

## РОЛЬ МАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ У ФОРМУВАННІ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

*Т. А. Савицька, І. Г. Гевлич*

*Анотація.* Формування інвестиційної привабливості вітчизняних підприємств є запорукою відновлення та розвитку повоєнної економіки України, тому дослідження впливу окремих факторів на цей показник є важливим науковим та практичним завданням. Метою дослідження є визначення ролі матеріальних активів у формуванні інвестиційної привабливості підприємства. У роботі надане авторське визначення інноваційної привабливості суб'єкта господарювання, розкритий визначальний вплив на неї матеріальних активів, визначений їх склад. За результатами дослідження зроблені висновки, визначені напрями подальших досліджень.

*Ключові слова:* матеріальні активи, інвестиційна привабливість, вітчизняне підприємство.

**Постановка проблеми.** Іноземні та міжнародні інвестиції є критично важливими для повоєнної відбудови України. Водночас інвестори оцінюють економічний потенціал країни через аналіз привабливості окремих підприємств. Отже, формування інвестиційної привабливості вітчизняних підприємств є запорукою відновлення та розвитку повоєнної економіки України, тому дослідження впливу окремих факторів на цей показник є важливим науковим та практичним завданням.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Аналіз правового поля та наукової дискусії [1–5] показав відсутність єдиної думки науковців про поняття інвестиційної привабливості підприємства чи фіксації його сучасної трактовки у національних чи міжнародних стандартах обліку, законах чи інших нормативних актах. До того ж поза увагою науковців (Т. Китайчук, Н. Воськало, Т. Ковальчик, Н. Пилипенко) залишився розгляд впливу важливого компонента ресурсів підприємства – матеріальних активів – на інвестиційну привабливість вітчизняних підприємств, що обумовило тему дослідження.

**Метою статті** є виявлення ролі матеріальних активів у процесі формування інвестиційної привабливості вітчизняних підприємств у повоєнний період.

**Основний розділ.** Інвестиційна привабливість – це багатогранне поняття, яке залежить від багатьох факторів та не має чіткої кількісної характеристики. Єдиний нормативний акт, що її формулює, – це Методика інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємств та організацій [6]. Тут інвестиційна привабливість підприємства характеризується як рівень задоволення певних вимог чи інтересів інвестора (фінансових, виробничих, організаційних тощо) щодо конкретного суб'єкта господарювання – підприємства, і оцінюється значеннями певних показників, зокрема інтегральної оцінки. Однак ця Методика прийнята більш як чверть сторіччя тому, і не відображає сучасного бачення як напрямів аналізу, так і конкретних значень оціночних показників. Тому пропонуємо використовувати широке поняття інвестиційної привабливості підприємства як сукупності характеристик суб'єкта господарювання, які роблять його цікавим для інвесторів з погляду можливості отримання ними доходу та/або приросту капіталу.

Оцінка інвестиційної привабливості ґрунтується на аналізі фінансових і нефінансових показників діяльності підприємства, зокрема:

- фінансових показників, як-от прибутковість, рентабельність, ліквідність, платоспроможність, структура капіталу тощо;
- нефінансових показників, як-от частка ринку, конкурентні переваги, управлінська команда, інноваційний потенціал, ділова репутація тощо;
- перспектив розвитку підприємства як очікуваних темпів зростання, планів виходу на нові ринки, впровадження нових продуктів / технологій;
- ситуації в галузі та національній економіці – темпів зростання галузі, рівня державної підтримки, політичної та економічної стабільності.

Одне з ключових місць у межах як окремих, так і комплексних показників для такої оцінки (коефіцієнтів оборотності активів, зносу основних засобів, платоспроможності, рентабельності тощо) займають матеріальні активи підприємства. Вони є важливим показником фінансової стійкості підприємства. Інвестори розглядають підприємства з великою часткою матеріальних акти-

вів як менш ризиковані, оскільки ці активи можуть бути використані для забезпечення кредитів або як гарантія повернення інвестицій. Наявність значних матеріальних активів свідчить про стабільність, здатність забезпечувати високий рівень продуктивності, потенціал підприємства для зростання. Підприємства зі значними матеріальними активами мають більшу здатність до відновлення після кризових ситуацій. Наявність і стан матеріальних активів також є індикатором ефективного управління підприємством як потенціалу досягнення високих фінансових результатів.

Поняття матеріальних активів відсутнє у вітчизняних нормативних документах, українських та міжнародних облікових стандартах, адже воно є комплексним і включає як оборотні, так і необоротні активи, які мають матеріальну форму, як це показано у табл. 1 відповідно до вимог організації обліку (Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій та Інструкції про його застосування, а також НП(С)БО 7 «Основні засоби», 9 «Запаси», 27 «Необоротні активи, утримувані для продажу, та припинена діяльність» та 30 «Біологічні активи» [7–30]). У матеріальні активи не включені капітальні інвестиції та готівка, адже хоча вони і мають деякі ознаки матеріальності, але сутнісно представляють собою відповідно витрати і фінансові активи.

Таблиця 1

### Склад матеріальних активів вітчизняного підприємства

Складник	Зміст складника	Визначення активів
Необоротні активи	Основні засоби	матеріальні активи, які утримуються для використання в процесі виробництва / постачання продукції (товарів, послуг), виконання робіт, надання в оренду, здійснення адміністративних / соціально-культурних функцій, якщо очікуваний термін корисного використання (експлуатації) таких активів перевищує один рік або операційний цикл (якщо останній довший за рік)
	Інші необоротні матеріальні активи	матеріальні активи, які утримуються для використання в процесі виробництва / постачання продукції (товарів, послуг), виконання робіт, надання в оренду, здійснення адміністративних / соціально-культурних функцій, якщо очікуваний термін корисного використання (експлуатації) таких активів перевищує один рік або операційний цикл (якщо останній довший за рік), але за вартісною ознакою не є основними засобами
	Довгострокові біологічні активи	біологічні активи, які здатні створювати сільськогосподарську продукцію та/або інші біологічні активи, а також інакше генерувати економічні вигоди протягом одного року або операційного циклу (якщо останній довший за рік), за винятком тварин на вирощуванні і відгодівлі
Оборотні активи	Виробничі запаси	сировина і матеріали, будівельні матеріали, запасні частини, матеріали сільськогосподарського призначення, паливо, тара й тарні матеріали, відходи основного виробництва
	Поточні біологічні активи	поточні біологічні активи тваринництва, зокрема зернові, технічні, овочеві та інші культури тощо
	Малоцінні та швидкозношувані предмети	предмети, що використовуються протягом одного року операційного циклу (якщо останній довший за рік), зокрема інструменти, господарський інвентар, спеціальне оснащення, спеціальний одяг тощо
	Незавершене виробництво	не закінчені обробкою і складанням деталі, вузли, вироби
	Напівфабрикати	проміжні продукти виробництва, які зазнали певних технологічних обробок, але не є готовими до кінцевого споживання чи продажу без додаткової обробки або завершення виробничого процесу
	Готова продукція	продукція, обробка якої закінчена та яка пройшла випробування, приймання, укомплектування згідно з умовами договорів із замовниками і відповідає технічним умовам і стандартам
	Продукція сільськогосподарського виробництва	продукція, одержана від власних підрозділів і призначена для продажу на стороні, невиробничого споживання, споживання як корми, вирощена для годівлі худоби, побічна продукція та відходи, одержані при доведенні товарної продукції та насіння до належних кондицій, насіння та посадковий матеріал
Товари	матеріали, вироби, продукти, спеціально придбані для продажу	
Активи, утримувані для продажу	Матеріальний необоротний актив, що утримується для продажу і одночасно виконує такі умови: – згенерує економічні вигоди не від використання за призначенням, а від продажу; – готовий до продажу в теперішньому стані; – продаж очікується з високою ймовірністю протягом року при звичайних умовах продажу подібних активів	

Напрями впливу матеріальних активів на інвестиційну привабливість підприємства представлені у табл. 2.

Таблиця 2

**Напрями впливу матеріальних активів на інвестиційну привабливість підприємства**

Напрямок впливу	Параметр впливу	Характеристика
1. Фінансова стійкість	Забезпечення	Матеріальні активи слугують заставою для отримання кредитів
	Ліквідність	У разі фінансових труднощів матеріальні активи можуть бути реалізовані, щоб розрахуватися з кредиторами
2. Стабільність та продуктивність	Довгострокові інвестиції	Наявність значних матеріальних активів свідчить про орієнтацію на стабільне зростання
	Виробничий потенціал	Якісні матеріальні активи забезпечують високий рівень продуктивності
	Ефективність	Рациональне використання матеріальних активів свідчить про здатність генерувати прибуток
3. Зростання та потенціал	Масштабування	Матеріальні активи дають можливість розширювати виробництво, виходити на нові ринки
	Інновації	Інвестиції в матеріальні активи сприяють впровадженню інновацій та підвищенню конкурентоспроможності
	Диверсифікація	Різноманіття матеріальних активів допомагає підприємству диверсифікувати свою діяльність та знизити ризики
4. Стійкість до криз	Відновлення	У разі кризових ситуацій матеріальні активи можуть допомогти підприємству відновитися та повернутися до нормальної роботи
	Адаптивність	Можливість модернізувати матеріальні активи дає підприємству гнучкість, здатність адаптуватися до викликів ринку
5. Якість управління	Ефективне використання	Ефективність використання матеріальних активів свідчить про якість менеджменту
	Довгострокове планування	Наявність чіткої стратегії розвитку щодо матеріальних активів свідчить про відповідальність керівництва
	Контроль та прозорість	Прозорість у питаннях управління та контролю за матеріальними активами дає інвесторам впевненість у надійності та перспективності бізнесу

Важливо зазначити, що вплив матеріальних активів на інвестиційну привабливість залежить від багатьох факторів, таких як галузева орієнтація (наприклад, у машинобудуванні матеріальні активи відіграють значно більшу роль, ніж у інших галузях економіки), стан самих активів (застарілі та зношені активи мають меншу цінність для інвесторів, ніж нові та сучасні), ефективність управління ними (навіть значні матеріальні активи можуть втратити свою цінність через неефективне управління ними).

**Висновки.** За результатами дослідження можна зробити такі висновки:

1. Поняття інвестиційної привабливості є ключовим у процесі відновлення національної економіки України у повоєнний період.

2. На інвестиційну привабливість значно впливають матеріальні активи підприємств, які представлені необоротними, оборотними активами, матеріальними необоротними активами, утримуваними для продажу, та забезпечують фінансову стійкість, стабільність і продуктивність підприємства, його зростання та потенціал, стійкість до криз і якість управління.

3. Вплив матеріальних активів на інвестиційну привабливість залежить від галузевої орієнтації підприємств, стану самих активів, ефективності управління ними та інших факторів.

Дослідження можливостей застосування інноваційних технологій в удосконаленні управління матеріальними активами буде напрямом подальших пошуків.

*Abstract.* The formation of the investment attractiveness of domestic enterprises is the key to the recovery and development of the post-war economy of Ukraine, therefore the study of the influence of individual factors on this indicator is an important scientific and practical task. The purpose of the study is to determine the role of material assets in forming the investment attractiveness of the enterprise. The author's definition of the innovative attractiveness of a business entity is provided in the work, the determining influence of material assets on it is revealed, and their composition is determined. Based on the results of the research, conclusions were drawn, directions for further research were determined.

*Keywords:* material assets, investment attractiveness, domestic enterprise.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Китайчук Т. Інвестиційна привабливість: теоретичний аналіз та впливові фактори. *Економіка та суспільство*. 2023. № 54. DOI: 10.32782/2524-0072/2023-54-65.
2. Воськало Н. М., Ковальчик Т. М. Роль обліково-аналітичного забезпечення у формуванні інвестиційної політики підприємства. *Економіка та суспільство*. 2024. № 61. DOI: 10.32782/2524-0072/2024-61-135.
3. Пилипенко Н. М. Принципи та фактори інвестиційної привабливості підприємства. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/141441967.pdf>
4. Про інвестиційну діяльність: Закон України від 18.09.1991 р. № 1560-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1560-12#top>
5. Про державну підтримку інвестиційних проектів із значними інвестиціями в Україні: Закон України від 17.12.2020 р. № 1116-IX. URL: <http://surl.li/mchgig>
6. Методика інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємств та організацій: Наказ Агентства з питань запобігання банкрутству підприємств та організацій від 23.02.1998 р. № 22. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0214-98#Text>
7. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби»: наказ Міністерства фінансів України від 27.04.2000 р. № 92. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0288-00>
8. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 «Запаси»: наказ Міністерства фінансів України від 20.10.1999 р. № 246. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0751-99>
9. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 27 «Необоротні активи, утримувані для продажу, та припинена діяльність»: наказ Міністерства фінансів України від 07.11.2003 р. № 617. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1054-03#top>
10. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 30 «Біологічні активи»: наказ Міністерства фінансів України від 18.11.2005 № 790. URL: <http://surl.li/kgdhik>

УДК 339.138:330.341

## МАРКЕТИНГ ІННОВАЦІЙНИХ ТОВАРІВ НА ПРИКЛАДІ М'ЯСОПЕРЕРОБНОГО ПІДПРИЄМСТВА

*Є. М. Сівецький, Н. Ю. Буга*

*Анотація.* У статті розглянуто місце маркетингу інновацій в успішній діяльності м'ясопереробного підприємства. Доведено, що завдяки правильному використанню маркетингових інструментів можна запобігти «зависанню» продукту на ринку. Основними аспектами маркетингу інноваційних товарів є: інноваційність як конкурентна перевага, визначення цільової аудиторії, позиціонування на ринку, комунікаційна стратегія, цінова стратегія, адаптація продукту до ринку, використання ранніх адоптерів, ризик неуспіху. Об'єктом дослідження в статті став маркетинг інновацій ТОВ «Житомирський м'ясокомбінат». Підприємству пропонується розглянути можливість випуску нового виду продукту (ковбаса «Олів'є+» першого гатунку), який можна віднести до комбінованих м'ясопродуктів, що поєднують в собі традиційні споживчі якості і використання в них повноцінної сировини рослинного походження.

*Ключові слова:* маркетинг інновацій, м'ясопереробне підприємство, ковбасні вироби.

**Постановка проблеми.** Інновації та інноваційні товари є ключовими факторами розвитку бізнесу, економіки регіону, держави, оскільки вони дають змогу компаніям адаптуватися до змін у ринку, задовольняти нові потреби споживачів і залишатися конкурентоспроможними, створювати нові робочі місця, платити податки тощо. Проте ризики, пов'язані з розробкою та впровадженням інноваційних товарів, доволі великі, тому підприємства з великою обережністю ставляться до впровадження нових ідей. Якщо діяльність конструкторів і технологів пов'язана з виробництвом товарів, то робота маркетологів полягає в тому, щоб вживати заходів, які б сприяли зниженню рівня потенційного ризику «зависання» продукту на ринку. З огляду на це можемо визначити, що без застосування інструментів маркетингу інновацій марно сподіватися на ефективне представлення нового продукту на ринку та створення попиту, й відповідно досягнення стабільного рівня продажів. Особливо важливим є застосування маркетингу інноваційних товарів у м'ясопереробній галузі. Зараз дуже важко здивувати покупця новим видом м'ясних виробів, оскільки на ринку спостерігається сильна конкуренція.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій, виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми.** Питання ведення успішного бізнесу на основі маркетингу інновацій розглядають С. М. Ілляшенко [1], Л. О. Гризовська [2], І. П. Вовк, В. В. Барабанова [3], Л. М. Кур-