вартості власного капіталу і характеризує ефективність вкладення коштів до даного підприємства.

Коефіцієнт рентабельності діяльності розраховується як відношення чистого прибутку підприємства до чистої виручки від реалізації продукції (робіт, послуг) і характеризує ефективність господарської діяльності підприємства.

Коефіцієнт рентабельності продукції розраховується як відношення прибутку від реалізації продукції (робіт, послуг) до витрат на її виробництво та збут і характеризує прибутковість господарської діяльності підприємства від основної діяльності.

Розраховані коефіцієнти (показники) заносяться до таблиці за формою, наведеною в додатку 3 до цього Положення.

4. Оформлення результатів фінансового аналізу

4.1. На підставі узагальнення результатів аналізу фінансового стану підприємства за даними заповнених таблиць (додатки 2-4 до цього Положення) готується висновок, який містить у собі загальну оцінку фінансового стану підприємства на останню звітну дату і динаміки його зміни та рекомендації щодо доцільності прийняття рішення про приватизацію підприємства (вибір способу приватизації) або його реструктуризацію згідно з вимогами п.4.3 цього Положення. { Пункт 4.1 глави 4 із змінами, внесеними згідно з Наказом Міністерства фінансів N 2/23 ([z0188-13](#)) від 04.01.2013 }

4.2. Висновок не є єдиним і безумовним критерієм для прийняття остаточного рішення щодо доцільності приватизації підприємства, вибору оптимального способу його продажу або реструктуризації за результатами аналізу фінансового стану підприємства.

4.3. Якщо підприємство є прибутковим (коефіцієнт рентабельності діяльності більше 0,01) або показники (коефіцієнти) його фінансового стану (ліквідності, платоспроможності (фінансової стійкості), ділової активності) відповідають нормативним вимогам, установленим цим Положенням, фінансовий стан підприємства визнається задовільним та робиться висновок про доцільність приватизації зазначеного підприємства.

Якщо коефіцієнт рентабельності діяльності підприємства має низькі значення (дорівнює або менше 0,01) або за останній звітний період підприємство отримало чистий збиток, але показники (коефіцієнти) фінансового стану підприємства - ліквідність, платоспроможність (фінансова стійкість) - відповідають нормативним вимогам, установленим цим Положенням, фінансовий стан підприємства визнається задовільним, що дає змогу прийняти рішення про його приватизацію з визначеними умовами продажу для покупця щодо забезпечення ефективного функціонування об'єкта в післяприватизаційний період. { Абзац другий пункту 4.3 глави 4 в редакції Наказу Міністерства фінансів N 2/23 ([z0188-13](#)) від 04.01.2013 }

Якщо підприємство є збитковим протягом періоду, який аналізується, більшість показників фінансового стану підприємства не відповідають нормативним вимогам, існує тенденція до їх погіршення, то фінансовий стан підприємства визнається незадовільним і робиться висновок про доцільність реструктуризації підприємства.

Начальник
фінансових установ та ринків

Департаменту
А.Литвин

Начальник
майна
аналізу

Управління
та
Н.Лебідь

оцінки
фінансово-господарського