

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА
ШЕВЧЕНКА**

ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Кафедра міжнародної економіки

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

**СТРАТЕГІЯ ЗАЛУЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ ДО АГРАРНОГО
СЕКТОРУ УКРАЇНИ**

Студента II курсу денної форми навчання
спеціальності 051 «Економіка»
освітньо-наукової програми
«Міжнародна економіка»
Міщенко Микити Олексійовича

Науковий керівник:
д.е.н., доцент
Пащук Лідія Віталіївна

Засвідчую, що в цій дипломній
роботі немає запозичень із праць
інших авторів без відповідних посилань

Студент *Мш*

Роботу допущено до захисту перед Екзаменаційною комісією рішенням
кафедри міжнародної економіки від «25» квітня 2024 р., протокол №10.

Завідувач кафедри _____ д-р екон. наук, проф. **Вірченко Володимир
Віталійович**

Київ – 2024 р.

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота магістра містить 126 сторінок, 20 таблиць, 11 рисунків, список літератури з 104 найменувань, 4 додатків.

«Стратегія залучення іноземних інвестицій до аграрного сектору України»

Об'єктом дослідження виступає процес залучення іноземних інвестицій до підприємств аграрного сектору України.

Предметом дослідження є теоретико-методичні та практичні аспекти формування та реалізації стратегії залучення іноземних інвестицій до вітчизняного ринку України.

Мета роботи полягає в узагальненні теоретичних підходів та розробки практичних рекомендацій стосовно залучення іноземних інвестицій до підприємств галузі сільського господарства для підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств України.

За результатами дослідження сформульовані теоретичні аспекти залучення іноземних інвестицій у сільське господарство; розглянуті концептуальні засади залучення іноземних інвестицій; формалізований процес стратегії залучення іноземних інвестицій; виявлені особливості залучення іноземних інвестицій в аграрний сектор України; визначені конкретні позиції ПрАТ «МХП» на ринку України; оцінена поточна інвестиційна привабливість ПрАТ «МХП»; досліджені проблеми та перспективи інвестування в агросектор України; розроблені заходи залучення інвестицій до ПрАТ «МХП»; оцінені економічні ефекти впровадження розроблених рекомендацій.

Одержані результати можуть бути використані для залучення інвестицій до ПрАТ «МХП».

Рік виконання роботи 2024.

Рік захисту роботи 2024

ABSTRACT

The master's qualification thesis contains 126 pages, 20 tables, 11 figures, a list of references from 104 names, 4 appendices.

«Strategy of attracting foreign investments to the agricultural sector of Ukraine»

The object of the research is the process of attracting foreign investments to the enterprises of the agricultural sector of Ukraine.

The subject of the study is the theoretical, methodological and practical aspects of the formation and implementation of the strategy of attracting foreign investments to the domestic market of Ukraine.

The purpose of the work is to generalize theoretical approaches and develop practical recommendations regarding the attraction of foreign investments to agricultural enterprises in order to increase the competitiveness of agricultural enterprises of Ukraine.

Based on the results of the research, the theoretical aspects of attracting foreign investments in agriculture were formulated; the conceptual principles of attracting foreign investments are considered; formalized process of foreign investment attraction strategy; identified features of foreign investment attraction in the agricultural sector of Ukraine; the specific positions of PrJSC «MHP» on the Ukrainian market are determined; estimated current investment attractiveness of PrJSC «MHP»; investigated problems and prospects of investing in the agricultural sector of Ukraine; developed measures to attract investments to PrJSC «MHP»; estimated economic effects of the implementation of the developed recommendations.

The obtained results can be used to attract investments to PrJSC «MHP».

The year of performance is 2024.

The year of job protection is 2024.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ЗАЛУЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ	8
1.1 Сутність іноземного інвестування.....	8
1.2. Концептуальні засади залучення іноземних інвестицій.....	15
1.3. Процес формування стратегії залучення іноземних інвестицій.	24
Висновки за розділом 1	36
РОЗДІЛ 2. СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ УМОВ ЗАЛУЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙ ДО УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОГО СЕКТОРУ	37
2.1 Особливості залучення іноземних інвестицій в аграрний сектор України	37
2.2 Визначення конкурентних позицій ПрАТ «МХП»	51
2.3 Оцінка поточної інвестиційної привабливості ПрАТ «МХП»	59
Висновки за розділом 2	75
РОЗДІЛ 3. ЗАЛУЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙ ДО ПРАТ «МХП» ТА ЕКОНОМІЧНІ ЕФЕКТИ ВПРОВАДЖЕННЯ РЕКОМЕНДАЦІЙ	77
3.1 Виявлення проблем, пріоритетних напрямів та перспектив залучення інвестицій до ПрАТ «МХП».....	77
3.2 Розробка стратегій залучення іноземних інвестицій.....	85
3.3 Економічні ефекти впровадження розроблених рекомендацій.	90
Висновки за розділом 3	93
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	99
ДОДАТКИ	110

ВСТУП

Актуальність теми. Сільське господарство є важливою галуззю української економіки, і його розвиток має велике соціально-економічне значення. Залучення іноземних інвестицій може покращити інфраструктуру, технології та конкурентоспроможність цієї галузі. Основні інвестори: іноземні інвестиції приходили з різних джерел, включаючи Європейський Союз, США, Китай та інші країни. Україна особливо зараз потребує значних інвестицій для модернізації сільськогосподарського сектору та підвищення виробництва продукції. Іноземні інвестиції можуть стати важливим джерелом фінансування для досягнення цих цілей.

З огляду на практично новий характер іноземних інвестицій в Україну актуальність цієї роботи підкреслюється. Сучасні дослідження і аналізи стосовно залучення іноземних інвестицій в сільське господарство України можуть надати нові підходи та рекомендації для підприємств. Протягом останніх років Україна продовжує активно працювати над привабленням іноземних інвестицій у різні галузі економіки, включаючи сільське господарство та сільськогосподарську промисловість. Як одне з найбільших сільськогосподарських підприємств в Україні, ПрАТ «МХП» може служити важливим прикладом для аналізу стратегій залучення іноземних інвестицій та їх впливу на розвиток галузі.

Джерела де ця тема аналізується: «Agricultural Economics» «Journal of Agricultural Economics», дослідницькі організації і think-tank, офіційні звіти та документи, інше.

Аграрна продукція становить найсуттєвішу складову українського експорту. Приблизно 14% населення зайнято в сільському господарстві. Україна є визначним світовим виробником та постачальником аграрної продукції. Вона відіграє ключову роль у міжнародних постачаннях олійних культур та зерна. На

початку 2022 року країна забезпечила понад 30% загального виробництва соняшникової культури та виробила понад 27% соняшникового шроту у світі. Україна посідає шосту позицію за обсягом виробництва та третю за експортом ріпаку (20% світового експорту), четверту позицію за виробництвом та третю за експортом ячменю (17% світового експорту) та шосту за виробництвом і четверту за експортом кукурудзи (12% світового експорту) [102].

Отже, всі ці фактори підкреслюють важливість та актуальність вивчення стратегій залучення іноземних інвестицій в сільське господарство та сільськогосподарську промисловість України, а також дослідження впливу цих інвестицій на розвиток цієї галузі.

Характеристика сучасного стану проблеми. Україна, як країна з великим потенціалом у сфері сільського господарства, зазнає викликів у залученні іноземних інвестицій до свого аграрного сектору. Незважаючи на значний обсяг земельних ресурсів, розвинену аграрну інфраструктуру та перспективність для розвитку, Україна стикається з рядом проблем, які ускладнюють приваблення зарубіжних інвестицій у цю сферу. Серед найактуальніших проблем можна виділити воєнний стан в державі, нестабільність законодавства, неефективність управління та недостатню прозорість у власності на землю, що ускладнює інвестиційний клімат. Підвищена корупція та відсутність гарантій для іноземних інвесторів також є важливими факторами, що обмежують притягнення капіталу в аграрний сектор. Крім того, нестабільність політичної ситуації та геополітичні фактори в регіоні також мають вплив на здатність країни залучати іноземні інвестиції до аграрного сектору. У контексті цих проблем необхідно досліджувати та розробляти стратегії, спрямовані на привернення іноземних інвестицій у сільське господарство України, щоб сприяти стійкому та сталому розвитку цієї важливої галузі економіки країни.

Мета – узагальнення теоретичних підходів та розробка практичних рекомендацій стосовно залучення іноземних інвестицій до підприємств галузі сільського господарства для підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств України.

Для досягнення поставленої мети визначено наступні завдання:

- проаналізувати теоретичні аспекти залучення іноземних інвестицій у сільське господарство;
- розглянути концептуальні засади залучення іноземних інвестицій;
- формалізувати процес стратегії залучення іноземних інвестицій;
- виявити особливості залучення іноземних інвестицій в аграрний сектор України;
- визначити конкретні позиції ПрАТ «МХП» на ринку України;
- оцінити поточну інвестиційну привабливість ПрАТ «МХП»;
- дослідити проблеми та перспективи інвестування в агросектор України;
- розробити заходи залучення інвестицій до ПрАТ «МХП»;
- оцінити економічні ефекти впровадження розроблених рекомендацій.

Об’єкт дослідження – процес залучення іноземних інвестицій до підприємств аграрного сектору України.

Предмет дослідження – теоретико-методичні та практичні аспекти формування та реалізації стратегії залучення іноземних інвестицій до вітчизняного ринку України.

Методи дослідження. Аналіз літературних джерел та науково-практичних публікацій: систематичний огляд наявних наукових статей, книг, звітів та публікацій в галузі залучення іноземних інвестицій до аграрного сектору України. Цей метод надасть можливість отримати узагальнену інформацію, вивчити підходи та стратегії, які вже були запропоновані та впроваджені; Статистичний аналіз: використання статистичних даних про

поточний стан іноземних інвестицій у сільське господарство України, їхній обсяг, динаміку та розподіл за різними сегментами та регіонами країни.

Інформаційна база дослідження. Офіційна статистика: дані від національних органів статистики, міжнародних організацій, таких як Світовий банк, Міжнародний валютний фонд (МВФ), Європейський банк реконструкції та розвитку (ЄБРР) та інших, які надають інформацію про приток іноземних інвестицій в Україну; Аналітичні звіти та дослідження: Документи вітчизняних та міжнародних аналітичних центрів, які оцінюють стан сільського господарства, інвестиційний клімат та потенціал України для іноземних інвестицій в аграрний сектор; Публікації та дослідницькі роботи: Роботи вітчизняних та зарубіжних вчених, які присвячені проблемам приваблення іноземних інвестицій у сільське господарство, а також успішним стратегіям та прикладам з інших країн.

Практична спрямованість роботи. Розробка стратегії для ПрАТ «МХП»: розробка конкретних рекомендацій та стратегічних планів для ПрАТ «МХП» щодо залучення іноземних інвестицій у сільське господарство та сільськогосподарську промисловість; Рекомендації для сільськогосподарського сектору: Розробка загальних рекомендацій та стратегічних принципів для інших суб'єктів галузі сільського господарства на основі вивчення кращих практик та іноземного досвіду; Практичні інструменти: створення інструментів та рекомендацій для оцінки іноземних інвестицій, ризиків та можливостей у сільському господарстві України; Підвищення конкурентоспроможності: зростання конкурентоспроможності українського сільського господарства через залучення іноземних інвестицій та вдосконалення стратегій.

Відомості про рівень дослідження проблеми вітчизняними та іноземними фахівцями, про внесок автора, наукову новизну. Вітчизняні та іноземні дослідники активно вивчають питання залучення іноземних інвестицій до аграрного сектору України, розглядаючи різні аспекти економічних,

політичних та соціальних впливів цього процесу. Дослідження в цій галузі відображають динаміку та особливості залучення капіталу, а також його вплив на розвиток сільськогосподарського сектору країни.

Ця магістерська робота спрямована на аналіз сучасного стану залучення іноземних інвестицій до аграрного сектору України, враховуючи актуальні тенденції та можливості для подальшого розвитку. Автор пропонує комплексний підхід до розгляду проблеми, що базується на власному досвіді, аналізі вітчизняних та зарубіжних наукових джерел, а також практичному спостереженні. Основним внеском автора є спроба систематизувати та узагальнити існуючі підходи до приваблення іноземних інвестицій у сільське господарство України, а також запропонувати стратегічні напрями та рекомендації для подальшого розвитку даного напрямку. Ця робота містить наукову новизну, враховуючи останні тенденції та перспективи розвитку аграрного сектору, які є актуальними для української економіки та суспільства в цілому.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ЗАЛУЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ

1.1 Сутність іноземного інвестування

Іноземне інвестування в сучасному світі відіграє ключову роль у глобальному економічному розвитку, створюючи можливості для економічного зростання та модернізації. Запрошення іноземних інвестицій стає стратегічним кроком для багатьох країн, оскільки це сприяє перетворенню їхньої економіки, розширенню виробництва, створенню нових робочих місць та залученню передових технологій.

Сутність іноземного інвестування полягає в передачі капіталу, технологій, управлінського досвіду та ноу-хау з однієї країни в іншу з метою отримання прибутку та співпраці. Це може відбуватися шляхом створення спільних підприємств, придбання акцій та облігацій іноземних компаній, а також прямими інвестиціями у виробничі об'єкти чи нерухомість [18, с. 295].

В умовах глобалізації економіки іноземне інвестування відіграє все більш важливу роль у розвитку світового господарства. Воно сприяє мобілізації капіталу, трансферу технологій, нових знань та управлінського досвіду, а також стимулює економічне зростання та підвищення добробуту населення в країнах-реципієнтах. Іноземне інвестування – це вкладення капіталу в активи, розташовані за межами країни інвестора. Ці активи можуть включати в себе:

- Прямі інвестиції: вкладення капіталу в створення нових або придбання вже існуючих підприємств, а також розширення їх діяльності.
- Портфельні інвестиції: вкладення капіталу в цінні папери, такі як акції та облігації, які випущені компаніями, розташованими в іншій країні.

– Інші інвестиції: кредити, надані іноземним позичальникам; гранти, надані урядами або міжнародними організаціями; інвестиції в нерухомість [48, с. 45].

Згідно з українським законодавством, зокрема Законом «Про режим іноземного інвестування», іноземні інвестиції – це активи, що вкладаються іноземними інвесторами в різні сфери діяльності на території України. Метою таких інвестицій може бути як отримання прибутку, так і досягнення соціальних цілей [41]. У табл. 1.1 наведені підходи авторів щодо сутності поняття «іноземні інвестиції».

Таблиця 1.1

Підходи авторів щодо сутності поняття «іноземні інвестиції»

Автор	Підхід до сутності поняття «іноземні інвестиції на підприємстві»
В. М. Герзанич [4, с. 11]	Іноземні інвестиції на підприємстві – це вкладення капіталу, інших матеріальних та нематеріальних цінностей, а також прав на ведення господарської діяльності, здійснювані іноземними інвесторами в активи підприємства з метою отримання прибутку та/або інших вигід.
Я. Б. Дропа [11, с. 49]	Іноземні інвестиції на підприємстві – це вкладення капіталу іноземними інвесторами в активи підприємства з метою отримання прибутку, інших вигід та/або впливу на його діяльність.
А. О. Задоя [13, с. 27]	Іноземні інвестиції на підприємстві – це вкладення капіталу іноземними інвесторами в активи підприємства з метою отримання прибутку, реінвестування, диверсифікації ризиків та/або доступу до нових ресурсів.
А. О. Линдюк [18, с. 295]	Іноземні інвестиції на підприємстві – це вкладення капіталу іноземними інвесторами в активи підприємства з метою отримання прибутку, інших вигід та/або досягнення стратегічних цілей.
О. П. Савицька [43, с. 278]	Іноземні інвестиції на підприємстві – це вкладення капіталу іноземними інвесторами в активи підприємства з метою отримання прибутку, інших вигід та/або розвитку підприємства.

Джерело: побудовано автором на основі даних [4, с. 11; 11, с. 49; 13, с. 27; 18, с. 295; 43, с. 278]

З наведеної таблиці можна зробити висновок, що всі автори сходяться на тому, що іноземні інвестиції на підприємстві – це вкладення капіталу іноземними інвесторами в активи підприємства. Однак, існують певні розбіжності в нюансах визначення. Деякі автори (В. М. Герзанич [4, с. 11], Я. Б. Дропа [11, с. 49]) роблять акцент на отриманні прибутку та/або інших вигід, як

основній меті іноземних інвестицій. Інші автори (А. О. Задоя [13, с. 27], А. О. Линдюк [18, с. 295], О. П. Савіцька [43, с. 278]) окрім отримання прибутку, також виділяють інші цілі, такі як диверсифікація ризиків, доступ до нових ресурсів, досягнення стратегічних цілей, розвиток підприємства. Важливо зазначити, що не існує єдиного, універсального визначення поняття «іноземні інвестиції на підприємстві». Кожне з наведених вище визначень має свої плюси та мінуси.

В сучасному глобалізованому світі конкуренція за іноземні інвестиції стає все більш актуальною. Країни ведуть неабияку боротьбу за залучення капіталу, усвідомлюючи, що інвестиції з-за кордону можуть стати ключовим джерелом економічного зростання та розвитку. Проте успіх у цій боротьбі залежить від комплексного підходу до формування сприятливого інвестиційного клімату, що враховує різноманітні аспекти. Створення привабливих умов для іноземних інвесторів передбачає впровадження різноманітних концепцій та підходів до залучення іноземних інвестицій в світі, представлених у таблиці 1.2.

Таблиця 1.2

Огляд концепцій та підходів до залучення іноземних інвестицій у світі

Огляд концепцій та підходів до залучення іноземних інвестицій у світі	
Створення сприятливого інвестиційного клімату	Країни залучають іноземні інвестиції, створюючи прозорі, стабільні та привабливі умови для іноземних інвесторів. Це може включати спрощення податкового законодавства, запровадження заходів для захисту прав власності та зменшення бюрократичних перешкод.
Розвиток інфраструктури	Розвиток інфраструктури, зокрема транспортної, енергетичної та комунікаційної, відіграє важливу роль у приверненні іноземних інвестицій. Покращена інфраструктура може знизити виробничі витрати та підвищити конкурентоспроможність аграрного сектору.
Укладання міжнародних торговельних угод	Укладання торговельних угод та партнерств може забезпечити доступ до нових ринків та сприяти збільшенню обсягів експорту, що в свою чергу може бути привабливим для іноземних інвесторів.
Двосторонні угоди та угоди про вільну торгівлю.	Країни часто укладають угоди про вільну торгівлю та двосторонні інвестиційні угоди для стимулювання іноземних інвестицій. Ці угоди надають інвесторам певні переваги та захист їхніх інвестиційних прав.

Формування спеціалізованих інвестиційних фондів.	Деякі країни створюють спеціалізовані фонди або програми підтримки для залучення іноземних інвестицій у конкретні галузі.
Залучення прямих іноземних інвестицій (ПІІ).	ПІІ, що включають власність чи контроль з боку іноземних інвесторів у підприємствах або проєктах, можуть бути одним із найефективніших методів залучення капіталу.
Громадсько-приватне партнерство.	Уряди співпрацюють з приватним сектором для спільного розвитку проєктів, що може забезпечити доступ до фінансування та експертної підтримки.
Створення спеціальних економічних зон та пільгових умов.	Утворення спеціальних зон або регіонів з пільговими умовами для іноземних інвесторів може стимулювати їхні інвестиції, забезпечуючи різноманітні пільги, такі як податкові пільги чи спрощена процедура отримання дозволів.
Інвестиції в освіту та дослідження.	Розвиток людського капіталу через інвестиції в освіту, тренінги, технологічні дослідження та інновації, що сприяють підвищенню конкурентоспроможності галузі.
Міжнародні інституційні механізми.	Використання підтримки міжнародних організацій, таких як Всесвітній банк, Міжнародний валютний фонд та Європейський банк реконструкції та розвитку, для залучення фінансування та консультативної допомоги для аграрного сектору.
Лібералізація інвестиційного клімату.	Багато країн активно працюють над поліпшенням інвестиційного клімату, зменшуючи бюрократичні перешкоди, спрощуючи процедури отримання дозволів та створюючи сприятливі умови для іноземних інвесторів.

Джерело: побудовано автором за даними [58, с. 5]

Ці концепції та підходи часто використовуються країнами по всьому світу для залучення іноземних інвестицій у різні галузі економіки держави. Успішне залучення іноземних інвестицій базується на комплексному підході до створення сприятливого інвестиційного клімату, який враховує інфраструктуру, ринкову доступність, технологічний розвиток, правову систему та податкову політику. Ці аспекти взаємодіють, створюючи основу для стійкого економічного зростання та приваблення зарубіжних інвесторів. Успішне залучення іноземних інвестицій вимагає не лише окремих заходів, але й системної стратегії, що спирається на взаємодію різних секторів економіки та

державних інституцій. Тільки такий комплексний підхід може стати запорукою стійкого економічного зростання та приваблення іноземних інвесторів у майбутньому.

Інфраструктура є основою економіки країни і включає в себе систему транспорту, енергетики, комунікацій, будівництва тощо. Розвинута інфраструктура створює сприятливі умови для бізнесу, зменшує витрати на виробництво, поліпшує доступність ресурсів та ринків збуту.

Ринкова доступність відображає можливість іноземних компаній здійснювати торгівлю та реалізовувати свою продукцію на внутрішньому ринку. Відкритість до зовнішніх інвестицій, відсутність торговельних бар'єрів та легка доступність до ринку сприяють залученню іноземних інвесторів.

Технологічний розвиток є суттєвим фактором у привабленні іноземних інвестицій. Інновації, дослідження та розвиток новітніх технологій створюють конкурентні переваги, забезпечують високий рівень якості продукції та послуг, що привертає іноземних інвесторів.

Правова система, що базується на прозорих, справедливих та недискримінаційних законодавчих актах, є ключовим фактором для іноземних інвесторів. Гарантія прав власності, захист інвестицій та можливість вирішення правових спорів шляхом судового розгляду або медіації є важливими аспектами для стабільності та довіри в інвестиційному кліматі.

Податкова політика також впливає на рішення іноземних компаній щодо вкладення капіталу. Податкові ставки, інвестиційні стимули, система оподаткування прибутку та інші фіскальні аспекти можуть визначити привабливість країни для іноземних інвесторів.

Державне регулювання відіграє ключову роль у створенні сприятливого інвестиційного клімату. Законодавча база, що регулює умови та порядок залучення іноземних інвестицій в аграрний сектор, повинна бути прозорою та привабливою для потенційних інвесторів. Національні закони та міжнародні

угоди щодо захисту інвестицій забезпечують правовий фундамент для здійснення іноземних інвестицій та гарантують їхню безпеку й стабільність.

Додатково, держава може застосовувати різноманітні інструменти стимулювання іноземних інвестицій. Це можуть бути податкові пільги, інвестиційні гранти, спрощений порядок реєстрації та отримання дозволів, а також спеціальні економічні зони або технопарки, спрямовані на залучення іноземних інвесторів.

Залучення іноземних інвестицій може сприяти розвитку новітніх технологій, впровадженню сучасних методів виробництва та управління, підвищенню якості продукції та її конкурентоспроможності на світовому ринку. Крім того, це може стимулювати економічний розвиток, забезпечуючи нові робочі місця та підвищення рівня життя місцевого населення. Проте, важливо забезпечити баланс між інтересами іноземних інвесторів та внутрішніми потребами країни, зокрема зберегти контроль за власністю на стратегічно важливих об'єктах та уникнути залежності від іноземних інвесторів.

Державне регулювання та стимулювання іноземних інвестицій в аграрному секторі є важливими складовими для забезпечення сталого розвитку сільського господарства, створення сприятливого інвестиційного клімату та забезпечення конкурентоспроможності галузі на міжнародному ринку. Вплив політичних, економічних та соціокультурних факторів на привабливість інвестиційного клімату є ключовим у формуванні сприятливого середовища для залучення інвестицій та розвитку економіки країни. Ці аспекти взаємодіють між собою, створюючи унікальну динаміку, яка впливає на рішення інвесторів і розвиток бізнесу в конкретній країні чи регіоні.

Політичні фактори включають в себе стабільність уряду, законодавчу базу для захисту прав власності та контрактів, а також рівень корупції. Стабільна політична ситуація сприяє довірі інвесторів, адже вона зменшує ризики втрати інвестицій та забезпечує прогнозованість управління бізнесом. Законодавче

забезпечення прав власності є важливою складовою для інвесторів, бо це створює стабільні умови для їхніх інвестицій, а також захищає їхні інтереси. Боротьба з корупцією відіграє ключову роль у відверненні ризиків для інвесторів, адже корупція може значно ускладнити ведення бізнесу та порушити законні права інвесторів.

Економічні фактори включають в себе рівень інфляції, фінансову стабільність, рівень безробіття та ефективність податкової системи. Низький рівень інфляції та фінансова стабільність сприяють стабільності цін та інвестиційному клімату. Рівень безробіття впливає на споживчі можливості в країні, що в свою чергу визначає попит на товари та послуги, що має значення для інвесторів. Ефективна податкова система також важлива для привабливості інвестицій, оскільки вона впливає на прибутковість та оподаткування бізнесу.

Соціокультурні фактори включають в себе освіту, культурні особливості та якість життя. Високий рівень освіти сприяє розвитку кадрового потенціалу країни та інноваційному розвитку. Культурні особливості також мають значення для інвесторів, оскільки вони впливають на споживчі уподобання та попит на конкретні товари і послуги. Якість життя, включаючи доступ до медичних послуг, інфраструктуру та екологічну чистоту, також важлива для інвесторів, які оцінюють умови для свого життя та роботи в країні.

Вплив політичних, економічних та соціокультурних факторів на привабливість інвестиційного клімату необхідно розглядати як комплексний механізм, що взаємодіє та впливає на рішення інвесторів у різних секторах економіки. Цей вплив визначається широким спектром факторів, кожен з яких має вагомую роль у формуванні сприятливого середовища для інвестування та розвитку бізнесу.

Отже, іноземні інвестиції на підприємстві – це багатогранне явище, яке має суттєвий вплив на діяльність підприємства та економіку країни в цілому.

Вивчення та розуміння сутності цього поняття є важливим для прийняття правильних управлінських рішень.

1.2. Концептуальні засади залучення іноземних інвестицій

Залучення іноземних інвестицій є невід'ємною складовою економічного розвитку сучасних держав та ключовим елементом розвитку економіки країн у всьому світі. Різноманітні концепції та підходи до цього процесу є основою успішної стратегії привернення капіталу з-за кордону та використовуються різними країнами для залучення зовнішніх інвестицій у різні галузі. Зростання глобалізації та інтеграції ринків створює нові можливості та виклики для держав, що прагнуть залучити іноземні інвестиції. У даному підрозділі ми розглянемо концептуальні засади залучення іноземних інвестицій, що використовуються у світі для приваблення зарубіжного капіталу, а також висвітливо важливі аспекти цього важливого процесу економічного розвитку.

Концептуальні засади залучення іноземних інвестицій становлять важливий аспект стратегічного економічного розвитку країни. В умовах глобалізації та зростаючої конкуренції на світовому ринку, ефективне привертання іноземних інвестицій відіграє ключову роль у стимулюванні економічного зростання, модернізації виробництва та забезпеченні сталого розвитку. На сьогодні економіка України зазнає значних викликів, пов'язаних з її життєздатністю. Внаслідок широкомасштабної агресії РФ значна частина українського бізнесу зазнав пошкоджень і втрат, деякі підприємства були змушені перенести свою діяльність в більш безпечні регіони країни або навіть за її межі, що призвело до поглиблення економічної кризи. Один із перспективних шляхів економічного відродження полягає у розробці державних планів щодо залучення зовнішнього фінансування. Прикладом такого плану на сьогодні є «План Маршалла» для України, що включає 15 програм у сферах

безпеки, воєнно-промислового комплексу, економіки та соціального розвитку [25]. Для вітчизняних суб'єктів господарювання, особливо для представників малого та середнього бізнесу, залучення іноземних інвестицій є актуальним завданням, проте сам процес формування ефективного механізму їх залучення потребує більш детального аналізу. Модель розробки та впровадження інвестиційної стратегії підприємства наведена у табл. 1.3.

Таблиця 1.3

Модель розробки та впровадження інвестиційної стратегії підприємства

Етап	Характеристика	Завдання	Методи
1. Визначення цілей	Формулювання загальних цілей інвестиційної стратегії, враховуючи стратегічні цілі підприємства та його ресурси.	- Визначити місію та бачення інвестиційної діяльності. - Провести SWOT-аналіз. - Оцінити доступні ресурси. - Встановити чіткі, вимірювані, досяжні, релевантні та часообмежені (SMART) цілі.	- Аналітичні методи. - Експертні оцінки.
2. Аналіз	Оцінка внутрішнього та зовнішнього середовища, що впливає на інвестиційну діяльність підприємства.	- Провести PESTLE-аналіз для оцінки макроекономічних та політичних факторів. - Провести аналіз галузі для оцінки конкурентного середовища. - Оцінити сильні та слабкі сторони підприємства. - Визначити можливості та загрози.	- Аналітичні методи. - Дослідження ринку. - Опитування.
3. Розробка стратегії	Вибір інвестиційних напрямків та інструментів, що відповідають цілям та ресурсам підприємства.	- Розробити портфель інвестиційних проектів. - Оцінити ризики та очікувану прибутковність кожного проекту. - Вибрати оптимальні інвестиційні напрямки та інструменти.	- SWOT-аналіз. - Аналіз ризиків. - Фінансове моделювання.
4. Впровадження стратегії	Реалізація інвестиційних проектів та моніторинг їх ефективності.	- Розробити план впровадження інвестиційної стратегії. - Забезпечити ресурсне забезпечення проектів. - Створити систему моніторингу та контролю. - Вносити корективи до стратегії за потреби.	- Управління проектами. - Контролінг. - Аудит.
5. Оцінка результатів	Порівняння досягнутих результатів з поставленими цілями.	- Провести аналіз результативності інвестиційної діяльності. - Оцінити ступінь досягнення цілей. - Визначити сильні та слабкі сторони реалізації стратегії. - Розробити рекомендації щодо вдосконалення інвестиційної діяльності.	- Фінансовий аналіз. - Аналіз ризиків. - Опитування.

Джерело: побудовано автором за даними [4, с. 11]

Інвестиційна стратегія підприємства є ключовим елементом успішного функціонування та розвитку бізнесу в сучасних умовах. Вона визначає напрямки та обсяги інвестиційних ресурсів, спрямованих на досягнення стратегічних цілей компанії. Розробка та впровадження ефективної інвестиційної стратегії є складним процесом, який вимагає комплексного підходу та урахування різноманітних факторів.

Перший етап розробки інвестиційної стратегії передбачає аналіз внутрішніх та зовнішніх факторів, які впливають на діяльність підприємства. Цей аналіз включає в себе оцінку фінансового стану компанії, конкурентну ситуацію на ринку, тенденції розвитку галузі, а також оцінку ризиків та можливостей. На основі зібраної інформації формулюються стратегічні цілі та завдання, що мають бути досягнуті за допомогою інвестицій [4, с. 11].

Другий етап передбачає розробку конкретних стратегічних рішень, спрямованих на досягнення поставлених цілей. Це включає в себе визначення пріоритетних напрямків інвестування, розробку портфеля проектів, оцінку потенційних інвестиційних об'єктів та їх відбір. Ключовим аспектом цього етапу є забезпечення відповідності інвестиційної стратегії стратегічним цілям та спроможностям підприємства.

Останній етап полягає в впровадженні розробленої стратегії та її подальшому контролі. Це включає в себе алокацію ресурсів для реалізації інвестиційних проектів, організацію управління проектами, а також систематичний моніторинг та оцінку ефективності інвестицій. Крім того, на цьому етапі проводиться коригування стратегії в залежності від зміни ситуації на ринку та внутрішніх факторів [4, с. 11].

Модель розробки та впровадження інвестиційної стратегії підприємства надає комплексний підхід до управління інвестиціями, сприяючи досягненню стратегічних цілей та забезпеченню стійкого розвитку бізнесу. Реалізація цієї

моделі дозволить підприємствам ефективно використовувати свої інвестиційні ресурси та забезпечити конкурентну перевагу на ринку.

Наведені вище етапи та зміст основних кроків залучення іноземних інвестицій у підприємство відображають загальноприйняті в економічній науці принципи та методологічні підходи. Розуміння того, що без обґрунтованих інвестицій успіх на ринку не гарантований, підкреслює важливість розробки інвестиційної стратегії, яка повинна відповідати загальній стратегії розвитку підприємства. Це означає, що інвестиційна стратегія має бути узгодженою з метою та етапами розвитку підприємства, а також з іншими компонентами стратегічного набору.

Процес залучення іноземних інвестицій є ключовою частиною загальної системи стратегічного управління підприємством. Він включає в себе розробку місії, загальних стратегічних цілей розвитку, функціональних стратегій, формування зовнішньоекономічної діяльності, а також способів формування та розподілу ресурсів [15, с. 21]. Автор А. О. Линдюк вказує на те, що при конкретизації стратегії іноземного інвестування на підприємстві, необхідна зовнішня та внутрішня синхронізація [18, с. 295]. Це означає, що терміни впровадження стратегії мають бути узгодженими з загальною стратегією розвитку підприємства та змінами на інвестиційному ринку.

Актуальність залучення іноземних інвестицій в умовах економічної кризи пояснюється суттєвими змінами в зовнішньому середовищі суб'єктів господарювання. Управління інвестиційною діяльністю підприємств стає неможливим без адаптивного управління [39, с. 91]. Розвиток інвестиційної стратегії повинен бути узгодженим з фазами життєвого циклу підприємства та змінами в його діяльності. Важливою умовою актуальності залучення іноземних інвестицій є її відповідність етапу життєвого циклу підприємства. Інвестиційна стратегія повинна дозволити адаптувати інвестиційну діяльність підприємства до можливих змін у його розвитку. Диверсифікація форм інвестиційної

діяльності підприємства має бути прогнозованою та збалансованою з урахуванням ресурсного потенціалу [50, с. 99].

Впровадження іноземних інвестицій є ключовим елементом економічного розвитку багатьох країн. Однак разом із значними перевагами цей процес несе ризики та виклики, які потребують уважного аналізу та управління. Залучення іноземного капіталу може стати джерелом нових технологій, розвитку бізнесу та підвищення конкурентоспроможності, проте воно також вносить нестабільність у фінансову систему, може викликати залежність та створювати соціальні або екологічні проблеми. Отже, дослідження ризиків та вивчення викликів при залученні іноземних інвестицій є необхідним для ефективного управління цим процесом та досягнення сталих та збалансованих результатів.

Залучення іноземних інвестицій може бути перспективним кроком для розвитку країни, однак це також супроводжується різними ризиками і викликами на різних рівнях. Для ефективного управління цими ризиками слід уважно розглядати й аналізувати кожен з них.

Політичні ризики можуть виникнути через зміни у законодавстві, політичних курсах чи нестабільній політичній ситуації у країні. Це може призвести до непередбачуваних змін у правилах гри для інвесторів та порушити їхні плани.

Економічні ризики пов'язані з коливаннями національної економіки, змінами в ринкових умовах та економічних труднощах. Наприклад, зростання інфляції, зміни валютних курсів, економічні кризи тощо можуть негативно позначитися на іноземних інвестиціях.

Соціальні ризики включають у себе аспекти, пов'язані з суспільними настроями, культурними відмінностями, трудовими конфліктами та іншими аспектами, які можуть вплинути на сприйняття іноземного бізнесу в країні.

Валютні ризики стосуються змін валютних курсів, що може призвести до збитків через різницю в обмінних курсах національної валюти та валюти інвестора.

Податкові ризики включають у себе зміни в податковому законодавстві, ставки оподаткування, податкові перевірки тощо, що може вплинути на фінансові показники проекту та призвести до неочікуваних фінансових витрат.

Управління цими ризиками вимагає обачності, стратегічного планування та врахування всіх можливих факторів, що можуть вплинути на іноземні інвестиції. Це може включати в себе використання фінансових інструментів для захисту від валютних ризиків, ретельний аналіз політичного та економічного середовища, а також розробку стратегій управління податковими та соціальними ризиками. Проте, процес залучення іноземних інвестицій не лише відкриває безліч можливостей та ризиків, але й супроводжується численними викликами, які потребують уважного аналізу та управління. Нижче наведено деякі з головних викликів, пов'язаних з залученням іноземних інвестицій.

Залучення іноземних інвестицій необхідно розглядати у контексті різноманітних викликів, що можуть виникнути в цьому процесі. Вирішення цих викликів вимагає комплексного підходу та співпраці між урядом, бізнесом та громадськістю. Розробка стратегій залучення іноземних інвестицій повинна бути узгодженою, цілеспрямованою та спрямованою на забезпечення сталого економічного розвитку країни [12, с. 262].

Одним із основних викликів є конкуренція на міжнародному рівні. Світова економіка постійно змінюється, і країни змагаються за приваблення інвестицій, пропонуючи різні умови та переваги інвесторам. Це створює напружену конкурентну обстановку, яка потребує ретельного аналізу та розробки ефективної стратегії залучення інвестицій.

Екологічні виклики є ще однією важливою складовою при залученні іноземних інвестицій. Сучасні інвестори все більше звертають увагу на

екологічну устійчивість проектів та дотримання екологічних стандартів. Країни, що бажають привабити інвестиції, повинні враховувати ці аспекти, розробляючи ініціативи, спрямовані на збереження навколишнього середовища та створення екологічно чистих технологій.

Залежність від іноземних інвестицій також може стати викликом. У деяких випадках переважний обсяг інвестицій від іноземних компаній може призвести до залежності економіки країни від зовнішніх фінансових джерел. Це може створити ризики в разі глобальних економічних змін або політичних коливань, тому важливо збалансувати внутрішні та зовнішні джерела інвестицій.

Ще одним важливим аспектом є розвиток людських ресурсів. Залучення іноземних інвестицій має сприяти не лише економічному зростанню, а й розвитку людського капіталу. Країни повинні інвестувати в освіту, тренінги та розвиток навичок своїх громадян для забезпечення потреб сучасного ринку праці та створення конкурентоспроможної робочої сили.

Останнім, але не менш важливим, викликом є технологічні та знання виклики. Іноземні інвестори часто зацікавлені в доступі до передових технологій та висококваліфікованих кадрів. Країни, які прагнуть привабити зовнішні інвестиції, повинні розвивати свою науково-технічну базу та забезпечувати доступ до новітніх розробок і навичок, що стане ключовим фактором привабливості для іноземних інвесторів.

Залучення іноземних інвестицій включає в себе певні ризики та виклики, але можна використовувати різноманітні стратегії для їх мінімізації. Нижче наведено таблицю з найпоширеніших стратегій та способів управління ризиками та викликами при залученні іноземних інвестицій.

Стратегії мінімізації ризиків та способи їх управління

Стратегії мінімізації ризиків та способи їх управління	
Диверсифікація портфеля інвестицій	Розподіл інвестицій між різними секторами, галузями або регіонами може допомогти знизити загальний ризик. Це дозволяє зменшити вплив можливих негативних подій на всій вашій інвестиційній позиції.
Аналіз ринку та дослідження	Перед здійсненням інвестицій необхідно ретельно вивчити ринок та потенційні можливості. Аналіз ризиків, оцінка політичної ситуації, економічних та фінансових факторів є важливими етапами.
Страховання ризику	Використання страхових продуктів може бути ефективним способом захисту від можливих втрат через ризики, такі як валютні ризики, політичні ризики тощо.
Укладення договорів та угод	Належне укладення договорів з партнерами чи контрагентами може допомогти у врегулюванні можливих конфліктів та зменшенні ризику невиконання умов співпраці.
Моніторинг та управління ризиками	Постійний моніторинг інвестиційних позицій дозволяє оперативно реагувати на зміни у ринкових умовах та приймати своєчасні рішення для зниження ризиків.
Досвід та консультації фахівців	Отримання порад від досвідчених фахівців чи консультантів з інвестицій може допомогти уникнути багатьох загроз та помилок, пов'язаних з інвестуванням.
Аналіз правової сторони	Ретельне вивчення правового середовища та регулятивних аспектів країни, де планується здійснення інвестицій, допоможе уникнути потенційних юридичних проблем.

Джерело: побудовано автором за даними [59, с. 1-7]

Ефективне управління ризиками у сфері інвестування є критично важливою стратегією для забезпечення стабільності та зниження можливих втрат. Ці стратегії і методи включають диверсифікацію портфеля інвестицій, проведення глибокого аналізу ринку та досліджень, використання страхування ризиків, укладення договорів та угод, систематичний моніторинг і ефективне управління ризиками, залучення досвіду та консультацій фахівців, а також аналіз правових аспектів.

Розвиток залучення іноземних інвестицій у світі в сучасному глобальному економічному контексті вимагає постійного аналізу та прогнозування. З огляду на постійні зміни в технологіях, економічних умовах та політичних факторах, інвестиційні стратегії відображають нові реалії та можливості [45, с. 407].

Прогнози та аналіз очікуваних напрямків розвитку залучення іноземних інвестицій у світі охоплюють широкий спектр факторів, що впливають на глобальні економічні та політичні умови. У зв'язку з постійною зміною глобальних тенденцій та торговельних відносин між країнами, передбачення та аналіз майбутніх тенденцій в інвестиційній сфері потребують комплексного підходу.

Одним із ключових факторів, які впливають на залучення іноземних інвестицій, є стабільність економічної ситуації у країні. Інвестори шукають можливості для вкладання коштів у країни з надійною економікою, дружніми умовами для бізнесу та відповідним рівнем політичної стабільності.

Динаміка глобальних торговельних угод та міжнародних співтовариств може також впливати на рішення щодо інвестування. Зміни у тарифних бар'єрах, угодах про вільну торгівлю та політичні відносини між країнами можуть змінювати привабливість окремих ринків для іноземних інвесторів.

Розвиток новітніх технологій та інноваційних галузей також є важливим стимулом для залучення іноземних інвестицій. Країни, які активно інвестують у дослідження та розвиток нових технологій, зазвичай є привабливими для інвесторів, оскільки це створює можливості для нових бізнес-ідей та інноваційних проєктів.

Крім того, соціальні та екологічні чинники стають все більш важливими для іноземних інвесторів. Країни, які активно працюють над зменшенням впливу на навколишнє середовище та покращенням умов життя населення, можуть привертати увагу інвесторів, які прагнуть вкладати свої кошти в більш сталі та етичні проєкти. У загальному, прогнози та аналіз розвитку залучення іноземних інвестицій у світі вимагають уважного вивчення різноманітних аспектів економіки, політики, технологій та соціальних тенденцій для зрозуміння та передбачення майбутніх напрямків розвитку.

Отже, механізми залучення капіталу, такі як біржові механізми або продаж бізнесу стратегічному інвесторові, надають компаніям широкий спектр можливостей для фінансування та розвитку на міжнародному ринку. Розуміння власних потреб, стратегічних цілей та фінансових можливостей компанії є ключовим для успішного вибору оптимального шляху залучення іноземних інвестицій. Загалом, концептуальні засади залучення іноземних інвестицій виявляються важливим етапом у розвитку підприємств на міжнародному ринку, сприяючи їхньому зростанню та конкурентоспроможності.

1.3. Процес формування стратегії залучення іноземних інвестицій.

Початковий етап формування стратегії залучення іноземних інвестицій включає в себе ретельний аналіз економічного та правового середовища, а також глибоке вивчення специфіки галузі, в якій діє підприємство. Залучення іноземних інвестицій є одним з ключових факторів економічного зростання та розвитку країни. Іноземні інвестиції сприяють створенню нових робочих місць, трансферу технологій та нових знань, а також стимулюють конкурентоспроможність національної економіки [18, с. 295]. Для того, щоб ефективно залучати іноземні інвестиції, країні необхідно мати чітку та продуману стратегію.

Даний підрозділ включає в себе комплекс дій та кроків, спрямованих на привернення іноземних інвестицій для підтримки та розвитку різних секторів національної економіки. Цей процес передбачає аналіз, планування та впровадження стратегічних заходів, спрямованих на залучення капіталу з-за кордону. Нижче на табл. 1.5 наведені основні етапи формування стратегії залучення іноземних інвестицій.

Етапи формування стратегії залучення іноземних інвестицій

Етапи формування стратегії залучення іноземних інвестицій	
1. Аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища	Оцінка економічних, політичних, правових та соціокультурних аспектів країни з метою з'ясування переваг та недоліків для іноземних інвесторів.
2. Визначення стратегічних галузей для інвестицій	Вибір галузей, які є пріоритетними для розвитку та які вигідні для інвестування, з урахуванням наявних ресурсів, технологічного потенціалу та міжнародної конкурентоспроможності.
3. Створення привабливого інвестиційного клімату	Удосконалення законодавства, сприяння заходами по зниженню бюрократичних бар'єрів, забезпечення захисту прав інвесторів та зниження ризиків.
4. Маркетинг та просування	Розробка ефективної маркетингової стратегії для привернення уваги потенційних інвесторів, включаючи участь у міжнародних виставках, конференціях, створення рекламних матеріалів та інформаційних кампаній.
5. Створення партнерських відносин	Встановлення та підтримання контактів з потенційними інвесторами, фондами, міжнародними організаціями та іншими зацікавленими сторонами для спільної реалізації проєктів.
6. Фінансові та податкові стимули	Розробка і впровадження системи фінансових та податкових пільг, які можуть бути привабливими для іноземних інвесторів.
7. Оцінка результативності	Постійний моніторинг та оцінка ефективності стратегії залучення іноземних інвестицій для коригування підходів та досягнення максимального ефекту.

Джерело: побудовано автором на основі даних [60, с. 4]

Перший етап у процесі формування стратегії залучення іноземних інвестицій – це аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища для оцінки економічних, політичних, правових та соціокультурних аспектів країни з метою з'ясування переваг та недоліків для іноземних інвесторів [43, с. 279].

По-перше, аналіз внутрішнього середовища включає вивчення економічних показників країни, таких як стан ВВП, інфляція, рівень безробіття, стан інфраструктури, доступність ресурсів, та інші фінансові та економічні аспекти. Також важливо розглянути політичну стабільність, правову систему, а також вплив регулюючих органів на бізнес-середовище.

По-друге, аналіз зовнішнього середовища включає вивчення міжнародного становища країни, таких як стан економічних відносин з іншими країнами, участь у міжнародних організаціях, торгові угоди та міжнародні санкції, що можуть вплинути на інвестиційний клімат. Додатково, аналізується соціокультурний контекст, включаючи менталітет, віруси, культурні особливості, що можуть впливати на сприйняття та успішність бізнесу в цій країні.

Цей етап допомагає зрозуміти переваги та недоліки для іноземних інвесторів, виявити потенційні ризики та можливості для розвитку. На основі цього аналізу можна визначити стратегічні галузі для інвестицій, створити привабливий інвестиційний клімат, розробити маркетингові стратегії для просування та повернення інвесторів, створити партнерські відносини, розглянути фінансові та податкові стимули для залучення іноземних інвестицій. Окрім того, цей аналіз допомагає оцінити результативність стратегії та внести корективи у плани для досягнення максимального успіху в залученні іноземних інвестицій.

Цей процес вимагає систематичного та комплексного підходу, враховуючи не лише економічні аспекти, але й соціокультурні та політичні фактори, для створення сприятливого середовища для іноземних інвесторів та досягнення успішних результатів у залученні зовнішніх інвестицій.

Визначення стратегічних галузей для інвестицій є другим етапом у процесі залучення іноземних інвестицій. Цей етап передбачає вибір галузей, які виявляються пріоритетними для розвитку та є вигідними для інвестування, з урахуванням наявних ресурсів, технологічного потенціалу та міжнародної конкурентоспроможності.

Під час цього етапу важливо провести глибокий аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища. Внутрішній аналіз охоплює оцінку наявних ресурсів, таких як людські, природні, фінансові, технічні та інші ресурси, що можуть

бути використані для розвитку галузей. Зовнішній аналіз включає в себе оцінку міжнародної конкурентоспроможності галузей, потенційних ризиків і загроз, а також оцінку технологічних можливостей, що можуть вплинути на вибір галузей для інвестування.

На основі проведеного аналізу визначаються галузі, які мають великий потенціал для розвитку та вигідні для інвестування. Це може бути зумовлено рядом факторів, таких як наявність передових технологій, доступ до ринків, існуючий попит на продукцію чи послуги цих галузей, можливості для підвищення продуктивності за рахунок впровадження нових технологій, а також конкурентна перевага на міжнародному ринку.

Створення привабливого інвестиційного клімату є важливим етапом у приверненні іноземних інвестицій. Цей процес передбачає ряд дій, спрямованих на створення сприятливих умов для інвесторів. Один із ключових етапів у цьому процесі - удосконалення законодавства, спрямоване на поліпшення регуляторної сфери для забезпечення захисту прав інвесторів.

На початку цього етапу проводиться аналіз існуючого законодавства щодо інвестицій, виявлення прогалин та проблем, що можуть гальмувати інвестиційну діяльність. Після цього вживаються заходи для удосконалення законодавства шляхом уведення нових правил, законів або модифікації існуючих. Ці кроки спрямовані на створення прозорого, стабільного та привабливого інвестиційного середовища.

Далі, спеціальні комісії або робочі групи можуть впроваджувати заходи по зниженню бюрократичних бар'єрів. Це може включати спрощення процедур реєстрації бізнесу, отримання ліцензій, податкових процедур та інших адміністративних процесів. Зниження бюрократичних перешкод сприяє збільшенню ефективності та швидкості ведення бізнесу, що робить інвестиційне середовище більш привабливим для іноземних інвесторів.

Однак, наряду з удосконаленням законодавства та зменшенням бюрократичних обмежень, надзвичайно важливою є гарантія захисту прав інвесторів. Це означає створення механізмів для вирішення конфліктів та захисту інтересів інвесторів у разі можливих спорів з державними чи приватними структурами. Забезпечення стабільності правового середовища та гарантія додержання угод є ключовими для підтримки довіри інвесторів

Крім того, зниження ризиків інвестування також включає в себе моніторинг та управління економічними та політичними ризиками. Це може включати заходи для запобігання корупції, забезпечення стабільності макроекономічного середовища та розвитку інфраструктури.

Розробка ефективної маркетингової стратегії для залучення уваги потенційних інвесторів є критично важливим етапом у процесі формування стратегії залучення іноземних інвестицій. Цей етап, який включає участь у міжнародних виставках, конференціях, створення рекламних матеріалів та інформаційних кампаній, спрямований на підвищення свідомості про компанію, представлення її переваг та привертання уваги потенційних інвесторів.

Перш за все, необхідно провести детальний аналіз цільової аудиторії, визначивши її потреби, інтереси та очікування. Після цього важливо створити чітку стратегію комунікації, враховуючи особливості аудиторії та визначивши оптимальні канали комунікації для досягнення цілей.

Один з ключових аспектів - участь у міжнародних виставках та конференціях. Це може включати виставкові стенди, панельні дискусії, презентації та інші заходи, які дозволять компанії презентувати свої досягнення, продукти чи послуги, залучаючи увагу іноземних інвесторів. Крім того, важливо активно брати участь у різних бізнес-мережах та заходах, що сприятимуть встановленню контактів із потенційними інвесторами.

Рекламні матеріали та інформаційні кампанії є ще одним важливим елементом маркетингової стратегії. Створення привабливих презентацій,

брошур, відеоматеріалів та інших інформаційних матеріалів дозволить компанії привернути увагу та донести ключові повідомлення до цільової аудиторії. Зокрема, це може включати веб-сайти, демонстраційні матеріали, прес-релізи та соціальні медіа-кампанії.

Ключовим аспектом є вибір оптимальних каналів комунікації та взаємодії з потенційними інвесторами, таких як ведення активного PR, участь у спеціалізованих заходах, спонсорство подій та співпраця з медійними партнерами для максимізації присутності компанії в медіа просторі.

Загалом, розробка ефективної маркетингової стратегії для привернення уваги потенційних інвесторів вимагає комплексного підходу, де поєднуються різноманітні методи комунікації та активність компанії у великому спектрі подій і маркетингових інструментів.

П'ятий етап формування стратегії залучення іноземних інвестицій – це створення партнерських відносин, включаючи встановлення та підтримання контактів з потенційними інвесторами, фондами, міжнародними організаціями та іншими зацікавленими сторонами для спільної реалізації проектів.

Створення партнерських відносин на цьому етапі вимагає систематичного та цілеспрямованого підходу. Підприємство чи організація, що прагне залучити іноземні інвестиції, зазвичай розпочинає цей процес з аналізу своїх потреб і можливостей для інвесторів. Це означає чітке визначення стратегічних цілей, розробку документації проекту, а також створення привабливої пропозиції для потенційних інвесторів.

Одним з ключових аспектів є підбір правильних контактів. Це може включати спілкування на конференціях, участь у виставках, форумах або інших подіях, спрямованих на залучення іноземних інвесторів. Також важливо використовувати мережі зв'язків і партнерств, які вже існують, для отримання рекомендацій та введення до потенційних інвесторів.

Спілкування з цільовими інвесторами має бути цілеспрямованим та ефективним. Це може включати проведення переговорів, презентації проекту, обговорення фінансових аспектів, ризиків та вигод для обох сторін. Важливо забезпечити, що інформація про потенційний проект і його переваги буде передана чітко та привабливо.

Після встановлення контакту необхідно підтримувати відносини з інвесторами. Це може включати регулярне оновлення щодо ходу проекту, забезпечення доступу до додаткової інформації, вирішення можливих питань чи обговорення потенційних проблем.

Створення партнерських відносин також передбачає управління взаємодією з різними зацікавленими сторонами. Це може означати ведення переговорів з урядом для отримання підтримки, співпрацю з міжнародними організаціями для забезпечення додаткових ресурсів чи експертної підтримки, а також співпрацю з іншими компаніями або проектами для спільного успіху.

У підсумку, створення партнерських відносин на етапі встановлення та підтримання контактів з потенційними інвесторами є ключовою складовою успішної стратегії залучення іноземних інвестицій. Цей процес вимагає систематичності, цілеспрямованості та вміння ефективно комунікувати, щоб встановити взаємовигідні партнерства для реалізації проектів.

Фінансові та податкові стимули є важливим елементом стратегії залучення іноземних інвестицій. Розробка та впровадження системи таких пільг спрямовані на створення привабливих умов для потенційних інвесторів з-за кордону.

Цей етап включає аналіз поточних податкових політик та фінансових умов у країні з метою визначення областей для поліпшення. Це може включати розробку спеціальних податкових ставок для іноземних компаній, зниження податків на прибуток чи інші податкові пільги для інвесторів. Також можуть бути розглянуті фінансові стимули, такі як гранти, субсидії або інші форми

фінансової підтримки для іноземних підприємств, які вибирають інвестувати в країну.

Важливим аспектом є не лише розробка таких стимулів, але й їх ефективне впровадження та приведення до реальних переваг для іноземних інвесторів. Це може вимагати змін у законодавстві, ведення переговорів з податковими органами, а також створення механізмів для спрощення процедур отримання цих пільг.

Врахування потреб та очікувань іноземних інвесторів, а також аналіз досвіду інших країн, що успішно застосовують подібні фінансові та податкові стимули, може допомогти у створенні ефективної системи, яка привабить більше іноземних інвестицій у країну.

Постійний моніторинг та оцінка ефективності стратегії важливі для того, щоб усунути можливі недоліки, виявити сильні сторони та коригувати підходи з метою досягнення максимального ефекту.

Моніторинг передбачає систематичне спостереження за ключовими показниками ефективності, такими як обсяг залучених інвестицій, час їх залучення, ступінь впливу на економіку та інші важливі показники. Оцінка проводиться на основі порівняння фактичних результатів з запланованими показниками, а також врахуванням внутрішніх і зовнішніх факторів, що можуть вплинути на стратегію [46, с. 234].

Цей етап дозволяє виявити проблемні моменти або можливості для поліпшення. Наприклад, якщо стратегія не досягла очікуваних результатів через зміну законодавства в країні, то необхідно шукати нові шляхи повернення інвестицій або адаптувати підходи до нових умов.

Важливим аспектом оцінки є аналіз конкурентоспроможності стратегії порівняно з аналогічними програмами в інших країнах або регіонах. Це дозволяє визначити переваги і недоліки в порівнянні з конкуренцією та знайти шляхи для покращення.

У результаті оцінки може бути прийнято рішення про коригування або покращення стратегії залучення іноземних інвестицій. Це може включати зміну підходів, перегляд маркетингової стратегії, модифікацію інструментів приваблення інвесторів або зміну цільових ринків.

Загалом, постійний моніторинг і оцінка ефективності є ключовими етапами у формуванні успішної стратегії залучення іноземних інвестицій, що дозволяють адаптувати підходи та досягти максимального ефекту в умовах постійної зміни економічного середовища.

Стратегія залучення іноземних інвестицій для підприємства оцінюється за критеріями, які були представлені на рис. 1.1.

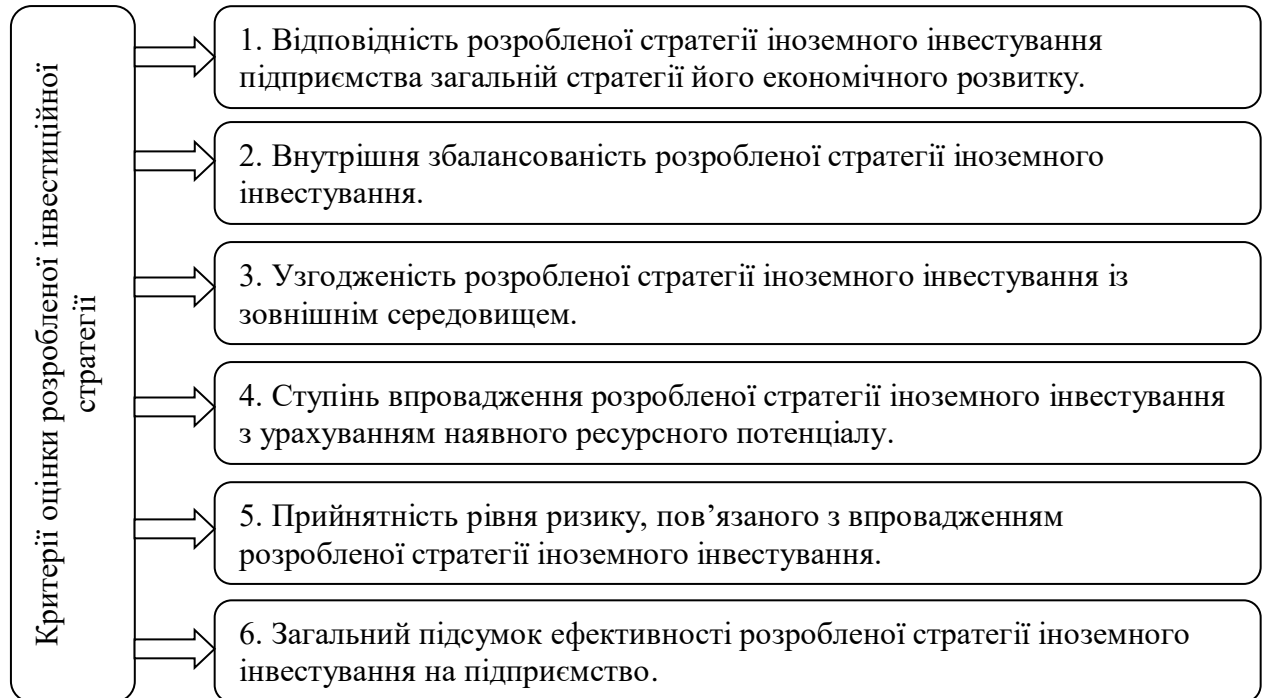


Рис. 1.1. Основні критерії оцінки ефективності розробленої стратегії іноземного інвестування на підприємство

Джерело: побудовано автором на основі даних [40, с. 115]

За словами О. П. Савіцька, під час збігу стратегії іноземного інвестування з загальною стратегією економічного розвитку підприємства перевіряється

відповідність цілей, напрямків і етапів реалізації цих стратегій [43, с. 278]. Фактори, які слід враховувати при розробці стратегії залучення іноземних інвестицій:

- Політична та економічна стабільність. Інвестори не будуть вкладати капітал в країну, де існує високий рівень політичної та економічної нестабільності.

- Захист прав інвесторів. Інвестори повинні бути впевнені, що їхні права будуть захищені державою.

- Прозорість та передбачуваність державної політики. Інвесторам потрібна чітка та передбачувана державна політика, щоб вони могли планувати свою діяльність.

- Наявність кваліфікованої робочої сили. Інвесторам потрібна кваліфікована робоча сила, щоб вести свій бізнес.

- Розвинена інфраструктура. Інвесторам потрібна розвинена інфраструктура, включаючи транспорт, енергетику та комунікації.

- Сприятливий податковий режим. Інвесторам потрібний сприятливий податковий режим, який буде стимулювати їх вкладати капітал в країну [19, с. 219].

Формування стратегії залучення іноземних інвестицій є складним процесом, який потребує ретельного аналізу та планування. При розробці стратегії необхідно враховувати багато факторів, таких як політична та економічна стабільність, захист прав інвесторів, прозорість та передбачуваність державної політики, наявність кваліфікованої робочої сили, розвинена інфраструктура та сприятливий податковий режим.

При аналізі внутрішньої збалансованості стратегії залучення іноземних інвестицій на підприємство визначається відповідність окремих стратегічних цілей та напрямків інвестиційної діяльності, а також послідовність їх реалізації та прийнятні часові рамки реалізації інвестиційної стратегії. Автор Я. Б. Дропа

[11, с. 49] підкреслює, що при узгодженні стратегії іноземного інвестування на підприємство з зовнішнім середовищем важливо враховувати чутливість розробленої стратегії до прогнозованих змін економічного розвитку та інвестиційного клімату країни, а також умов інвестиційного ринку. З іншого боку, А. О. Задоя [13, с. 27] наголошує на врахуванні потенціалу підприємства при оцінці можливостей впровадження стратегії іноземного інвестування, враховуючи всі необхідні ресурси – фінансові, трудові, технологічні, енергетичні тощо.

Згідно з О. П. Савіцькою [43, с. 278], при оцінці прийнятності рівня ризику, пов'язаного з впровадженням інвестиційної стратегії підприємства, враховуються рівні основних інвестиційних ризиків та їх можливі фінансово-господарські наслідки, а також відсутність істотних перешкод для впровадження стратегії іноземного інвестування на підприємство. Оцінка ефективності інвестиційних програм в компаніях, за його словами, базується на визначенні економічної ефективності їх реалізації, а також на аналізі неекономічних результатів, таких як підвищення іміджу підприємства, поліпшення умов праці працівників та престижність економічних зон [12, с. 261].

Оскільки інвестування є невід'ємною частиною стратегічного розвитку господарської діяльності, розширення ринків збуту та підвищення загальної конкурентоспроможності, підприємствам потрібно оперативно реагувати на будь-які погіршення виробничих процесів, уникати можливих ризиків та ефективно використовувати наявні резерви для збільшення інвестиційної привабливості [18, с. 295]. Зараз інвестиційний клімат в Україні є невизначеним через військові події, що призводить до обмежень для іноземних інвесторів у секторі промисловості. Однак, за думкою багатьох експертів, у майбутньому ситуація може змінитися, і новим інвесторам може бути вигідно входити на український ринок. Тому національна підтримка уряду грає важливу роль у

залученні зарубіжних інвестицій та полегшенні умов для бізнесу загалом. Держава має зменшити фактори, що стримують розвиток вітчизняного виробництва, такі як недостатній попит, фінансові обмеження та дефіцит робочої сили. Доцільними будуть заходи щодо зменшення загального рівня корупції та лібералізація податкової системи [5, с. 98].

Отже, процес формування стратегії залучення іноземних інвестицій є складним та багатогранним завданням для будь-якого підприємства чи країни. З огляду на глобалізацію та постійні зміни в економічному середовищі, важливо мати чіткий план дій для привернення іноземних інвесторів. Стратегія залучення іноземних інвестицій повинна бути відповідною загальній стратегії розвитку підприємства чи країни, що передбачає узгодженість цілей, напрямків та етапів реалізації обох стратегій. Стратегія повинна бути адаптивною до прогнозованих змін економічного розвитку, інвестиційного клімату та умов інвестиційного ринку. Оцінка можливостей впровадження стратегії повинна враховувати наявний ресурсний потенціал. Це охоплює фінансові, трудові, технологічні та енергетичні ресурси, які можуть бути використані для здійснення інвестиційних проєктів. Перед впровадженням стратегії необхідно оцінити рівень ризику, пов'язаний з інвестиціями, що включає аналіз основних інвестиційних ризиків та їх можливі фінансово-господарські наслідки для підприємства. Для успішного залучення іноземних інвестицій важлива підтримка з боку держави, що включає мінімізацію факторів, які обмежують розвиток виробництва, зниження рівня корупції та лібералізацію податкової системи. У цілому, успішна стратегія залучення іноземних інвестицій потребує комплексного підходу, враховуючи внутрішні та зовнішні фактори, які впливають на інвестиційний процес. Це допоможе забезпечити стабільний та стійкий економічний розвиток для підприємства чи країни.

Висновки за розділом 1

Сутність іноземного інвестування полягає у вкладенні капіталу, ресурсів та активів іноземних підприємств, фізичних осіб або держав у господарську діяльність країни-одержувача з метою отримання прибутку або досягнення певних стратегічних цілей. Цей процес сприяє економічному зростанню, обміну технологіями та знаннями, створенню нових робочих місць та розвитку інфраструктури. Обґрунтовано, що іноземні інвестиції є важливим чинником розвитку будь-якої національної економіки та сприяють підвищенню її конкурентоспроможності на світовому ринку.

Концептуальні засади залучення іноземних інвестицій включають створення сприятливих умов для іноземних інвесторів, впровадження ефективної правової бази, стимулювання інноваційних проєктів та розвиток фінансової системи. Визначено, що ключовими елементами успішної концепції є стабільність політичного середовища, наявність прозорих та стабільних правил гри для інвесторів, а також належна інфраструктура для розвитку бізнесу та залучення іноземних капіталів.

Процес формування стратегії залучення іноземних інвестицій базується на аналізі економічних потенціалів країни, визначенні пріоритетних секторів для інвестування, розробці маркетингових заходів для просування можливостей інвестування, а також створенні механізмів заохочення іноземних інвесторів. Запропоновано, що ефективна стратегія ґрунтується на комбінації фінансових і нефінансових заходів, спрямованих на залучення капіталу та створення сприятливих умов для іноземних інвесторів, що підвищує конкурентоспроможність країни на міжнародній арені.

РОЗДІЛ 2. СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ УМОВ ЗАЛУЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙ ДО УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОГО СЕКТОРУ

2.1 Особливості залучення іноземних інвестицій в аграрний сектор України

Аграрний сектор України має значний потенціал для залучення іноземних інвестицій [102], адже країна володіє родючими ґрунтами, сприятливим кліматом та кваліфікованою робочою силою. Іноземні інвестори можуть привнести в аграрний сектор України новітні технології та методи ведення господарства, що сприятиме підвищенню продуктивності та ефективності виробництва.

Іноземні інвестори можуть збільшити обсяги інвестицій в аграрний сектор України, що сприятиме його модернізації та розвитку. Залучення іноземних інвестицій призведе до створення нових робочих місць в аграрному секторі та інших галузях економіки. Завдяки впровадженню новітніх технологій та методів ведення господарства, аграрна продукція України стане більш конкурентоспроможною на світовому ринку, що призведе до збільшення експортного потенціалу.

Загалом, залучення іноземних інвестицій в аграрний сектор України є складним, але перспективним процесом, який може прискорити розвиток галузі та сприяти економічному зростанню країни.

Залучення іноземних інвестицій в аграрний сектор України відкриває широкі можливості для співпраці та обміну досвідом з провідними світовими компаніями. Цей процес не лише стимулює впровадження інновацій та підвищення ефективності виробництва, але й сприяє створенню сприятливого клімату для розвитку бізнесу в Україні загалом. Важливо підкреслити, що

успішна інтеграція іноземних інвестицій потребує чіткого регулювання та врахування національних інтересів. Розвиток аграрного сектору за участю іноземних інвесторів має бути збалансованим, з урахуванням потреб місцевих спільнот, екологічних стандартів та соціальної відповідальності. Тільки такий підхід забезпечить сталість і успішність розвитку аграрного сектору України в довгостроковій перспективі.

Згідно з дослідженнями Міністерства захисту довкілля та природних ресурсів України, агросектор України складається з різних галузей, таких як, рослинництво, зернові культури, овочі, фрукти, лісове господарство, а також тваринництво, у тому числі птахівництво [103]. М'ясо птиці займає важливе місце в структурі аграрного виробництва України, а курятина відіграє значущу роль, представляючи важливу складову виробництва та експорту продукції.

Україна має значний потенціал для вирощування птиці та виробництва курятини завдяки своїм природним ресурсам, кліматичним умовам та досвіду в цій галузі. Виробництво курятини відкриває широкі можливості для експорту та привертання іноземних інвестицій, сприяючи розвитку аграрного сектору та загального економічного зростання країни. Залучення іноземних інвестицій у сферу вирощування птиці дозволить впровадити новітні технології та підвищити продуктивність галузі, що зробить українську курятину більш конкурентоспроможною на світовому ринку. Такий розвиток сприятиме створенню нових робочих місць та підвищенню життєвого рівня населення, сприяючи соціально-економічному прогресу країни.

У даному підрозділі проведемо дослідження факторів макромаркетингового середовища для українських компаній на ринку курятини України. Дослідимо фактори впливу на цей ринок.

Політико-правові фактори (табл. 2.1):

Попередня таблиця політико-правових факторів макросередовища
виробників курятини

№ п.п.	Фактор	Вплив на попит/пропозицію	Загроза/Можливість (+/-)
1	Обмеження на продаж замороженої курятини	Попит	-
2	Законодавчі обмеження використання замороженої курятини	Попит	-
3	Відповідальність виробника за збут курятини	Пропозиція	-
4	Зручність системи розрахунку податку на прибуток	Пропозиція	+
5	Механізм зниження сільськогосподарських податків	Пропозиція/Попит	-
6	Обмеження реклами курячого м'яса	Попит	-
7	Обмеження імпорту сировини для виробництва курятини	Пропозиція	-
8	Державні субсидії виробникам курятини	Пропозиція	+
9	Державний контроль якості та безпечності продукції	Пропозиція/Попит	+/-
10	Законодавство про захист конкуренції	Пропозиція/Попит	+/-
11	Трудове законодавство	Пропозиція	+/-
12	Екологічне законодавство	Пропозиція/Попит	+/-

М'ясо птиці займає перше місце за обсягом виробництва та споживання в Україні. За даними Міністерства аграрної політики та продовольства України [102] у 2023 року громадяни споживали в середньому по 27 кг птиці, 19,8 кг свинини та 7,4 кг яловичини на одну особу. У 2022 році ці показники були 26,2 кг, 20,3 та 7 кг відповідно. Так, споживання м'ясної продукції зросло на 0,7 кг на одну людину за останній календарний рік. Торік споживання м'яса в Україні на 1 особу склало 54,2 кг, за мінімальної норми 52 кг. [102].

Імпорт усіх трьох видів м'яса знизився на 52 тис. тон

– до 108 тисяч тонн. Водночас, цього року українці почали споживати більше, ніж минулого року, м'яса птиці та яловичини. Натомість імпортовано

м'яса птиці було на 17 тисяч тонн менше – 61 тисяча тонн, а яловичини на 2 тисячі тонн менше – 5 тисяч тонн. Знизився також імпорт свинини з 74 тис. тонн до 41 тис. тонн. Відповідно до споживання збільшилося і виробництво: м'яса птиці вироблено більше на 32 тис. тонн – до 1 млн 285 тисяч тонн, яловичини на 4 тисячі тонн – до 272 тисяч тонн [102].

Сектор вважається одним з найбільш інтенсивних у сільському господарстві та включає в себе високу щільність поголів'я, вирощування в закритих приміщеннях та використання швидкозростаючих порід, отриманих шляхом генетичної селекції. За оцінками, 90% м'ясних курей вирощуються в таких системах. Проте в Україні спостерігається зростання кількості альтернативних систем виробництва курятини, таких як вільний вигул та органічне виробництво. Можемо зробити припущення про те, що вагомість політико-правових факторів у підсумку буде однією з найвищих.

Таблиця 2.2

Підсумкова таблиця політико-правових факторів макросередовища виробників курятини

№ п.п.	Фактор	Експертна бальна оцінка значущості фактору (1-10)	Варіанти вирішення проблеми або реалізації можливості
1	2	3	4
1	Наявність обмежень на продаж замороженої курятини	5	1. Збут через інші канали, такі як роздрібні мережі, онлайн-магазини, тощо, в тому числі цілодобові. 2. Активна політика просування продукції: рекламні кампанії, дегустації, участь у виставках, співпраця з інфлюенсерами. 3. Розробка нових продуктів з замороженої курятини, які не підпадають під обмеження.
2	Наявність законодавчих обмежень з використання курятини в замороженому вигляді	5	1. Позиціонування продукції з акцентом на екологічність та безпечність упаковки. 2. Витіснення конкурентів за рахунок більш якісної продукції, цінової конкуренції та збереження традиційних методів виробництва.
3	Наявність відповідальності виробника за збут курятини	6	1. Облаштування пунктів прийому використаної упаковки на точках збуту. 2. Впровадження системи заохочень для споживачів (знижки, бонуси). 3. Активна інформаційна кампанія про відповідальність виробника та важливість правильного поводження з упаковкою.

1	2	3	4
4	Зручність застосовуваної системи розрахунку податку на прибуток	3	1. Аналіз можливості оптимізації податкових платежів в рамках чинного законодавства. 2. Використання програмного забезпечення для автоматизації розрахунку податків. 3. Звернення за консультацією до податкових експертів.
5	Наявність механізму зниження сільськогосподарських податків для виробників курятини	5	1. Збір та аналіз інформації про умови отримання податкових пільг. 2. Оформлення необхідних документів та подання заявки на отримання пільг. 3. Оптимізація виробничих процесів для максимального використання пільгових умов.
6	Наявність законодавчих обмежень реклами курячого м'яса	8	1. Використання альтернативних каналів просування: соціальні мережі, контент-маркетинг, участь у тематичних заходах. 2. Розробка креативних рекламних кампаній, які відповідають чинним законодавчим обмеженням. 3. Співпраця з лідерами думок та блогерами для просування продукції.
7	Наявність законодавчих обмежень на імпорт основної сировини для виробництва курятини	4	1. Пошук надійних місцевих постачальників сировини, які відповідають стандартам якості компанії. 2. Диверсифікація постачальників сировини для зниження ризиків залежності від одного імпортера. 3. Розробка власної сировинної бази (вирощування курей) для забезпечення повного контролю над якістю.

Українські виробники курей та яєць мають можливість скористатися підтримкою з боку організації спільного ринку, яка діє в рамках національної сільськогосподарської політики. Ця політика регулює торгівлю, встановлює стандарти якості та надає допомогу у разі епідемій та захворювань. Виробники також можуть отримати фінансову підтримку від національного рівня через різноманітні програми розвитку сільських територій, які фінансуються урядом. Дослідження в галузі птахівництва також отримують фінансування через спеціальні фонди, спрямовані на розвиток аграрного сектору.

Сектори птахівництва та яєць в Україні підпадають під регулювання законодавства, яке охоплює безпеку харчових продуктів, громадське здоров'я, захист тварин, екологічні стандарти, торгівельні норми та маркетинг, а також добробут тварин протягом усього циклу виробництва, включаючи транспортування та забій. Спеціальне законодавство встановлює мінімальні стандарти та вимоги щодо умов утримання курей та курей-несучок.

Україна також активно бере участь у міжнародній торгівлі яєць та курячого м'яса та є одним із найбільших експортерів курячої продукції в світі. Птахівництво в Україні розвинене досить сильно, виробництво яєць становить значну частину аграрного сектору країни. Україна експортує свою продукцію до різних країн, включаючи країни Європи, СНД та інші регіони.

У 2021 український парламент прийняв Закон про заборону жорстокого поводження з тваринами та висловив занепокоєння стосовно недостатнього дотримання національних стандартів у галузі добробуту тварин та використання антимікробних препаратів. Він закликав уряд розробити стратегію для підтримки кращих практик в галузі вирощування курей та забезпечення збалансованого розвитку птахівництва в країні. До економічних факторів макромаркетингового середовища українських виробників курятини на внутрішньому відносимо (табл. А.1 Додатку А):

Таблиця 2.3

Підсумкова таблиця економічних факторів макросередовища виробників курятини на ринку України

№ п.п.	Фактор	Експертна бальна оцінка значущості фактору (1-10)	Варіанти вирішення проблеми або реалізації можливості
1	Темпи зростання ринку курятини	5	1. Запропонувати доступні ціни на продукцію, щоб стимулювати попит. 2. Провести рекламні кампанії та акції, щоб збільшити обсяг продажів. 3. Розробити нові продукти з курятини, які відповідають потребам та смакам споживачів.
2	Динаміка частки курятини в загальному обсязі продажу м'яса	7	1. Провести маркетингові дослідження, щоб краще зрозуміти потреби та вподобання споживачів. 2. Розробити рекламні кампанії, які підкреслюють переваги курятини перед іншими видами м'яса. 3. Співпрацювати з роздрібними мережами, щоб розширити доступність продукції.
3	Динаміка зовнішньої торгівлі курятиною	6	1. Провести аналіз можливостей експорту продукції на нові ринки. 2. Розробити стратегію диференціації продукції, щоб зробити її більш конкурентоспроможною на міжнародному ринку. 3. Взяти участь у міжнародних виставках та ярмарках.

№ п.п.	Фактор	Експертна бальна оцінка значущості фактору (1-10)	Варіанти вирішення проблеми або реалізації можливості
4	Стабільність застосовуваних сільськогосподарських податків на курятину	4	1. Регулярно моніторити зміни в податковому законодавстві. 2. Співпрацювати з податковими органами, щоб оптимізувати податкові платежі. 3. Розглянути можливість використання податкових пільг, якщо такі доступні.
5	Застосовувана ставка ПДВ	4	1. Провести аналіз впливу ПДВ на ціноутворення та рентабельність. 2. Розробити стратегію оптимізації витрат, щоб мінімізувати вплив ПДВ. 3. Розглянути можливість перекладання частини витрат на споживачів через підвищення ціни.
6	Вплив пандемії COVID-19 на діяльність малого та середнього бізнесу	8	1. Впровадити заходи з захисту здоров'я та безпеки працівників. 2. Перевести частину роботи на дистанційний режим. 3. Використовувати онлайн-канали для просування та продажу продукції.
7	Динаміка доходів населення	7	1. Провести дослідження, щоб зрозуміти, як зміна доходів населення впливає на купівельну поведінку. 2. Розробити гнучку цінову політику, яка враховує різні рівні доходів. 3. Запропонувати акції та знижки для стимулювання попиту.
8	Вплив на динаміку споживання сезонності попиту на курятину	5	1. Розробити маркетингові кампанії, які стимулюють попит на курятину в сезон спаду. 2. Запропонувати спеціальні ціни та акції на курятину в сезон спаду. 3. Розробити нові продукти з курятини, які підходять для споживання в сезон спаду.

Враховуючи війну з РФ та загальні економічні труднощі та нестабільність, що призвели до зменшення ВВП України з 199.77 млрд. дол. у 2021 році до 160.5 млрд. дол. у 2022 році [28], а також до зростання цін на продукти харчування та девальвації національної валюти, можна припустити, що доступність курятини для певних шарів населення в країні може значно зменшитися. Невпевненість на економічному фронті може призвести до зменшення споживчого попиту на м'ясо, включаючи курятину, серед українців. Збільшення інфляції може підвищити ціни на курятину, зробивши її менш доступною для певних груп населення.

Поряд з цим, зниження вартості національної валюти з 28.31 грн за долар на початку 2022 року до 39.78 грн у травні 2024 року [104] може зробити експорт української курятини більш конкурентоспроможним на міжнародних ринках. Пониження вартості національної валюти може зробити українські товари, такі як курятина, дешевшими для закордонних покупців. Оскільки курятина стає більш доступною на міжнародних ринках через зниження вартості національної валюти, українські виробники можуть збільшити обсяги експорту. Це може стати додатковим стимулом для розвитку галузі птахівництва в Україні та зменшити внутрішні проблеми з доступністю курятини за рахунок збільшення обсягів експорту. Проте, це також може збільшити вартість імпортової курятини, що може негативно вплинути на покупців в Україні. Уряд України може вживати заходів для підтримки внутрішнього виробництва курятини, таких як надання субсидій фермерам або введення обмежень на імпорт м'яса.

Глобальні економічні фактори, такі як коливання цін на корми та сировину, можуть впливати на вартість виробництва курятини в Україні, що може вплинути на її конкурентоспроможність на ринку. Крім того, українські виробники курятини зазнають конкуренції з боку інших країн.

Зміна споживчих уподобань, така як зростання популярності вегетаріанства або веганства, може призвести до зниження попиту на курятину в Україні, зокрема серед молоді та міського населення.

Населення України у 2024 року становить близько 33.4 мільйонів людей. Народжуваність в Україні скоротилася на третину від довоєнного повномасштабного рівня та поступове скорочення кількості населення України у зв'язку з тимчасово окупованими територіями та міграції до інших країн може призвести до зменшення попиту на курятину. Вікова структура населення України стає все більш старшою. Це може призвести до зміни попиту на курятину, адже люди похилого віку, як правило, вживають менше м'яса.

Підсумкова таблиця демографічних факторів макросередовища
виробників курятини на ринку України

№ п.п.	Фактор	Експертна бальна оцінка значущості фактору (1-10)	Варіанти вирішення проблеми або реалізації можливості
1	Гендерна структура населення	2	<ol style="list-style-type: none"> 1. Розробка маркетингових кампаній, орієнтованих на жінок, з урахуванням їхніх потреб та вподобань. 2. Розширення асортименту продукції з курячого м'яса, що відповідає смакам та стилю життя жінок. 3. Співпраця з інфлюенсерами та лідерами думок серед жінок для просування продукції.
2	Вікова структура населення	4	<ol style="list-style-type: none"> 1. Проведення маркетингових кампаній, спрямованих на різні вікові групи, з урахуванням їхніх потреб та вподобань. 2. Розробка нових продуктів з курячого м'яса, які цікаві різним віковим групам. 3. Співпраця з освітніми закладами та дитячими організаціями для популяризації здорового харчування, яке включає курятину.
3	Динаміка споживання м'яса неповнолітніми	3	<ol style="list-style-type: none"> 1. Розробка маркетингових кампаній, які відповідають етичним нормам та не стимулюють безпосередньо споживання м'яса неповнолітніми. 2. Акцент на інформаційних кампаніях про користь здорового харчування, яке включає курятину, з урахуванням рекомендацій дієтологів. 3. Співпраця з батьками та педагогами для формування свідомого ставлення до харчування у дітей.
4	Рівень урбанізації	3	<ol style="list-style-type: none"> 1. Зосередження маркетингових зусиль на великих містах, де рівень урбанізації вищий. 2. Розробка зручних форматів упаковки та доставки продукції для міських жителів. 3. Співпраця з мережами супермаркетів та кафе в містах.

На початок війни рівень урбанізації в Україні становить близько 69%. Це може призвести до зростання попиту на курятину, адже люди, які живуть у містах, як правило, вживають більше м'яса, ніж люди, які живуть у сільській місцевості. Рівень освіти в Україні стає все більш високим. Це може призвести до зміни попиту на курятину, адже люди з більш високим рівнем освіти, як правило, більш обізнані про здорове харчування. Рівень інфляції збільшується та це може призвести до зменшення попиту на курятину, адже люди з менш високим рівнем доходів, як правило, можуть дозволити собі менше м'яса. Етнічний склад населення України є досить однорідним. Це може призвести до

того, що попит на курятину буде більш стійким до змін у демографічній ситуації. Міграція може призвести до зміни попиту на курятину. Наприклад, якщо в Україну буде мігрувати багато людей з країн, де курятина є традиційним продуктом харчування, це може призвести до зростання попиту на курятину.

Таблиця 2.5

Підсумкова таблиця науково-технічних факторів макросередовища виробників курятини на ринку України

№ п.п.	Фактор	Експертна бальна оцінка значущості фактору (1-10)	Варіанти вирішення проблеми або реалізації можливості
1	Рівень інновацій у сфері виробництва курятини	7	<ol style="list-style-type: none"> 1. Впровадження нових технологій та методів вирощування курей, які дозволяють отримати більш якісне м'ясо. 2. Розробка нових продуктів з курячого м'яса, які відповідають сучасним трендам та потребам споживачів. 3. Використання інноваційних методів упаковки та зберігання курятини, які дозволяють продовжити термін придатності та зберегти свіжість продукту.
2	Рівень Інтернетизації	5	<ol style="list-style-type: none"> 1. Створення веб-сайту та онлайн-магазину для просування продукції та здійснення онлайн-продажів. 2. Використання соціальних мереж для спілкування з споживачами, проведення рекламних кампаній та отримання зворотного зв'язку. 3. Запуск мобільного додатку для зручного замовлення та доставки продукції.
3	Рівень підготовки висококваліфікованих кадрів у сфері виробництва курятини	4	<ol style="list-style-type: none"> 1. Співпраця з навчальними закладами для підготовки кваліфікованих кадрів. 2. Проведення навчальних програм та тренінгів для співробітників. 3. Запрошення до роботи досвідчених фахівців.
4	Рівень розвитку транспортної інфраструктури	6	<ol style="list-style-type: none"> 1. Оптимізація маршрутів доставки курятини для зменшення витрат та часу транспортування. 2. Використання мультимодального транспортування (залізничний, автомобільний, повітряний) для доставки продукції на далекі відстані. 3. Впровадження систем GPS-моніторингу транспорту для контролю за його рухом та забезпечення своєчасної доставки продукції.

Селекція курей на більш швидке зростання та кращу конверсію корму може призвести до зниження витрат на виробництво курятини. Виведення нових порід курей, які є більш стійкими до хвороб, може також допомогти знизити витрати та покращити якість продукції. Розробка нових кормів та методів годівлі може призвести до покращення продуктивності курей та якості курятини. Використання нових технологій, таких як автоматизовані системи годівлі, може допомогти знизити витрати та покращити контроль над процесом годівлі.

Розробка нових вакцин та методів лікування хвороб курей може допомогти знизити ризик епідемій та покращити якість продукції. Використання нових технологій, таких як генетичне тестування, може допомогти ранньому виявленню та лікуванню хвороб.

Розробка нових технологій переробки та зберігання курятини може допомогти продовжити термін зберігання продукції та покращити її якість. Використання нових методів упаковки може допомогти зберегти свіжість курятини та зробити її більш зручною для споживачів.

Використання інформаційних технологій може допомогти виробникам курятини краще управляти своїми господарствами, відстежувати дані та приймати більш обґрунтовані рішення. Важливо зазначити, що всі ці фактори взаємопов'язані і можуть мати як позитивний, так і негативний вплив на виробників курятини на ринку України.

Для того, щоб бути успішними, виробникам курятини в Україні важливо постійно відслідковувати науково-технічний прогрес та адаптувати свою стратегію відповідно до змін. Зростання популярності альтернативних джерел білка, таких як рослинні білки, може призвести до зниження попиту на курятину. Зростання еко-свідомості споживачів може призвести до попиту на курятину, яка виробляється етично та з мінімальним впливом на навколишнє середовище.

Підсумкова таблиця природних факторів макросередовища виробників
курятини на ринку України

№ п.п.	Фактор	Експертна бальна оцінка значущості фактору (1-10)	Варіанти вирішення проблеми або реалізації можливості
1	Рівень якості м'ясопереробної сировини	6	1. Впровадження системи контролю якості на всіх етапах виробництва. 2. Співпраця з надійними постачальниками сировини. 3. Використання новітніх технологій переробки м'яса.
2	Наявність основної сировини для виробництва курятини	5	1. Розвиток власного птахогосподарства для забезпечення сировиною. 2. Укладення довгострокових контрактів з постачальниками сировини. 3. Диверсифікація постачальників сировини для зниження ризиків залежності від одного постачальника.
3	Рівень розвиненості виробництва додаткової сировини, необхідної для виробництва курятини	3	1. Вивчення можливості виробництва додаткової сировини самостійно. 2. Співпраця з виробниками додаткової сировини для отримання пільгових умов поставки. 3. Пошук альтернативних постачальників додаткової сировини.
4	Сприятливість погодних умов	4	1. Розробка стратегії диверсифікації виробництва на випадок несприятливих погодних умов. 2. Страхування ризиків, пов'язаних з погодними умовами. 3. Впровадження заходів з економії ресурсів (води, енергії).

Клімат України помірно-континентальний. Це може призвести до ризику екстремальних погодних явищ, таких як посуха, повені та заморозки, які можуть негативно вплинути на виробництво курятини. Вода є важливим ресурсом для виробництва курятини. Дефіцит води може призвести до збільшення витрат на виробництво курятини. Земля є важливим ресурсом для виробництва курятини. Зростання цін на землю може призвести до збільшення витрат на виробництво курятини. Енергія є важливим ресурсом для виробництва курятини. Зростання цін на енергію може призвести до збільшення витрат на виробництво курятини. Забруднення навколишнього середовища може негативно вплинути на якість курятини. Виробникам курятини важливо

вживати заходів для захисту своїх господарств від забруднення. Важливо зазначити, що всі ці фактори взаємопов'язані і можуть мати як позитивний, так і негативний вплив на виробників курятини на ринку України. Для того, щоб бути успішними, виробникам курятини в Україні важливо постійно відслідковувати природні фактори та адаптувати свою стратегію відповідно до змін.

Таблиця 2.7

Підсумкова таблиця культурних факторів макросередовища виробників курятини на ринку України

№ п.п.	Фактор	Експертна бальна оцінка значущості фактору (1-10)	Варіанти вирішення проблеми або реалізації можливості
1	Культура споживання курячого м'яса	3	1. Проведення маркетингових досліджень для вивчення культури споживання курячого м'яса в Україні. 2. Розробка маркетингових кампаній, які враховують особливості культури споживання курячого м'яса. 3. Співпраця з лідерами думок та інфлюенсерами, які мають вплив на цільову аудиторію.
2	Релігійний склад населення	3	1. Проведення маркетингових досліджень для вивчення особливостей релігійного складу населення України. 2. Розробка маркетингових кампаній, які не зачіпають релігійних почуттів споживачів. 3. Пропозиція альтернативних продуктів для споживачів, які дотримуються релігійних обмежень.
3	Зміна споживчих мотивацій внаслідок пандемії COVID-19	6	1. Проведення маркетингових досліджень для вивчення зміни споживчих мотивацій внаслідок пандемії COVID-19. 2. Розробка маркетингових кампаній, які відповідають оновленим потребам та цінностям споживачів. 3. Позиціонування продукції з акцентом на безпеку, здоров'я та екологічність.

М'ясо є важливою частиною української кухні. Це може призвести до високого попиту на курятину. Зростає популярність здорового харчування. Це може призвести до попиту на курятину без антибіотиків, гормонів та ГМО. Зростає еко-свідомість споживачів. Це може призвести до попиту на курятину, яка виробляється етично та з мінімальним впливом на навколишнє середовище. Існують традиційні страви з курятини, які є популярними в Україні. Це може

привести до стійкого попиту на курятину. Більшість населення України відносить себе до православ'я. Православна церква дозволяє вживати м'ясо в більшість днів року. В православній церкві є періоди посту, коли люди утримуються від м'яса та інших продуктів тваринного походження. Однак, в інші дні року, вживання м'яса дозволяється. Це може привести до стійкого попиту на курятину. Для того, щоб бути успішними, виробникам курятини в Україні важливо постійно відслідковувати культурні фактори та адаптувати свою стратегію відповідно до змін.

Визначимо вагомість кожної групи факторів (табл. 2.8):

Таблиця 2.8

Вагомість впливу груп факторів макромаркетингового середовища

Група факторів	Україна
Політико-правові	0,26
Економічні	0,32
Демографічні	0,08
Науково-технічні	0,14
Природні	0,12
Культурні	0,08
Всього	1

Отже, зважаючи на складну економічну ситуацію в Україні, пов'язану з війною та зменшенням економічних показників, сектор птахівництва та яєць стикається з викликами. Національні виробники курятини та яєць в Україні опиняються під впливом внутрішніх та зовнішніх факторів, таких як зниження купівельної спроможності населення через загальний економічний спад та війну, що може обмежити доступ до ресурсів та ринків збуту. Умови війни також можуть стати перешкодою для виробників у забезпеченні добробуту тварин та дотриманні стандартів щодо якості продукції.

Застосування антимікробних препаратів та інтенсивне вирощування курей можуть стати більш проблематичними в умовах економічної нестабільності та обмежених ресурсів. Крім того, зниження попиту на куряче м'ясо через

зростання цін та зменшення купівельної спроможності споживачів може вплинути на прибутковість сектора птахівництва.

Уряд України може стикнутися з викликами щодо регулювання та підтримки сектора птахівництва та яєць в умовах економічної кризи. Необхідність розвитку стратегій збалансованого розвитку цих галузей з урахуванням поточних обставин та потреб ринку є критичною для забезпечення стійкості та конкурентоспроможності українських виробників.

2.2 Визначення конкурентних позицій ПрАТ «МХП»

ПрАТ «МХП» – одна з найбільших вертикально інтегрованих агропромислових компаній України та займає визначне місце на світовому ринку продуктів харчування. Основною діяльністю компанії є виробництво зернових культур, переробка птаха, вирощування сільськогосподарської продукції та експорт готової продукції до понад 80 країн світу [35]. ПрАТ «МХП» володіє успішними впізнаваними брендами «Наша Ряба», «Наша Ряба Апетитна», «Qualiko», «Skott Smeat», «Ukrainian Chicken», «Sultanah», «Assilah», «Секрети Шефа», «Kurator», «Легко!», «Бащинський», «РЯБСНІСК» та інші. Загальна характеристика ПрАТ «МХП» наведена в табл. 2.9.

Ринкова позиція та перспективи розвитку ПрАТ «МХП» визначаються численними факторами, що впливають на діяльність компанії в сучасних умовах глобального ринку. ПрАТ «МХП» є одним із найбільших виробників птахівницької продукції в Україні та в світі загалом. Її ринкова позиція ґрунтується на широкому асортименті продукції, високій якості товарів, впровадженні новітніх технологій та ефективному управлінні. Завдяки цьому ПрАТ «МХП» має стабільні позиції на ринку та здатність до постійного розвитку.

Загальна характеристика ПрАТ «МХП»

Показник	Характеристика
ЄДРПОУ	25412361
Назва	ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО «МХП» (ПрАТ «МХП»)
Організаційна форма	Акціонерне товариство
Юридична адреса	08800, Київська область, Обухівський район, м. Миронівка, вул. Елеваторна, буд. 1
Дата реєстрації	27.03.2006
Вид діяльності	Основний: Оптова торгівля м'ясом і м'ясними продуктами (46.32). Додаткові: Консультування з питань інформатизації (62.02), Діяльність у сфері інжинірингу, геології та геодезії, надання послуг технічного консультування в цих сферах (71.12) та ін.
Статутний капітал	5 468 000 000 грн
Керівник	Юрій Костюк (Голова правління)
Кількість працівників	Більше 25 000
Галузь	Агропромисловий комплекс
Продукція	Курятина, свинина, яловичина, олійні культури
Ринки збуту	80 країн світу, включаючи Україну, ЄС, Близький Схід, Африку, Азію
Активи	132,6 млрд грн (станом на 31.12.2023)
Чистий прибуток	15,2 млрд грн (станом на 31.12.2023)
Сайт	https://mhp.com.ua/en/pro-kompaniu

Джерело: побудовано автором на основі даних [35]

Конкурентне середовище на ринку курятини в Україні досить жорстке. До основних конкурентів ПрАТ «МХП» на цьому ринку відносяться:

ПрАТ «Богодухівський м'ясокомбінат»: українська компанія, що спеціалізується на виробництві м'ясних продуктів під торговими марками «Салтівський», «Богодухівський м'ясокомбінат» та «Київський м'ясокомбінат».

ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ»: українська компанія, відома під торговою маркою «М'ясна Весна», що спеціалізується на виробництві м'ясних продуктів.

ТОВ «ЛУЦЬКА АГРАРНА КОМПАНІЯ»: українська компанія, яка виробляє м'ясні продукти під торговими марками «Чебатурочка» та «Delika».

ТОВ «Глобинський м'ясокомбінат»: українська компанія, що спеціалізується на виробництві м'ясних продуктів під торговою маркою «Глобино».

ТОВ «Птахокомплекс»Дніпровський»: українська компанія, яка виробляє курятину під торговою маркою «Знатна курка».

Аналітична характеристика конкурентів ПрАТ «МХП» на українському ринку курятини представлена в табл. 2.10

Таблиця 2.10

Аналітична характеристика конкурентів українських підприємств на ринку України

№	Характерні ознаки	Характеристики по конкурентах
1	Стратегія позиціонування	
	Опис позиціонування бренду	<ul style="list-style-type: none"> - Салтівський: Середній ціновий сегмент, акцент на натуральності та традиціях. - Богодухівський м'ясокомбінат: Середній ціновий сегмент, широкий асортимент продукції. - Київський м'ясокомбінат: Економний сегмент, доступні ціни. - М'ясна Весна: Преміальний сегмент, акцент на якості та екологічності. - Чебатурочка: Середній ціновий сегмент, акцент на українських традиціях. - Delika: Преміальний сегмент, акцент на інноваціях та зручності. - Глобино: Середній ціновий сегмент, широкий асортимент продукції. - Знатна курка: Середній ціновий сегмент, акцент на свіжості та якості.
	Цільова аудиторія	<ul style="list-style-type: none"> - Салтівський: Споживачі з середнім рівнем доходу, які цінують натуральність та традиції. - Богодухівський м'ясокомбінат: Широкий спектр споживачів, які шукають якісну продукцію за доступними цінами. - Київський м'ясокомбінат: Бюджетно орієнтовані споживачі, які шукають доступні ціни. - М'ясна Весна: Споживачі з високим рівнем доходу, які цінують якість та екологічність. - Чебатурочка: Споживачі, які віддають перевагу українським традиціям та смакам. - Delika: Споживачі, які цінують інновації та зручність. - Глобино: Широкий спектр споживачів, які шукають якісну продукцію за доступними цінами. - Знатна курка: Споживачі, які цінують свіжість та якість курячого м'яса.

№	Характерні ознаки	Характеристики по конкурентах
	Канали дистрибуції	<ul style="list-style-type: none"> - Салтівський: Торгові мережі, спеціалізовані магазини м'ясної продукції. - Богодухівський м'ясокомбінат: Широкий спектр каналів дистрибуції, включаючи торгові мережі, магазини, кіоски. - Київський м'ясокомбінат: Торгові мережі, магазини. - М'ясна Весна: Торгові мережі, спеціалізовані магазини м'ясної продукції. - Чебатурочка: Торгові мережі, магазини. - Delika: Торгові мережі, спеціалізовані магазини м'ясної продукції, інтернет-магазини. - Глобино: Широкий спектр каналів дистрибуції, включаючи торгові мережі, магазини, кіоски. - Знатна курка: Торгові мережі, магазини.
2	Асортимент продукції	
	Основні групи продукції	<ul style="list-style-type: none"> - Салтівський: Ковбасні вироби, шинки, делікатеси, напівфабрикати. - Богодухівський м'ясокомбінат: Широкий асортимент м'ясної продукції, включаючи ковбасні вироби, шинки, делікатеси, напівфабрикати, м'ясо птиці. - Київський м'ясокомбінат: Ковбасні вироби, шинки, делікатеси. - М'ясна Весна: Ковбасні вироби, шинки, делікатеси, напівфабрикати, м'ясо птиці, органічні продукти. - Чебатурочка: Ковбасні вироби, шинки, делікатеси, напівфабрикати, м'ясо птиці. - Delika: Ковбасні вироби, шинки, делікатеси, напівфабрикати, м'ясо птиці. - Глобино: Широкий асортимент м'ясної продукції, включаючи ковбасні вироби, шинки, делікатеси, напівфабрикати, м'ясо птиці. - Знатна курка: Напівфабрикати, м'ясо птиці, органічні продукти.

Успіх ПрАТ «МХП» на ринку України базується на ряді конкурентних переваг:

- Сильний бренд: ПрАТ «МХП» вже давно завоювало впевнене місце у свідомості споживачів як в Україні, так і в інших країнах Європи, що створює стійку клієнтську базу.

- Висока якість продукції: Завдяки сучасним виробничим потужностям та застосуванню передових технологій, ПрАТ «МХП» забезпечує виробництво

курятини високої якості, що відповідає найвищим стандартам безпеки та смаковим уподобанням споживачів.

- Конкурентні ціни: ПрАТ «МХП» пропонує свою продукцію за конкурентоспроможними цінами, що робить її доступною для широкого кола споживачів і дозволяє зберігати високий рівень популярності серед них.

- Широкий асортимент продукції: Широкий спектр курятини, який пропонує ПрАТ «МХП» – від свіжої до замороженої та переробленої продукції – задовольняє різноманітні потреби споживачів і робить компанію ключовим гравцем на ринку птахопродуктів. Однак ПрАТ «МХП» також має ряд конкурентних недоліків:

- Залежність від економічних та політичних умов: ПрАТ «МХП» може відчувати негативний вплив економічних та політичних змін в Україні та на світовому ринку, таких як зміни в обмеженнях на експорт, митниці, курс валют тощо.

- Вразливість до коливань цін на сировину: Велика частина виробництва компанії залежить від цін на зерно та інші сільгосппродукти. Коливання цін можуть впливати на її прибутковість.

- Екологічні проблеми: ПрАТ «МХП», подібно багатьом компаніям сільськогосподарського сектора, може мати проблеми зі збереженням навколишнього середовища через використання пестицидів, гербіцидів та інших хімікатів, а також викиди від тваринництва.

Ці конкурентні недоліки можуть вплинути на успішність ПрАТ «МХП» і вимагатимуть системної роботи з управління ризиками та стратегічного планування.

Отже, ПрАТ «МХП» має кілька основних конкурентів на українському ринку курятини, серед яких ПрАТ «Богодухівський м'ясокомбінат», ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ», ТОВ «ЛУЦЬКА АГРАРНА КОМПАНІЯ», ТОВ «Глобинський м'ясокомбінат», ТОВ «Птахокомплекс»Дніпровський» та інші. Український

ринок курятини характеризується великою конкуренцією і відсутністю значних бар'єрів для входу на нього.

Характеристика 5-ти конкурентних сил для ПрАТ «МХП» за моделлю М. Портера на українському ринку курятини представлена в табл. 2.11.

Таблиця 2.11

Характеристика 5-ти конкурентних сил для ПрАТ «МХП» за моделлю М. Портера на українському ринку курятини

Конкурентна сила	Фактори, що сприяють посиленню влади	Фактори, що послаблюють владу	Можливі реакції з боку підприємства
1. Наявні конкуренти	<ul style="list-style-type: none"> - Висока частка ринку. - Сильний бренд. - Диференціація продукції. - Низькі витрати. - Економічні бар'єри для входу. 	<ul style="list-style-type: none"> - Слабкий бренд. - Не диференційована продукція. - Високі витрати. - Обмежений доступ до ресурсів. - Неприятливий імідж. 	<ul style="list-style-type: none"> - Зміцнення власних позицій за рахунок диференціації, зниження витрат, маркетингу. - Злиття та поглинання. - Створення спільних підприємств. - Локалізація виробництва. - Вихід на нові ринки.
2. Потенційні конкуренти	<ul style="list-style-type: none"> - Нові технології. - Зміна попиту. - Наявність вільних ресурсів. - Низькі бар'єри для входу. 	<ul style="list-style-type: none"> - Невизначеність ринкових умов. - Високі витрати на вхід. - Технологічна відсталість. - Недостатній маркетинг. - Слабка диференціація продукції. 	<ul style="list-style-type: none"> - Розробка нових продуктів та послуг. - Захист інтелектуальної власності. - Зниження витрат. - Підвищення лояльності клієнтів. - Створення бар'єрів для входу.
3. Споживачі	<ul style="list-style-type: none"> - Сила торгу. - Чутливість до ціни. - Концентрація споживачів. - Низькі витрати на перехід до конкурентів. 	<ul style="list-style-type: none"> - Розпорошеність споживачів. - Незначна чутливість до ціни. - Висока заміна продукції. - Сильна лояльність до бренду. 	<ul style="list-style-type: none"> - Диференціація продукції. - Підвищення якості. - Програми лояльності. - Персоналізація. - Зниження витрат.
4. Постачальники	<ul style="list-style-type: none"> - Сила торгу. - Концентрація постачальників. - Необхідність специфічних ресурсів. - Високі витрати на перехід. 	<ul style="list-style-type: none"> - Розпорошеність постачальників. - Низька диференціація продукції. - Необхідність альтернативних постачальників. - Низькі бар'єри для входу. 	<ul style="list-style-type: none"> - Інтеграція з постачальниками. - Диверсифікація джерел постачання. - Довгострокові контракти. - Спільні розробки. - Заміна постачальників.
5. Товари-замінники	<ul style="list-style-type: none"> - Низькі бар'єри для переходу. - Висока схильність до заміни. 	<ul style="list-style-type: none"> - Диференціація продукції. - Підвищення якості. - Зниження витрат. - Лояльність до бренду. 	<ul style="list-style-type: none"> - Розширення рекламних зусиль - Інновації в продукті - Спеціалізовані послуги - Глобальний розгортання

	- Порівнянні ціни та якість. - Сила маркетингу товарів-замінників.	- Заміна товарів-замінників.	бренду - Вдосконалення дистрибуційних мереж
--	---	------------------------------	--

Для ПрАТ «МХП» на українському ринку курятини перша конкурентна сила полягає у високій частці ринку, сильному бренді, диференціації продукції, низьких витратах і економічних бар'єрах для входу на ринок. З іншого боку, слабкий бренд, не диференційована продукція, високі витрати, обмежений доступ до ресурсів та несприятливий імідж можуть послабити позиції компанії. Для зміцнення своїх позицій ПрАТ «МХП» може використовувати стратегії, такі як диференціація продукції, зниження витрат, маркетинг, злиття та поглинання, створення спільних підприємств, локалізація виробництва та вихід на нові ринки. Для компанії також важливо враховувати потенційних конкурентів, які можуть використовувати нові технології, зміну попиту та інші фактори для входу на ринок. Нарешті, важливим аспектом є реакція на взаємодію зі споживачами, постачальниками та товари-замінниками, що може включати в себе диференціацію продукції, підвищення якості, зниження витрат, програми лояльності та інші заходи.

Ключовим елементом цього підходу є строгий контроль доступу до майданчиків і виробничих потужностей компанії. Ефективне управління цим аспектом є важливим для забезпечення гігієни, безпеки виробництва та цілісності продукції. Системи ПрАТ «МХП» відповідають міжнародним стандартам, регулярно піддавалися перевірці та аудитами, а їх продуктивність ретельно вимірюється та оцінюється. Останні роки відзначаються значним розвитком діджиталізації та автоматизації для зменшення ймовірності помилок. Доступ до виробничих потужностей строго контролюється та надається лише авторизованим особам, при цьому нових співробітників ретельно перевіряє директор чи відповідальна особа. Транспортні засоби компанії піддаються пристосуванню та моніторингу за допомогою супутникових та цифрових технологій, а об'єкти ПрАТ «МХП» залишаються під постійним контролем

завдяки системам безпеки, що відповідають міжнародним стандартам. Підходи компанії до цих питань також охоплюють ланцюжок постачань і вимоги до стандартів, які повинні бути виконані постачальниками. Схожі строгі процедури контролю доступу застосовуються і в Європейському операційному сегменті компанії, де дотримуються аналогічні підходи до безпеки, перевірок та регулювання доступу.

SWOT-аналіз конкурентного середовища для компанії ПрАТ «МХП» на ринку України наведено в табл. 2.12.

Таблиця 2.12

SWOT-аналіз конкурентного середовища ПрАТ «МХП» на ринку України

Сильні сторони	Слабкі сторони
<ul style="list-style-type: none"> - Сильний бренд: ПрАТ «МХП» є добре відомим брендом в Україні та інших країнах Східної Європи. - Висока якість продукції: ПрАТ «МХП» має сучасні виробничі потужності та використовує передові технології для виробництва високоякісної курятини. - Конкурентні ціни: ПрАТ «МХП» пропонує свою курятину за конкурентними цінами. - Широкий асортимент продукції: ПрАТ «МХП» пропонує широкий асортимент курятини, включаючи свіжу, заморожену та перероблену курятину. - Вертикальна інтеграція: ПрАТ «МХП» контролює весь ланцюжок виробництва курятини, від виробництва корму до переробки та дистрибуції. 	<ul style="list-style-type: none"> - Залежність від політичного та економічного середовища: Зміни в законодавстві або в економічній політиці України можуть негативно впливати на діяльність компанії та її фінансові показники. - Високий рівень конкуренції: У секторі сільськогосподарського виробництва в Україні існує велика конкуренція, що може обмежити ринкову частку компанії. - Залежність від сезонності: Діяльність компанії може бути сильно залежною від сезонності в сільському господарстві, що може створювати коливання в обсягах продажів та виробництва. - Погіршення екологічного статусу: Діяльність компанії може бути пов'язана з виробництвом, яке негативно впливає на навколишнє середовище.
Можливості	Загрози
<ul style="list-style-type: none"> - Розвиток бренду та маркетингові ініціативи: Інвестування в маркетинг та рекламу може допомогти компанії підвищити свідомість про свій бренд, залучити нових клієнтів та розширити ринкову частку. - Розвиток експортних можливостей: Зростання світового попиту на сільськогосподарські товари, такі як зерно, м'ясо та яйця, може створити можливість для компанії розширити свої експортні ринки. - Розширення асортименту продукції: ПрАТ «МХП» може розширити свій асортимент продукції, щоб задовольнити потреби українських споживачів. - Інвестування в інновації: ПрАТ «МХП» може інвестувати в інновації, щоб розробити нові продукти та технології. 	<ul style="list-style-type: none"> - Політична нестабільність: Нестабільність в політичному середовищі може створювати невизначеність щодо регулювання та законодавства, що може негативно позначитися на бізнесі компанії. - Зміни в законодавстві: Зміни в законодавстві, особливо в сфері сільського господарства, такі як зміни в митних тарифах або субсидіях, можуть впливати на конкурентоспроможність компанії та її прибутковість. - Зміни в цінній політиці: Зміни в цінах на сировину, енергію та інші виробничі ресурси можуть вплинути на витрати компанії та її здатність конкурувати на ринку. - Війна з РФ: може призвести до зниження інвестиційного клімату та загострення політичної нестабільності, що значно ускладнить ділові умови для компанії ПрАТ «МХП» на ринку України.

Отже, ПрАТ «МХП» має ряд сильних сторін, які дозволяють їй займати провідні позиції на українському ринку курятини. Серед них можна виділити великий обсяг виробництва, високу якість продукції, ефективну логістичну систему та широку дистрибуційну мережу. Однак компанії також необхідно подолати ряд слабких сторін і загроз, щоб забезпечити стабільний та тривалий успіх.

2.3 Оцінка поточної інвестиційної привабливості ПрАТ «МХП»

Дослідження споживчих мотивацій на українському ринку курятини виявляє фактори, що впливають на вибір споживачами цього продукту. Мотивація споживачів може бути зумовлена різними чинниками, такими як ціна, якість, здоров'я, смакові властивості, екологічні аспекти та соціокультурні уподобання. Наприклад, деякі споживачі можуть вибирати курятину через її високий білковий склад та низький вміст жиру, що сприяє здоровому способу життя. Інші можуть керуватися соціокультурними чинниками, такими як традиції харчування або релігійні переконання. Розуміння цих мотивацій дозволяє виробникам курятини адаптувати свої стратегії маркетингу та виробництва, щоб задовольняти потреби різних сегментів споживачів на ринку.

Ціна та якість є одними з найважливіших факторів, що впливають на вибір курятини українськими споживачами. Споживачі, як правило, шукають курятину, яка пропонує хороше співвідношення ціни та якості. Зростає занепокоєння українських споживачів щодо здоров'я та благополуччя. Це призводить до зростання попиту на курятину, яка сприймається як більш здорова, наприклад, курятину без антибіотиків, гормонів та ГМО. Споживачі цінують зручність та це призводить до зростання попиту на курятину, яка є попередньо обробленою, замаринованою або готовою до приготування. Смак є

важливим фактором, тому споживачі шукають курятину, яка має приємний смак і соковитість. Зростає еко-свідомість європейських споживачів. Це призводить до зростання попиту на курятину, яка виробляється етично та з мінімальним впливом на навколишнє середовище.

Українські споживачі віддають перевагу курятині місцевого виробництва. Це може бути пов'язано з бажанням підтримати місцевих фермерів або з переконанням, що місцева курятина є більш свіжою та якісною. Деякі споживачі віддають перевагу курятині певних брендів. Це може бути пов'язано з довірою до бренду або з позитивним досвідом роботи з продукцією цього бренду. Реклама може впливати на вибір курятини споживачами. Реклама, яка підкреслює ціну, здоров'я, зручність, смак, етику або місцеве походження курятини, може призвести до зростання попиту на цю курятину. Важливо зазначити, що споживчі мотивації можуть відрізнятися в залежності від регіону, демографії та інших факторів. Для того, щоб бути успішними на українському ринку курятини, виробникам важливо розуміти споживчі мотивації та пропонувати курятину, яка відповідає потребам та очікуванням споживачів.

Для оцінки споживчих мотивацій на українському ринку курятини для компанії ПрАТ «МХП» було проведено опитування потенційних споживачів (Додаток В). Обрано 17 споживачів, на рис. 2.1 – 2.8 наведемо деякі результати проведеного анкетування.

Існує ряд різноманітних факторів, які сприяли вибору курятини ПрАТ «МХП» на українському ринку. Варто відзначити, що найбільша частина респондентів 52,90% вважає ПрАТ «МХП» дуже популярним, 29,40% оцінює популярність компанії на середньому рівні та лише 17,60% вважають, що компанія взагалі не популярна. 52,90% опитуваних відзначили високий рівень якості продукції. Для 23,50% респондентів важливим фактором була престижність організації, що виробляє курятину. Ще 17,60% обравших вказали на стабільну цінову політику як мотивацію для вибору продукції ПрАТ «МХП».

Тільки 5,90% зазначили яскраву рекламну кампанію як фактор вибору. Широкий асортиментний портфель ПрАТ «МХП» оцінюється на середньому рівні.

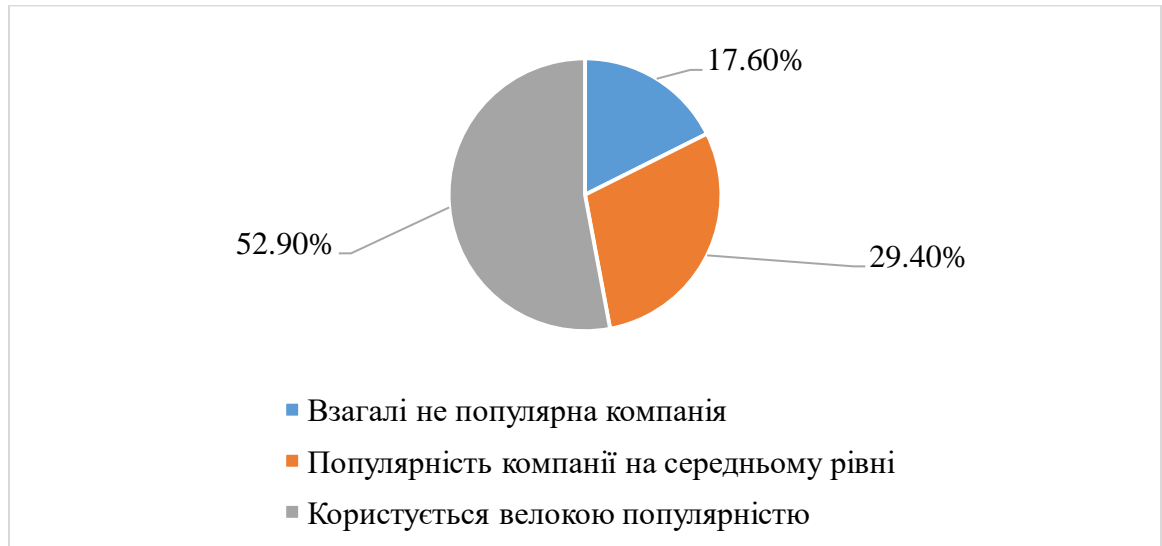


Рис. 2.1. Розподіл опитуваних за фактором популярності ПрАТ «МХП» на українському ринку курятини

Джерело: побудовано автором на основі проведеного анкетування.

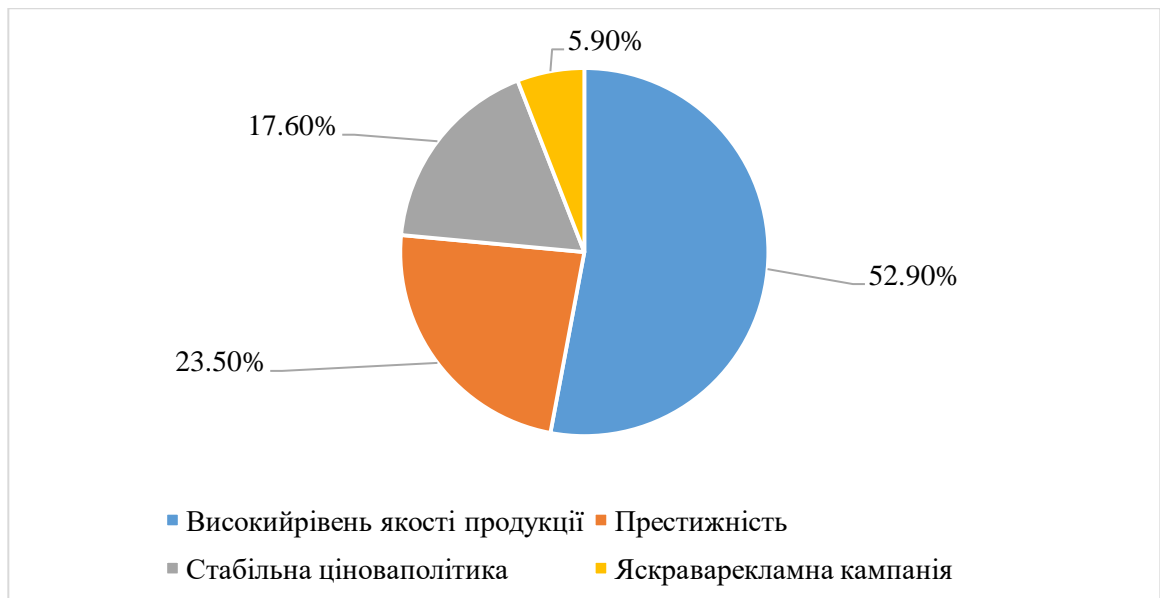


Рис. 2.2. Чинники, які найбільше впливають на вибір курятини від ПрАТ «МХП» на ринку України

Джерело: побудовано автором на основі проведеного анкетування.

Розподіл відповідей респондентів стосовно цілей купівлі курятини на українському ринку подано на рис. 2.3.

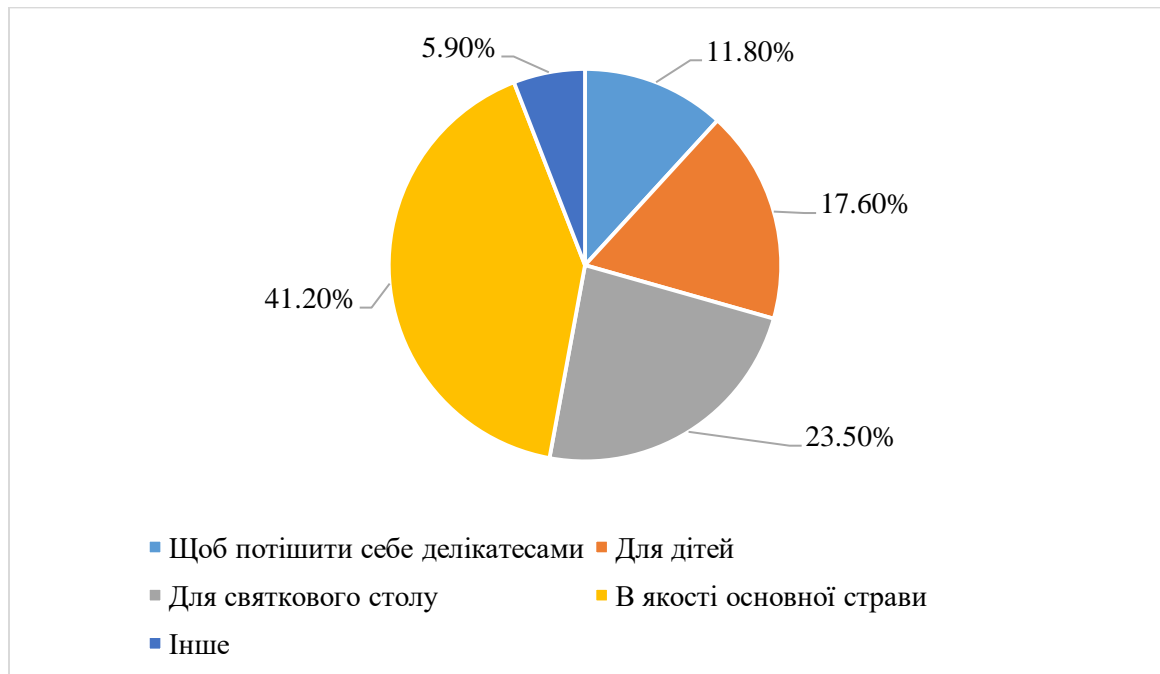


Рис. 2.3 Основні цілі купівлі курятини на українському ринку респондентами

Джерело: побудовано автором на основі проведеного анкетування.

З даних рис. 2.3 можна зробити висновок, основними мотивами для покупки курятини на українському ринку є: споживання в якості основної страви, для святкового столу та придбання для сімейних членів, зокрема для дітей. Група, до якої належить ПрАТ «МХП», успішно утримує міцну позицію як на внутрішньому, так і на диверсифікованих міжнародних ринках. Експортуючи свою продукцію понад 80 країн світу, основні напрямки включають Близький Схід, Європейський Союз та Співдружність Незалежних Держав (СНД). Компанія складається з чотирьох бізнес-сегментів та веде свою діяльність, володіючи та управляючи сучасними об'єктами на кожному

ключовому етапі виробництва курячого м'яса. Вертикально інтегрована бізнес-модель відрізняє ПрАТ «МХП» від конкурентів [35].

ПрАТ «МХП» визначає свої стратегічні цілі як беззаперечний лідер на сільськогосподарському ринку України та піонер сталого сільського господарства. Головним завданням для досягнення цих цілей є збільшення прибутковості Сегменту шляхом впровадження високоефективного виробництва рослинництва. Це включає в себе підвищення врожайності, оптимізацію контролю витрат, а також удосконалення стратегій управління ресурсами та стабільність земельного банку. Для досягнення цих цілей компанія планує використовувати інновації, модернізацію сільськогосподарської техніки та застосування передових технологій. Це включатиме аналіз в реальному часі, прогнозування та полегшення прийняття рішень. Аналіз даних, отриманих від респондентів анкет, підтверджує різноманітність цілей покупців курятини ПрАТ «МХП» на українському ринку. Відзначається, що у покупців може бути кілька цілей при придбанні продукції компанії.

З метою виявлення купівельної поведінки покупців на українському ринку курятини респондентам були надані спеціальні запитання стосовно звичок придбання курятини. Результати виявились наступними рис. 2.4:



Рис. 2.4. Розподіл варіантів купівельної поведінки споживачів курятини на українському ринку

Джерело: побудовано автором на основі проведеного анкетування.

З рис 2.4 видно, що на сучасному українському ринку курятини визначаються такі типи споживачів, як економні покупці, любителі, зорієнтовані на престиж, ті, що піклуються про своє здоров'я, нерішучі покупці, байдужі та новатори. Зокрема, постійні покупці одного продукту та економні споживачі становлять найбільшу частку, оскільки дослідження показали, що все більше покупців в сучасних умовах приділяють увагу ціновим факторам при виборі курятини та віддають переваги певним продуктам, які задовольняють їх вимогам, тому постійно купують одні і ті ж торгові марки.

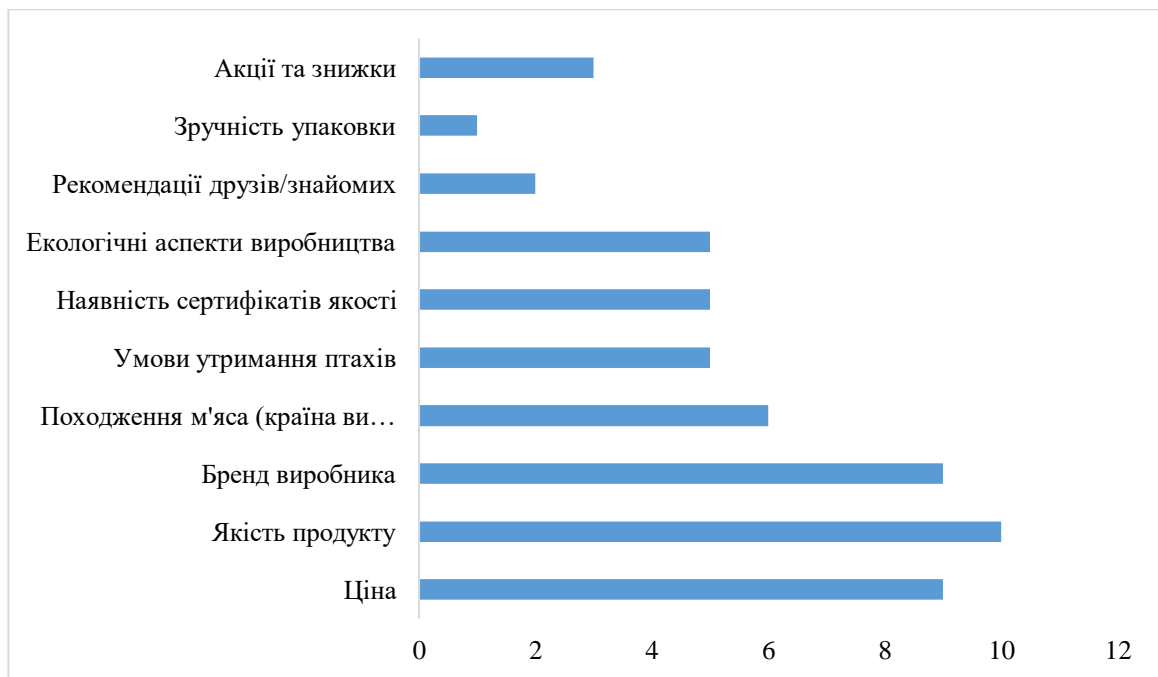


Рис. 2.5. Розподіл варіантів чинників, які найбільше впливають на вибір курячого м'яса на українському ринку

Джерело: побудовано автором на основі проведеного анкетування.

Аналіз голосів рис 2.5, що впливають на вибір курячого м'яса на українському ринку, відображає важливі аспекти, які визначають споживчі

уподобання та прийняття рішень. Перш за все, якість продукту є ключовим чинником з рейтингом 10, що підкреслює важливість для споживачів отримання високоякісного м'яса. Другим за значимістю фактором є ціна з рейтингом 9, що свідчить про значення економічних аспектів при виборі продукту. Бренд виробника також має вагу, оскільки отримав рейтинг 9, що вказує на вплив іміджу та репутації компанії на ринку. Походження м'яса (країна виробництва) і умови утримання птахів, хоч і менш вагомі, все ж відіграють певну роль з рейтингами 6 і 5 відповідно. Наявність сертифікатів якості та екологічні аспекти виробництва також вважаються значущими з рейтингом 5. Однак рекомендації друзів/знайомих, зручність упаковки та акції та знижки, хоч і враховані, але отримали менші оцінки (2, 1, 3 відповідно), що вказує на їхню меншу вагомість в прийнятті рішення.

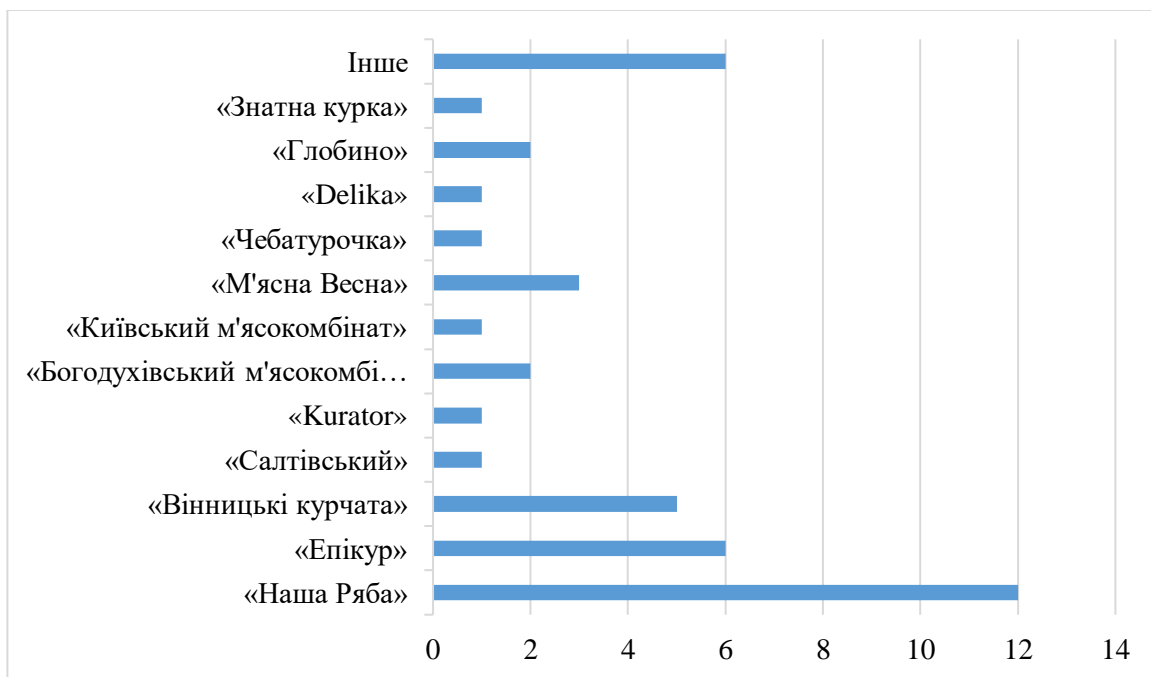


Рис. 2.6. Торгові марки курятини, які зазвичай обирають респонденти на ринку України

Джерело: побудовано автором на основі проведеного анкетування.

Аналіз торгових марок курятини рис 2.6, які зазвичай обирають респонденти на ринку України, відображає популярність різних брендів серед споживачів. Виокремлюється велика популярність торгової марки «Наша Ряба», яка здобула найбільшу кількість голосів з рейтингом 12, що свідчить про високу довіру споживачів до цього бренду. Також важливими виявилися марки «Епікур» та «Вінницькі курчата», які отримали відповідно 6 і 5 голосів, що підтверджує їхню популярність серед споживачів. Інші марки, такі як «М'ясна Весна», «Глобино» та «Інше», також зазнали певної підтримки, хоч і з меншими кількостями голосів. Проте деякі бренди, наприклад «Салтівський», «Куратор», «Київський м'ясокомбінат», отримали дуже малу кількість голосів, що свідчить про меншу популярність серед респондентів.

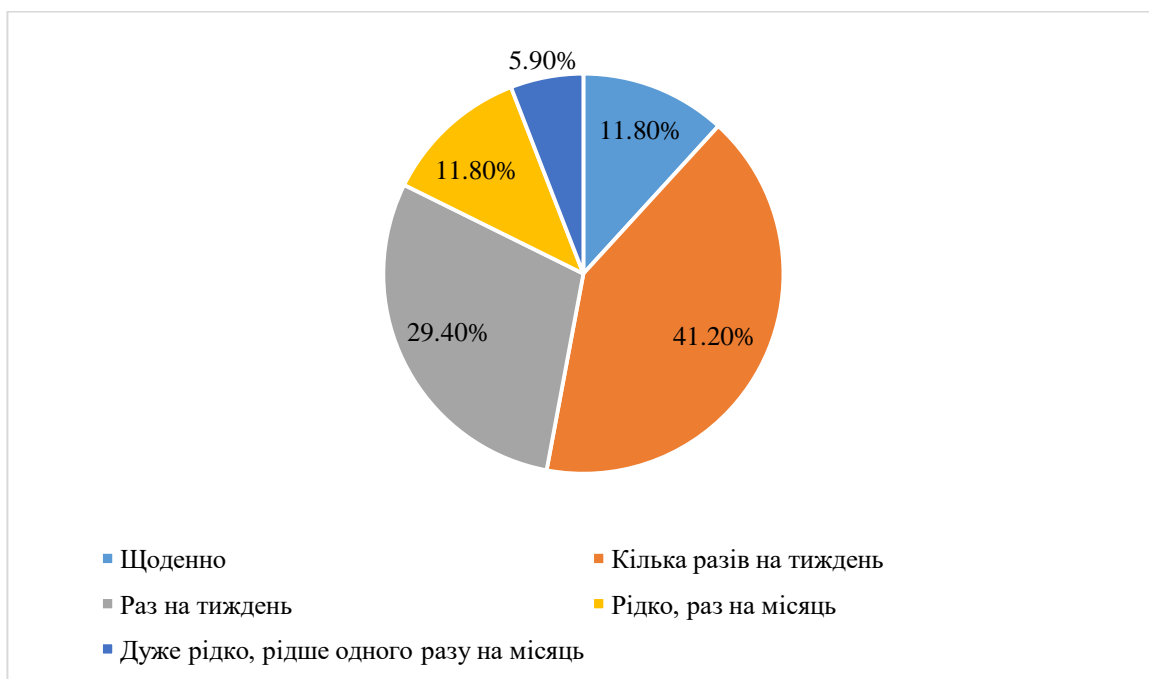


Рис. 2.7. Частота покупок курячого м'яса та продуктів з нього на ринку України

Джерело: побудовано автором на основі проведеного анкетування

Аналіз частоти покупок курячого м'яса та продуктів з нього на ринку України вказує на тенденції споживацьких звичок в цьому сегменті. За

результатами анкетування видно, що більшість респондентів (41,20%) купують куряче м'ясо кілька разів на тиждень, що свідчить про його значення в харчуванні та широке використання у різних стравах. Далі за значенням йде категорія респондентів, які купують куряче м'ясо раз на тиждень (29,40%), що також вказує на стабільний попит на цей продукт серед споживачів. Щоденні покупки курячого м'яса зафіксовані на рівні 11,80%, що демонструє постійну потребу в ньому у раціоні. Рідкі покупки, проводяться раз на місяць (11,80%) та ще менш часто, рідше одного разу на місяць (5,90%), що вказує на менш значущу категорію споживачів, які приділяють менше уваги курятині в своєму харчуванні.

На основі результатів даних досліджень сформулюємо основні профілі споживачів курятини, які переважають сьогодні на українському ринку курятини (рис. 2.8).

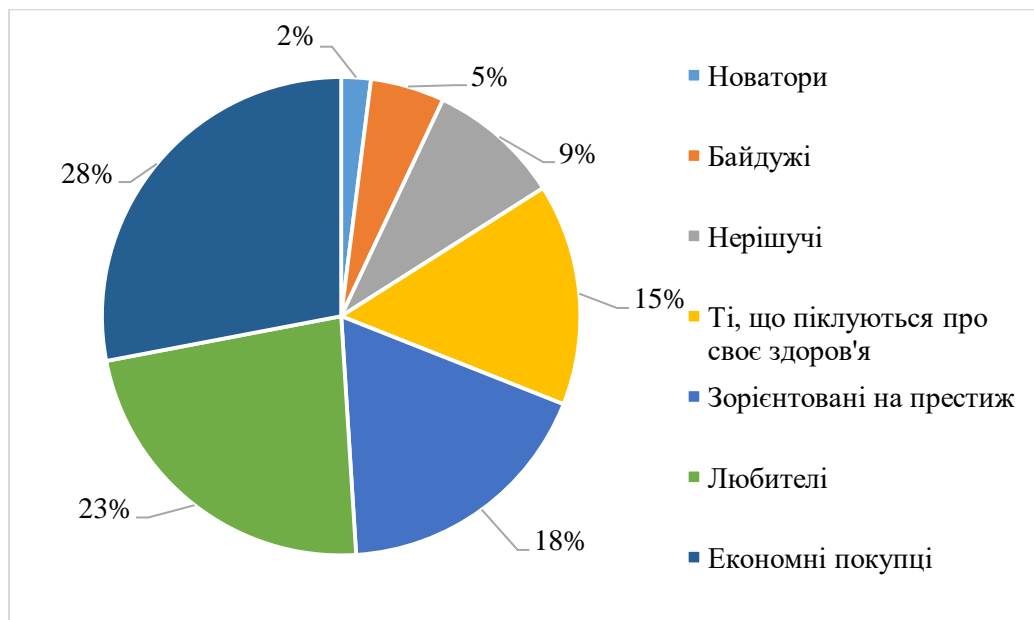


Рис. 2.8. Психографічні профілі споживачів курятини ПрАТ «МХП» на українському ринку

Джерело: побудовано автором на основі проведеного анкетування.

Більшість опитаних виявляють консервативну купівельну поведінку, що означає, що вони віддають перевагу стабільності та традиційним підходам у виборі продуктів. Операції з переробки м'яса є основним бізнесом сегменту і важливим чинником його прибутковості. ПрАТ «МХП» є одним з провідних учасників на сильно фрагментованому ринку м'ясопереробної продукції в Україні. ПрАТ «МХП» також виступає як провідний гравець у зерновому бізнесі в Україні. Цей сегмент займається вирощуванням кукурудзи, соняшнику, сої, а також інших зернових культур, таких як ріпак і пшениця. Ці зернові використовуються як корми для підтримки виробництва курятини в рамках Групи, а також експортуються для продажу третім сторонам. У 2023 році ПрАТ «МХП» володіло 340748 гектарами землі та зібрало 1934647 тон зерна. Це на 26% менше, ніж у попередньому році, головним чином через несприятливі погодні умови під час літнього та осіннього сезонів збирання.

В сучасній динамічній економіці, де конкуренція стає все більш загостреною, оцінка інвестиційної привабливості стає невід'ємною складовою стратегічного розвитку підприємств. З врахуванням зростаючої конкуренції та нестабільності фінансових ринків через війну, оцінка інвестиційної привабливості стає критичною для розвитку будь-якої компанії. У цьому контексті важливо розглянути ПрАТ «МХП» - одного з провідних гравців у галузі агропромислового комплексу. Ця оцінка буде спрямована на два ключові аспекти інвестиційної привабливості: ринкову та фінансову. Ринкова привабливість відображає відношення попиту та пропозиції на ринку, ефективність стратегічного позиціонування, поточні проекти компанії та здатність адаптуватися до змін у внутрішньому та зовнішньому середовищі. З іншого боку, фінансова привабливість обумовлена фінансовими показниками та стабільністю підприємства, її здатністю до генерації прибутку та залучення інвестиційних ресурсів. Цей аналіз допоможе зрозуміти загальний контекст

інвестиційної привабливості ПрАТ «МХП» та визначити потенційні можливості для інвесторів.

Ринкова привабливість та перспективи розвитку ПрАТ «МХП» визначаються численними факторами, що впливають на діяльність компанії в сучасних умовах глобального ринку. ПрАТ «МХП» є одним із найбільших виробників птахівницької продукції в Україні та в світі загалом. Її ринкова позиція ґрунтується на широкому асортименті продукції, високій якості товарів, впровадженні новітніх технологій та ефективному управлінні. Завдяки цьому компанія має стабільні позиції на ринку та здатність до постійного розвитку. Одним із ключових аспектів успіху ПрАТ «МХП» є її стратегія виробництва та диверсифікація продукції. Компанія спеціалізується не лише на вирощуванні птиці, але і на виробництві м'яса, яєць, зернових культур, молочної продукції та інших аграрних товарів. Це дозволяє їй бути менш залежною від коливань цін на конкретні види продукції та забезпечує стійкість у фінансовому плані [35].

Щодо інвестиційних проектів та стратегій, ПрАТ «МХП» активно впроваджує різноманітні ініціативи для розвитку та розширення своєї діяльності. Нижче наведені проекти та стратегії, які реалізує компанія.

Таблиця 2.13

Огляд інвестиційних проектів та стратегій, реалізованих ПрАТ «МХП»

Огляд інвестиційних проектів та стратегій, реалізованих ПрАТ «МХП»	
Розширення виробництва птахівницьких продуктів	ПрАТ «МХП» розширює свої птахоферми та модернізує обладнання для підвищення обсягів виробництва якісної птиці та продуктів її переробки.
Диверсифікація продукції	Компанія активно працює над розширенням асортименту продукції, включаючи не лише м'ясо птиці, а й інші сільськогосподарські товари, такі як олія, зерно тощо.
Впровадження сучасних технологій	ПрАТ «МХП» зосереджується на впровадженні новітніх технологій у виробництво для оптимізації процесів та підвищення ефективності.
Розвиток експортних напрямків	Компанія активно працює над збільшенням обсягів експорту своєї продукції, шукає нові ринки збуту та розвиває співпрацю з міжнародними партнерами.
Стале виробництво та екологічна	ПрАТ «МХП» проявляє зацікавленість у створенні сталих моделей виробництва, які б враховували екологічні аспекти та мінімізували

Джерело: побудовано автором за даними [35]

Огляд інвестиційних проектів та стратегій, реалізованих ПрАТ «МХП», зосереджується на розвитку та впровадженні широкого спектру проектів у сфері сільського господарства. Компанія постійно інвестує в модернізацію виробництва, впровадження новітніх технологій у сільському господарстві, підвищення продуктивності промислового виробництва та оптимізацію бізнес-процесів. Інвестиційні проекти охоплюють різні напрямки, включаючи розширення земельних площ, покращення генетичного потенціалу тварин, впровадження сучасних систем управління, відкриття кулінарних мереж для переробки сировинної продукції та автоматизації виробництва, а також розвиток екологічно чистих технологій [35]. Ці стратегії спрямовані на підвищення конкурентоспроможності компанії на ринку, забезпечення стабільного зростання та збільшення прибутковості діяльності ПрАТ «МХП».

Крім того, ПрАТ «МХП» активно використовує інноваційні технології в своєму виробництві. Впровадження сучасних методів управління, автоматизація виробничих процесів, застосування новітніх систем контролю якості дозволяють компанії підвищувати ефективність та конкурентоспроможність продукції. Успіх ПрАТ «МХП» на ринку також пов'язаний зі стійкою стратегією розвитку. Компанія постійно розширює свої виробничі потужності, веде активну роботу з розвитку нових ринків збуту, вдосконалює логістичні та транспортні системи, що дозволяє їй підтримувати високий темп зростання обсягів виробництва та реалізації продукції. ПрАТ «МХП» активно працює над підвищенням якості своїх продуктів, що є однією з головних переваг перед конкурентами [35]. Висока якість продукції забезпечує їй стабільну клієнтську базу та довіру споживачів.

Один із факторів успіху ПрАТ «МХП» полягає в її здатності адаптуватися до змін у зовнішньому середовищі. Компанія уважно вивчає та аналізує ринкові

тенденції, політичні та економічні зміни, що дозволяє їй своєчасно реагувати на зміни у попиті, умовах конкуренції та інших чинниках, що впливають на її діяльність. Однією з ключових перспектив розвитку ПрАТ «МХП» є подальше розширення асортименту продукції та входження на нові ринки. Компанія планує розвивати нові напрямки у своїй діяльності, впроваджуючи нові види продукції або розширюючи географію збуту. Також, удосконалення та розширення виробничих процесів, використання передових технологій у галузі сільського господарства, підвищення продуктивності праці та оптимізація витрат – це ключові аспекти, які впливають на перспективи розвитку компанії. Крім того, важливою перспективою розвитку ПрАТ «МХП» є збільшення інвестицій в дослідження та розробки. Це дозволить компанії впроваджувати новітні наукові розробки та інноваційні технології, що сприятимуть підвищенню якості продукції та збільшенню її конкурентоспроможності на ринку.

ПрАТ «МХП» демонструє високу ринкову привабливість завдяки комплексному підходу до бізнесу. Їх стратегія виробництва орієнтована на ефективність та якість, що дозволяє їм конкурувати на ринку. Крім того, постійна інноваційність і адаптивність до змін дозволяють компанії швидко реагувати на вимоги споживачів і ринкові тенденції. Диверсифікація продукції розширює їхні можливості і знижує ризики, а розширення ринків збуту відкриває нові перспективи для зростання. Всі ці аспекти забезпечують стабільний розвиток компанії та утримують її на передових позиціях на ринку у майбутньому.

ПрАТ «МХП» відзначається значним обсягом активів та розгалуженою інфраструктурою як в Україні, так і в Балканському півостріві (Словенія, Хорватія, Сербія, Боснія і Герцеговина). Фінансова привабливість компанії підтверджується фінансовими показниками, які свідчать про стабільність та потенціал для зростання. За звітний період 2023 року загальний обсяг доходів

склав 3,021 млн. доларів США, що відображає зростання на 14% порівняно з 2022 роком. Брутто-прибуток компанії склав 639 млн. доларів США, що свідчить про позитивну динаміку. Операційний прибуток збільшився на 33%, досягнувши рівня у 339 млн. доларів США, що свідчить про ефективне управління бізнесом [35].

Крім того, коригований показник прибутку перед відрахуванням відсотків, податків, зносу та амортизації (ЕВІТДА) виріс на 15% до 508 млн. доларів США. Це показує не лише збільшення доходів, але й здатність компанії ефективно використовувати свої ресурси для забезпечення прибутковості. Також важливо відзначити позитивну динаміку валового прибутку, адаптованого до нових стандартів IFRS 16, який виріс на 16% до 445 млн. доларів США [35].

Негативний вплив війни на фінансовий стан компанії був помітний, однак навіть за поточних умов компанія продовжує збільшувати свою прибутковість. Це підтверджується зростанням чистого прибутку на 161%, досягнувши 142 млн. доларів США. Значущий ріст чистого прибутку також відображається у показнику чистого прибуткового маржі, який становить 5%, порівняно з втратами у попередньому році. Крім того, важливо відзначити, що навіть у зв'язку з війною та військовими витратами, компанія продовжує показувати позитивні фінансові результати. Це свідчить про високий рівень резистентності та адаптивності бізнесу ПрАТ «МХП» до зовнішніх факторів ризику.

Такі позитивні тенденції свідчать про стабільність та високий потенціал для подальшого зростання фінансової привабливості ПрАТ «МХП».

Зважаючи на розмаїття активів та діяльності ПрАТ «МХП», фінансова привабливість може бути оцінена з декількох аспектів. По-перше, компанія має великий обсяг внутрішнього виробництва, який становить близько 100% випуску певних продуктів, таких як куряче м'ясо та соняшникова олія. Це

дозволяє знизити залежність від зовнішніх постачальників і контролювати якість та витрати виробництва.

По-друге, наявність вертикально інтегрованих виробничих комплексів дозволяє оптимізувати виробничі процеси та забезпечити ефективне використання ресурсів. Це сприяє збільшенню масштабів виробництва та зниженню виробничих витрат, що позитивно позначається на фінансових показниках компанії.

З погляду фінансових показників, збільшення чистого прибутку, прибутковості та обсягів виробництва свідчать про ефективне управління бізнесом та потенціал для подальшого зростання компанії. Крім того, стабільний рівень бруutto- та чистого прибуткових марж демонструє ефективне використання ресурсів та контроль витрат. Наявність стійкої прибутковості, ефективне управління витратами та потенціал для подальшого зростання обсягів виробництва роблять ПрАТ «МХП» фінансово привабливою компанією для інвесторів та зацікавлених сторін. Розрахунок коефіцієнтів ліквідності важливий для оцінки фінансової стійкості та здатності компанії забезпечувати своєчасне виконання фінансових зобов'язань. Проведення таких розрахунків дозволяє аналізувати співвідношення між поточними активами та зобов'язаннями, а також оцінювати ступінь ліквідності активів компанії (дані для розрахунків у Додатку Г) [35].

$$\text{Поточна ліквідність} = \frac{\text{Поточні активи}}{\text{Поточні зобов'язання}} = \frac{1588}{850} = 1,868$$

Цей коефіцієнт вказує на здатність компанії покривати свої поточні зобов'язання за допомогою поточних активів. У цьому випадку поточна ліквідність ПрАТ «МХП» становить близько 1.868, що означає, що на кожний долар поточних зобов'язань компанія має приблизно \$1.868 поточних активів.

$$\text{Швидкий коефіцієнт} = \frac{\text{Поточні активи} - \text{запаси}}{\text{Поточні зобов'язання}} = \frac{1588 - 333}{850} = 1,476$$

Розрахунки поточних активів та зобов'язань для ПрАТ «МХП» в 2023 році вказують на значну суму ресурсів, які компанія може використовувати для покриття своїх поточних зобов'язань. Зокрема, поточна ліквідність компанії становить близько 1.868, що свідчить про її здатність використовувати поточні активи для виплати зобов'язань у разі необхідності. Це важливий показник, який відображає стабільність фінансового стану компанії та її здатність до управління ліквідністю. З іншого боку, швидкий коефіцієнт ліквідності, який враховує лише найбільш ліквідні активи, такі як готівка, еквіваленти готівки та торгові рахунки-фактури, також показує досить сильну фінансову позицію компанії зі значенням близько 1.476. Це свідчить про те, що навіть після віднесення найменш ліквідних активів, компанія все ще має достатню ліквідність для погашення своїх зобов'язань у короткостроковому періоді. В цілому, такі показники свідчать про фінансову привабливість ПрАТ «МХП» у 2023 році, підкреслюючи її здатність до ефективного управління фінансами та забезпечення стабільності в операційній діяльності. Такий фінансовий стан може бути привабливим для інвесторів та кредиторів, оскільки він вказує на потенційно низький ризик невиконання фінансових зобов'язань та здатність до подальшого розвитку компанії [35].

Отже, ринкова та фінансова привабливість ПрАТ «МХП» взаємопов'язані та визначаються комплексом факторів. Компанія відзначається стабільними фінансовими показниками, такими як зростання обсягів доходів, позитивні чистий прибуток та прибутковість. Це свідчить про ефективне управління бізнесом та здатність компанії адаптуватися до змінних ринкових умов, що робить її привабливою для інвесторів. З іншого боку, нові проекти, наявність різноманітних активів у різних регіонах та вертикально інтегрований

виробничий процес сприяють ринковій привабливості компанії. Диверсифікація продукції та розширення ринків збуту дозволяють збільшувати обсяги продажів та займати стійкі позиції на ринку. З урахуванням успішної стратегії виробництва, інноваційності та адаптивності до змін, а також стабільних фінансових показників, ПрАТ «МХП» є як фінансово, так і ринково привабливою компанією для інвесторів та зацікавлених сторін.

Висновки за розділом 2

За результатами проведеного дослідження варто зробити відповідні висновки:

Визначено особливості залучення іноземних інвестицій в аграрний сектор України. Залучення іноземних інвестицій в аграрний сектор України є складним, але перспективним процесом, який може прискорити розвиток галузі та сприяти економічному зростанню країни. Дослідимо фактори впливу на цей ринок. Варто відзначити, що війна, зростання цін на корми, ланцюги постачання, попит, логістика та девальвація гривні негативно вплинули на виробництво курятини, призвівши до його скорочення. Зменшення чисельності населення, війна, міграція населення, старіння населення, зміна структури домогосподарств та внутрішні міграції призвели до зменшення попиту на куряче м'ясо, що негативно вплинуло на прибутковість виробників. Впровадження нових технологій, розвиток біотехнологій та зростання популярності вегетаріанства/веганства мають як позитивний, так і негативний вплив. З одного боку, нові технології можуть підвищити продуктивність, а з іншого – вегетаріанство/веганство зменшують попит. Клімат, природні ресурси, стихійні лиха та зміна клімату можуть мати як позитивний, так і негативний вплив. З одного боку, багаті ресурси можуть допомогти знизити витрати, а з іншого – стихійні лиха та зміна клімату можуть призвести до значних збитків. Споживання м'яса, харчові звички, ставлення до тварин та релігійні обмеження

створюють як можливості, так і виклики. З одного боку, високий попит робить Україну великим ринком, а з іншого – харчові звички, ставлення до тварин та релігійні обмеження можуть створювати певні виклики. Виробникам курятини в Україні рекомендується адаптуватися до цих факторів макросередовища, щоб залишатися конкурентоспроможними та успішно вести свій бізнес.

Досліджено конкурентні позиції ПрАТ «МХП». Варто відзначити, що ПрАТ «МХП» має високий рівень конкурентоспроможності в Україні курятини. Компанія має сильні позиції за такими факторами, як якість продукції, цінова політика, логістика та дистрибуція, доступ до фінансування, управління та персонал, а також відповідність соціальним та екологічним стандартам. Однак компанії рекомендується посилити свої маркетингові та рекламні зусилля, а також інвестувати в інновації. Це допоможе ПрАТ «МХП» зберегти свою конкурентну перевагу на ринку та розширити свою частку ринку.

Проведено оцінку поточної інвестиційної привабливості ПрАТ «МХП». Варто відзначити, що більшість опитаних виявляють консервативну купівельну поведінку, що означає, що вони віддають перевагу стабільності та традиційним підходам у виборі продуктів. Операції з переробки м'яса є основним бізнесом сегменту і важливим чинником його прибутковості. ПрАТ «МХП» є одним з провідних учасників на сильно фрагментованому ринку м'ясопереробної продукції в Україні. ПрАТ «МХП» також виступає як провідний гравець у зерновому бізнесі в Україні. Цей сегмент займається вирощуванням кукурудзи, сояшнику, сої, а також інших зернових культур, таких як ріпак і пшениця. Ці зернові використовуються як корми для підтримки виробництва курятини в рамках Групи, а також експортуються для продажу третім сторонам. У 2023 році ПрАТ «МХП» володіло 340748 гектарами землі та зібрало 1934647 тон зерна. Це на 26% менше, ніж у попередньому році, головним чином через несприятливі погодні умови під час літнього та осіннього сезонів збирання.

РОЗДІЛ 3. ЗАЛУЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙ ДО ПРАТ «МХП» ТА ЕКОНОМІЧНІ ЕФЕКТИ ВПРОВАДЖЕННЯ РЕКОМЕНДАЦІЙ

3.1 Виявлення проблем, пріоритетних напрямів та перспектив залучення інвестицій до ПрАТ «МХП».

У сучасному світі виявлення проблем, визначення пріоритетних напрямків та розробка перспективних стратегій для залучення інвестицій є невід'ємними складовими успішного розвитку будь-якого підприємства. В контексті ПрАТ «МХП» ці аспекти набувають особливого значення, оскільки компанія займає провідні позиції на ринку агропромислового сектору та є одним із ключових гравців у сільськогосподарському виробництві в Україні. Аналіз проблем, ідентифікація пріоритетних напрямів розвитку та розробка ефективних стратегій є критично важливими для забезпечення стабільного зростання компанії, підвищення її конкурентоспроможності та забезпечення максимального використання наявних ресурсів. У цьому контексті детальне вивчення сучасних тенденцій, аналіз внутрішньої та зовнішньої середовища, а також урахування потенційних ризиків та можливостей є вирішальними для успішного впровадження стратегічних ініціатив.

ПрАТ «МХП» – це один з найбільших виробників курятини в Україні та Східній Європі. Компанія володіє всіма ланками виробничого ланцюжка, від вирощування зернових культур до переробки м'яса. ПрАТ «МХП» експортує свою продукцію до понад 80 країн світу. Незважаючи на значні успіхи, ПрАТ «МХП» стикається з низкою проблем, які можуть негативно вплинути на її подальший розвиток. До основних проблем належать:

– Ринок курятини в Україні та світі є дуже конкурентним. ПрАТ «МХП» постійно стикається з жорсткою конкуренцією з боку інших компаній.

– Вартість кормів є однією з основних статей витрат ПрАТ «МХП». Зміна цін на корми може негативно вплинути на прибутковість компанії.

– Епізоотії птиці можуть завдати значної шкоди ПрАТ «МХП» і призвести до значних фінансових втрат.

– Зміна споживчих уподобань на користь вегетаріанства та веганства може призвести до зменшення попиту на куряче м'ясо.

– Економічні та політичні фактори, такі як економічні кризи та політична нестабільність, можуть негативно вплинути на ПрАТ «МХП».

– Негативні наслідки для здоров'я птахів або забруднення навколишнього середовища можуть призвести до санкцій від державних органів або втрати довіри споживачів.

– Недостатній рівень кваліфікації, недостатні умови праці або конфлікти зі співробітниками можуть вплинути на ефективність виробництва.

– Проблеми з поставками кормів, обладнання або інших матеріалів можуть призвести до перебоїв у виробництві та збільшення витрат.

ПрАТ «МХП» стикається з рядом значущих недоліків, які впливають на його стабільність та перспективи розвитку. Один із основних аспектів, що впливає на агросектор - це залежність від коливань цін на світовому ринку сільськогосподарської продукції. Рівень доходів компаній в значній мірі визначається глобальними ринковими умовами, які не завжди можна передбачити або контролювати. Це створює непевність та ризики для бізнесу в українському агросекторі. Ще однією серйозною для ПрАТ «МХП» проблемою є ризики, пов'язані з погодними умовами. Нестабільність погодних умов може впливати на врожай та виробництво сільськогосподарської продукції, знижуючи його обсяг та якість. Зміни в законодавстві також можуть вразити бізнес, оскільки вони можуть призвести до несподіваних обмежень, податкових змін або регулювань, що впливатимуть на ефективність виробництва та

прибутковість. ПрАТ «МХП» стикається зі зростаючою залежністю від політичних та економічних факторів у країні. Нестабільність політичної ситуації та війна з РФ суттєво ускладнює ведення бізнесу в агросекторі, створюючи загрози для безпеки виробництва та реалізації продукції, що суттєво впливають на умови ведення бізнесу, змінюючи ринкові можливості. Висока конкуренція на ринку сільськогосподарської продукції є ще однією проблемою, з якою стикаються ПрАТ «МХП». Завдяки розвитку технологій та зростаючій глобалізації, конкуренція стає все більш активною, що змушує підприємства шукати нові стратегії для збереження своєї конкурентоспроможності. ПрАТ «МХП» зазнає впливу різноманітних факторів, що створюють складні умови для розвитку бізнесу. Запобігання й управління цими недоліками вимагають від підприємства стратегічного підходу та постійного моніторингу з метою зниження ризиків та забезпечення стабільності у секторі сільськогосподарської галузі.

Для вирішення цих проблем та подальшого розвитку ПрАТ «МХП» необхідно залучити інвестиції в такі пріоритетні напрямки: ПрАТ «МХП» необхідно модернізувати своє виробництво, щоб підвищити його продуктивність та ефективність, що дозволить компанії знизити витрати та стати більш конкурентоспроможною; ПрАТ «МХП» необхідно впровадити нові технології, щоб покращити якість продукції та розширити асортимент продукції, що дозволить компанії задовольнити зростаючі потреби споживачів; ПрАТ «МХП» необхідно розширити свою присутність на світових ринках, що дозволить компанії диверсифікувати свій бізнес та зменшити залежність від українського ринку; ПрАТ «МХП» необхідно диверсифікувати свій бізнес, щоб зменшити свою залежність від експорту, що може бути досягнуто за рахунок розвитку внутрішнього ринку, а також виходу на нові ринки, такі як ринки країн Азії та Близького Сходу; ПрАТ «МХП» необхідно підвищити свою екологічну

ефективність, щоб відповідати міжнародним стандартам, що дозволить компанії покращити свій імідж та підвищити довіру до своїх продуктів.

Основні проблеми, пріоритетні напрями та перспективи залучення інвестицій до «ПрАТ «МХП»» наведені у табл. 3.1.

Таблиця 3.1

Основні проблеми, пріоритетні напрями та перспективи залучення інвестицій до ПрАТ «МХП»

Проблеми	Пріоритетні напрями залучення інвестицій	Перспективи залучення інвестицій
Жорстка конкуренція	Модернізація виробництва. Впровадження нових технологій. Збільшення експорту. Підвищення екологічної ефективності.	Лідуючі позиції на ринку. Вертикальна інтеграція. Широкий асортимент продукції. Сильні бренди. Досвідчений менеджмент.
Зміна цін на корми	Модернізація виробництва. Впровадження нових технологій. Збільшення експорту.	Вертикальна інтеграція. Досвідчений менеджмент.
Епізоотії	Модернізація виробництва. Впровадження нових технологій. Підвищення екологічної ефективності.	Вертикальна інтеграція. Досвідчений менеджмент.
Зміна споживчих уподобань	Впровадження нових технологій. Розширення асортименту продукції. Підвищення екологічної ефективності.	Широкий асортимент продукції. Сильні бренди.
Економічні та політичні фактори	Диверсифікація бізнесу. Підвищення екологічної ефективності.	Вертикальна інтеграція. Досвідчений менеджмент.

Джерело: розроблено автором.

ПрАТ «МХП» є привабливою інвестицією для потенційних інвесторів з кількох причин: ПрАТ «МХП» є лідером українського ринку курятини та має значні конкурентні переваги; компанія володіє всіма ланками виробничого ланцюжка, що дає їй значні конкурентні переваги; ПрАТ «МХП» пропонує широкий асортимент курячого м'яса, яєць, ковбас та м'ясних делікатесів. Крім того, компанія активно впроваджує інноваційні технології у виробництво, що підвищує якість продукції та оптимізує виробничі процеси. Інвестори також зацікавлені в стабільному фінансовому стані компанії, оскільки ПрАТ «МХП» має високий рівень доходності та ефективно управляє фінансами. Крім того,

компанія активно розширює свою географічну присутність шляхом розвитку експортних напрямків, що відкриває нові можливості для збільшення обсягів продажів та прибутковості. Додатково, ПрАТ «МХП» звертає значну увагу на питання сталого розвитку та екологічної безпеки, що сприяє позитивному сприйняттю компанії як серед глобальних інвесторів, так і серед місцевих споживачів. Інвестори бачать потенціал для подальшого росту компанії на фоні зростаючого попиту на якісні продукти харчування як на внутрішньому, так і на зовнішніх ринках. Ці аспекти виробляють ПрАТ «МХП» привабливим варіантом для інвесторів, які мають інтерес до стабільності, росту та прибутковості в агросекторі.

ПрАТ «МХП» проводить великі дослідження і розробки в різних напрямках. Їх програми націлені на покращення якості продукції, оптимізацію процесів виробництва та впровадження новітніх технологій. Одним із основних напрямків є розробка нових методів управління виробництвом з метою збільшення ефективності та зниження витрат. Компанія активно інвестує в дослідження нових сировинних матеріалів для підвищення якості кінцевої продукції та розширення асортименту продукції [35]. Крім того, ПрАТ «МХП» зосереджується на розробці та впровадженні екологічно чистих технологій, спрямованих на зменшення впливу виробництва на навколишнє середовище. Програми досліджень і розробок включають в себе інноваційні методи відслідковування та контролю якості продукції на кожному етапі виробництва. Також акцент робиться на автоматизації процесів, що сприяє підвищенню продуктивності та зниженню можливих помилок.

У контексті сталого розвитку, компанія також звертає увагу на екологічні аспекти своєї діяльності. Впровадження екологічно чистих технологій та зменшення негативного впливу на навколишнє середовище стають важливими складовими стратегії компанії. В умовах постійної конкуренції та швидкозмінюваних ринкових умов важливе значення має ефективне управління

логістичними процесами та оптимізація постачання товарів. Одним із ключових аспектів маркетингової стратегії є розвиток ефективної системи логістики та дистрибуції, що дозволяє забезпечувати клієнтів своєю продукцією вчасно та в належному стані. ПрАТ «МХП», як провідна компанія в галузі сільського господарства, вкладає значні зусилля в аналіз та вдосконалення своїх логістичних систем з метою підвищення ефективності та збільшення конкурентоспроможності. ПрАТ «МХП» ретельно вивчає кожен етап постачального ланцюжка, від постачання сировини до доставки готової продукції до споживачів. Це включає в себе оцінку ефективності складського управління, транспортних рішень, процесів управління запасами, а також взаємодію з постачальниками та партнерами. ПрАТ «МХП» активно працює над ідентифікацією потенційних можливостей для вдосконалення логістичних процесів. Це включає в себе впровадження новітніх технологій у систему виробництва, автоматизацію процесів, аналіз даних для оптимізації маршрутів доставки та управління запасами [35]. Крім того, компанія постійно працює над зменшенням часу доставки та оптимізацією витрат на логістику, що сприяє підвищенню конкурентоспроможності на ринку. Зосереджуючись на аналізі та постійному вдосконаленні логістичних процесів, ПрАТ «МХП» прагне не лише підвищити ефективність власного виробництва, а й забезпечити високу якість та оперативність обслуговування своїх клієнтів. Ретельне вивчення логістичних систем та впровадження в них оптимізованих процесів є важливим кроком у стратегії розвитку компанії та збереження її лідерства на ринку.

Управління якістю та стандарти в ПрАТ «МХП» – ще один пріоритетний напрямок діяльності компанії, спрямований на забезпечення високої якості продукції та відповідність стандартам якості [35]. Компанія активно використовує системи управління якістю та враховує вимоги стандартів для забезпечення найкращих практик виробництва. Огляд систем управління якістю та стандартів, що використовуються в ПрАТ «МХП», вказує на високий рівень

уваги, приділеної питанням якості. Компанія використовує різні методи та підходи для забезпечення високої якості своєї продукції. Зокрема, вона впроваджує системи контролю якості на кожному етапі виробництва, починаючи від поставок сировини до випуску готової продукції. Це дозволяє підтримувати стабільно високий рівень якості продукції та відповідати вимогам споживачів. Аналіз можливостей для покращення якості продукції та відповідності стандартам якості важливий для подальшого розвитку компанії. Постійне вдосконалення процесів, використання новітніх технологій та інноваційних підходів у виробництві є ключовими напрямком розвитку ПрАТ «МХП». Це дозволяє не лише зберігати високий рівень якості продукції, але й відповідати зростаючим вимогам ринку та споживачів.

У результаті аналізу конкурентних позицій ПрАТ «МХП» стало очевидним, що компанія має значний потенціал у багатьох аспектах своєї діяльності. Однак, існують певні аспекти, де можна покращити їхню конкурентоспроможність для збільшення ринкової частки та забезпечення стабільного росту. Недостатня активність у використанні сучасних цифрових маркетингових інструментів та недостатній фокус на розвитку онлайн-присутності обмежують потенційні можливості росту та просування бренду. Окрім цього, важливою є підтримка сталого розвитку та прийняття екологічно чистих технологій у виробництві. Розвиток програм з енергоефективності та використання відновлюваних джерел енергії може позитивно вплинути на імідж компанії й дозволить привернути нових клієнтів, спрямованих на сталість та екологічну свідомленість.

ПрАТ «МХП» може зосередитися на декількох стратегічних напрямках для підвищення своєї конкурентоспроможності. По-перше, важливо впроваджувати сучасні технології в усі сфери виробництва, що дозволить підвищити продуктивність, зменшити витрати та покращити якість продукції. Це може включати в себе автоматизацію процесів, використання інноваційних

методів вирощування та обробки сільськогосподарської продукції та вдосконалення управління ланцюгом постачання. Другим важливим аспектом є інвестування в дослідження та розвиток для постійного вдосконалення генетики рослин та тварин, розробки нових сортів та гібридів, а також впровадження ефективних агротехнічних практик. Третій напрямок - це забезпечення сталості якості продукції шляхом встановлення та суворого контролю за дотриманням стандартів якості на кожному етапі виробництва. Це важливо для збереження довіри споживачів та позиціонування компанії як надійного виробника. Крім того, ПрАТ «МХП» може активно розвивати свою маркетингову стратегію, виявляючи нові сегменти споживачів, розробляючи інноваційні продукти та підвищуючи свою присутність на ринку через розширення дистрибуційних каналів. Важливо також звернути увагу на розвиток екологічної свідомості, зменшення впливу виробництва на довкілля та впровадження екологічно чистих технологій та практик. Нарешті, компанія може зосередитися на розвитку свого персоналу, залучаючи та утримуючи висококваліфікованих фахівців, а також надаючи їм можливості для постійного навчання та професійного зростання.

Отже, ПрАТ «МХП» зіткнулося з рядом значних проблем, таких як воєнний стан, жорстка конкуренція, зміна цін на корми, епізоотії, зміна споживчих уподобань та багато іншого. Проте, завдяки своїй відомій вертикальній інтеграції, досвідченому менеджменту та широкому асортименту продукції, компанія зуміла зберегти свою конкурентоспроможність. Пріоритетні напрями залучення інвестицій включають модернізацію виробництва, впровадження нових технологій, збільшення експорту та підвищення екологічної ефективності.

Ці заходи спрямовані на збільшення ефективності виробництва, розширення ринків збуту та забезпечення сталого розвитку компанії. Перспективи залучення інвестицій включають лідируючі позиції на ринку, розширення асортименту продукції, вертикальну інтеграцію, сильні бренди та

досвідчений менеджмент. Ці фактори допоможуть компанії зміцнити своє положення на ринку та забезпечити стабільний розвиток у майбутньому.

3.2 Розробка стратегій залучення іноземних інвестицій.

Зовнішні капіталовкладення мають значущий вплив на економічний зріст будь-якої держави. Вони сприяють створенню нових робочих місць, впровадженню нових технологій та підвищенню конкурентоспроможності країни на світовому ринку. Уряд України вживає низку заходів для залучення іноземних інвестицій, постійно працює над покращенням інвестиційного клімату в країні. Це включає в себе спрощення процедур ведення бізнесу, зниження податків та боротьбу з корупцією та регулярно проводить інвестиційні форуми та конференції, де потенційні інвестори можуть ознайомитися з можливостями для інвестування в країні. Уряд України пропонує іноземним інвесторам різні податкові та інші пільги, щоб стимулювати інвестиції в пріоритетні галузі економіки, створив кілька спеціальних економічних зон, де іноземним інвесторам пропонуються ще більш сприятливі умови для ведення бізнесу, також гарантує захист прав іноземних інвесторів відповідно до міжнародного права. Завдяки вжитим заходам обсяг іноземних інвестицій в Україну значно зріс за останні роки. Наприклад, у 2023 році обсяг прямих іноземних інвестицій в Україну склав 4,2 млрд доларів США [30].

Незважаючи на значні зусилля уряду, Україна все ще стикається з низкою проблем у залученні іноземних інвестицій. До цих проблем належать: політична нестабільність в Україні є одним з основних факторів, що стримують іноземних інвесторів; корупція також є серйозною проблемою, яка робить Україну менш привабливою для іноземних інвесторів; нерозвинена інфраструктура, така як дороги, порти та електроенергетика, також є фактором, що стримує іноземні

інвестиції; процедури ведення бізнесу в Україні все ще є досить складними, що може відлякувати іноземних інвесторів.

Уряд України може вжити низку заходів для покращення залучення іноземних інвестицій. До цих заходів належать: продовження реформ, спрямованих на покращення інвестиційного клімату (уряд України повинен продовжувати реформи, спрямовані на спрощення процедур ведення бізнесу, зниження податків та боротьбу з корупцією); збільшення прозорості та передбачуваності інвестиційної політики (збільшення прозорості та передбачуваність інвестиційної політики, щоб дати іноземним інвесторам більше впевненості); покращення інфраструктури (уряд України повинен покращити інфраструктуру, таку як дороги, порти та електроенергетика, щоб зробити країну більш привабливою для іноземних інвесторів); спрощення процедур ведення бізнесу (повинен спростити процедури ведення бізнесу, щоб зробити інвестування в Україну більш привабливим).

ПрАТ «МХП» є великою компанією, що займається виробництвом, переробкою та продажем курячого м'яса, яєць, ковбас та м'ясних делікатесів. Компанія має в своєму розпорядженні понад 1 млн гектарів земельних угідь, 16 птахофабрик, 11 комбикормових заводів, 8 м'ясопереробних заводів та мережу дистрибуційних центрів. Значна частина продукції експортується до понад 80 країн світу.

Ринок курятини в Україні та світі динамічно зростає. Прогнози показують, що світовий ринок курятини буде зростати на 2-3% щорічно протягом наступних 10 років. Це створює сприятливі умови для розвитку ПрАТ «МХП». Заходи для залучення іноземних інвестицій у ПрАТ «МХП» наведені у табл. 3.2.

Заходи для залучення іноземних інвестицій у ПрАТ «МХП»

Захід	Опис	Очікуваний результат
Розробка інвестиційного пропозиції	Створення чіткої та лаконічної інвестиційної пропозиції, яка буде описувати переваги інвестування в ПрАТ «МХП», очікувані результати та план реалізації проекту.	Залучення потенційних інвесторів, які зацікавлені в інвестуванні в агропромисловий комплекс України, який динамічно розвиваються.
Участь у інвестиційних форумах та конференціях	Участь у міжнародних та вітчизняних інвестиційних форумах та конференціях, де можна представити інвестиційну пропозицію ПрАТ «МХП» потенційним інвесторам. Наприклад: Global AgInvesting (GAI) Conference, World Agri-Tech Innovation Summit, Eastern Europe Agriculture Forum, World Economic Forum (WEF), European Business Summit (EBS) та інші.	Налагодження контактів з потенційними інвесторами та отримання інформації про інвестиційні можливості.
Налагодження зв'язків з інвестиційними фондами та компаніями	Налагодження зв'язків з провідними інвестиційними фондами та компаніями, які спеціалізуються на інвестуванні в агропромисловий комплекс. Наприклад: TPG Growth, Blackstone Group, Cargill, ADM (Archer Daniels Midland), IFC (International Finance Corporation), Rabo Private Equity та інші.	Залучення інвестицій від досвідчених інвесторів, які володіють знаннями та ресурсами для успішного впровадження інвестиційного проекту.
Проведення переговорів з потенційними інвесторами	Проведення переговорів з потенційними інвесторами з метою обговорення умов інвестування, структури угоди та інших аспектів співпраці.	Досягнення домовленості з інвесторами та укладення інвестиційних угод.
Забезпечення захисту інвестицій	Забезпечення захисту інвестицій іноземних інвесторів відповідно до українського законодавства та міжнародних норм.	Підвищення довіри інвесторів до ПрАТ «МХП» та заохочення їх до інвестування в компанію.
Надання податкових та інших пільг	Надання іноземним інвесторам податкових та інших пільг може стимулювати їх інтерес у вкладенні коштів у сільське господарство та інші сектори економіки. Ці пільги включають: <ol style="list-style-type: none"> 1. Зменшення податку на прибуток для інвестицій у ключові проекти або сектори економіки. 2. Звільнення від оплати ПДВ на імпорт обладнання та матеріалів для сільського господарства або виробництва експортної продукції. 3. Зменшення митних ставок або звільнення від митних платежів на імпорт обладнання та сировини для сільського господарства. 4. Надання фінансової підтримки та грантів для інноваційних технологій та модернізації інфраструктури. 5. Зменшення або звільнення від сплати земельного податку для інвесторів у сільському господарстві. 6. Спрощений порядок отримання дозволів та ліцензій для запуску та експлуатації проектів. 	Зниження витрат інвесторів та стимулювання інвестування в ПрАТ «МХП».

Адвокаційна кампанія	<p>Адвокаційна кампанія ПрАТ «МХП» буде орієнтована на просування інтересів компанії серед іноземних інвесторів та ключових зацікавлених сторін. Цільовими заходами будуть:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Проведення вебінарів та презентацій для іноземних інвесторів, що представляють потенційні можливості для інвестування в ПрАТ «МХП». 2. Презентаційних матеріалів, що відобразать переваги та потенційну дохідність інвестування в ПрАТ «МХП». 3. Залучення відомих експертів та інфлюенсерів у сфері агробізнесу для підтримки та рекомендацій щодо інвестування в ПрАТ «МХП». 4. Встановлення партнерських відносин з іноземними бізнес-асоціаціями та іншими організаціями для спільної просування інвестиційних можливостей. 	<p>Фінансування на проведення заходів та розробку маркетингових матеріалів. Ресурси для організації та просування кампанії.</p> <p>Співпраця з агентствами для проведення вебінарів та створення Презентаційних матеріалів. Час та зусилля з боку керівництва та співробітників компанії для участі у заходах та комунікації з потенційними інвесторами.</p>
Створення сприятливого інвестиційного клімату	<p>Сприяння створенню сприятливого інвестиційного клімату в Україні, що передбачає політичну стабільність, верховенство права, захист власності та інші фактори.</p>	<p>Залучення більшої кількості іноземних інвестицій в українську економіку, в тому числі в ПрАТ «МХП».</p>

Джерело: розроблено автором.

Для залучення інвестицій у ПрАТ «МХП» планується виконання ряду заходів, які передбачають різну кількість працівників у команді залежно від конкретної діяльності. Однак загальна команда може налічувати близько 15 осіб, що складається з експертів з розвитку бізнесу, юристів, фінансових аналітиків, менеджерів з продажу та маркетингологів. На виконання всіх заходів передбачено близько 6 місяців.

Щодо фінансової складової, загальна сума інвестицій складе 500 млн. грн., з яких близько 3.5 млн. грн. будуть спрямовані безпосередньо на реалізацію заходів залучення інвестицій. Необхідно також врахувати, що частина коштів буде витрачена на операційні витрати. Точна сума, що буде використана на самі заходи, залежить від конкретних обставин та обраної стратегії компанії.

Наприклад, конкретно для розробки інвестиційної пропозиції заплановано витратити 900 тис. грн. та 2 місяці часу. Участь у міжнародних інвестиційних форумах та конференціях передбачає витрати в розмірі 800 тис. грн. та займає 2 тижні. Налагодження зв'язків з інвестиційними фондами та компаніями передбачено за бюджетом у 500 тис. грн. та триває 1 місяць. Проведення переговорів із потенційними інвесторами передбачено на суму 300 тис. грн. та триває 2 місяці. На адвокаційну кампанію передбачено бюджет у 1 млн. грн. та 1 місяць.

ПрАТ «МХП» планує зосередити свою діяльність на наступних пріоритетних напрямках розвитку. Компанія планує модернізувати виробничі потужності для підвищення їхньої продуктивності та ефективності. Впровадження нових технологій має на меті покращити якість продукції та розширити асортимент продукції. Диверсифікація бізнесу планується через розвиток інфраструктури в інших регіонах, нових напрямків діяльності, таких як виробництво яєць, ковбас та м'ясних делікатесів. Крім того, компанія планує підвищити свою екологічну ефективність для відповідності міжнародним стандартам.

Отже, реалізація інвестиційних проектів дозволить ПрАТ «МХП» досягти значних результатів, зокрема зростання виробничих потужностей, розширення асортименту продукції, збільшення експортних надходжень, створення нових робочих місць та підвищення конкурентоспроможності на світовому ринку. Інвестиції будуть спрямовані на модернізацію виробництва, впровадження нових технологій, збільшення експорту, диверсифікацію бізнесу та підвищення екологічної ефективності.

3.3 Економічні ефекти впровадження розроблених рекомендацій.

Впровадження рекомендацій щодо залучення інвестицій до ПрАТ «МХП» не лише сприятиме розвитку компанії, а й матиме значний вплив на економічну ситуацію в країні. У цьому розділі ми дослідимо економічні ефекти, які можуть виникнути внаслідок впровадження запропонованих заходів. Аналізуючи потенційні вигоди та можливі ризики, пов'язані з цим процесом, ми розглянемо вплив на фінансові показники компанії, її конкурентоспроможність на ринку, а також загальний економічний вклад у розвиток галузі та національної економіки. Додатково, ми розглянемо можливості для росту виробництва, збільшення прибутковості та розширення ринкових можливостей, що сприятиме стабільності та сталому розвитку не лише ПрАТ «МХП», а й усієї економічної системи країни.

Економічні ефекти впровадження розроблених рекомендацій залучення іноземних інвестицій у діяльність ПрАТ «МХП» наведені у табл. 3.3.

Таблиця 3.3

Економічні ефекти впровадження розроблених рекомендацій залучення іноземних інвестицій у діяльність ПрАТ «МХП»

Економічний показник	Очікуване значення до впровадження рекомендацій	Очікуване значення після впровадження рекомендацій	Зміна
Обсяг виробництва курячого м'яса (тонн/рік)	1 000 000	1 200 000	+20%
Експорт курячого м'яса (тонн/рік)	500 000	750 000	+50%
Дохід від реалізації курячого м'яса (млн грн/рік)	10 000	15 000	+50%
Інвестиції в основний капітал (млн грн/рік)	500	1 000	+100%
Кількість створених робочих місць	5 000	7 000	+40%

Джерело: розроблено автором.

Очікувані економічні ефекти впровадження розроблених рекомендацій залучення іноземних інвестицій у діяльність ПрАТ «МХП» є наступними:

- Зростання обсягу виробництва курячого м'яса на 20%.
- Збільшення експорту курячого м'яса на 50%.
- Зростання доходу від реалізації курячого м'яса на 50%.
- Зростання інвестицій в основний капітал на 100%.
- Створення 2000 нових робочих місць.

Зокрема, очікується, що впровадження рекомендацій призведе до збільшення обсягу виробництва курячого м'яса на 20%, що буде досягнуто за рахунок модернізації виробничих потужностей, впровадження нових технологій та розширення виробничих площ. Зростання обсягу виробництва дозволить ПрАТ «МХП» задовольнити зростаючий попит на куряче м'ясо як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

Плануємо, що впровадження рекомендацій призведе до збільшення експорту курячого м'яса на 50%, що буде досягнуто за рахунок диверсифікації експортних ринків, виходу на нові ринки та підвищення якості продукції. Зростання експорту курячого м'яса дозволить ПрАТ «МХП» збільшити свої доходи та підвищити конкурентоспроможність на світовому ринку.

Також прогнозуємо, що впровадження рекомендацій призведе до збільшення доходу від реалізації курячого м'яса на 50%, що буде досягнуто за рахунок зростання обсягу виробництва, експорту та цін на куряче м'ясо. Зростання доходу від реалізації дозволить ПрАТ «МХП» збільшити свої інвестиції в розвиток бізнесу та виплачувати дивіденди акціонерам.

Варто відзначити, що впровадження рекомендацій призведе до збільшення інвестицій в основний капітал на 100%, що буде досягнуто за рахунок залучення іноземних інвестицій та використання власних коштів компанії. Зростання інвестицій в основний капітал дозволить ПрАТ «МХП»

модернізувати свої виробничі потужності, впровадити нові технології та розширити виробничі площі.

Зокрема, впровадження рекомендацій призведе до створення 2 000 нових робочих місць, що буде досягнуто за рахунок зростання обсягу виробництва, експорту та інвестицій. Створення нових робочих місць буде мати позитивний вплив на економіку України та рівень життя населення.

Очікується, що впровадження рекомендацій призведе до зростання ВВП України на 0,5%, що буде досягнуто за рахунок зростання обсягу виробництва, експорту, інвестицій та створення нових робочих місць. Зростання ВВП України буде свідчити про покращення економічного становища країни.

Отже, іноземні інвестиції дозволять збільшити обсяги капіталу, доступного для розвитку компанії, що сприятиме модернізації виробничих потужностей, впровадженню нових технологій та розширенню асортименту продукції. Інвестиції можуть сприяти збільшенню експортних обсягів, оскільки компанія отримає додаткові ресурси для розвитку маркетингових стратегій, розширення ринків збуту та підвищення конкурентоспроможності. Розвиток компанії за рахунок іноземних інвестицій може призвести до створення нових робочих місць, що позитивно вплине на зайнятість та економічний розвиток регіону. Інвестиції в нові технології та модернізацію виробництва дозволять підвищити ефективність виробництва, зменшити витрати та підвищити якість продукції. За допомогою іноземних інвестицій ПрАТ «МХП» може підвищити свою конкурентоспроможність на світовому ринку, що сприятиме збільшенню частки ринку та зростанню прибутків. Впровадження рекомендацій залучення іноземних інвестицій може стати каталізатором для стабільного та сталого економічного зростання ПрАТ «МХП», забезпечуючи компанії ресурси для подальшого розвитку та розширення в глобальному масштабі. Підвищення ефективності залучення іноземних інвестицій у діяльність ПрАТ «МХП» матиме значний позитивний вплив на економіку України, що приведе до

зростання виробництва, експорту, інвестицій, створення нових робочих місць, збільшення податкових надходжень до бюджету та покращення рівня життя населення.

Висновки за розділом 3

За результатами проведеного дослідження варто зробити відповідні висновки:

Виявлені проблеми, пріоритетні напрями та перспективи залучення інвестицій до ПрАТ «МХП». Варто відзначити, що ПрАТ «МХП» зіткнулося з рядом значних проблем, таких як жорстка конкуренція, зміна цін на корми, епізоотії та зміна споживчих уподобань. Проте, завдяки своїй відомій вертикальній інтеграції, досвідченому менеджменту та широкому асортименту продукції, компанія зуміла зберегти свою конкурентоспроможність. Пріоритетні напрями залучення інвестицій включають модернізацію виробництва, впровадження нових технологій, збільшення експорту та підвищення екологічної ефективності. Ці заходи спрямовані на збільшення ефективності виробництва, розширення ринків збуту та забезпечення сталого розвитку компанії. Перспективи залучення інвестицій включають лідируючі позиції на ринку, розширення асортименту продукції, вертикальну інтеграцію, сильні бренди та досвідчений менеджмент. Ці фактори допоможуть компанії зміцнити своє положення на ринку та забезпечити стабільний розвиток у майбутньому.

Досліджено заходи для залучення іноземних інвестицій. ПрАТ «МХП» планує зосередити свою діяльність на наступних пріоритетних напрямках розвитку. Компанія планує модернізувати виробничі потужності для підвищення їхньої продуктивності та ефективності. Впровадження нових технологій має на меті покращити якість продукції та розширити асортимент продукції. Диверсифікація бізнесу планується через розвиток нових напрямків

діяльності, таких як виробництво яєць, ковбас та м'ясних делікатесів. Крім того, компанія планує підвищити свою екологічну ефективність для відповідності міжнародним стандартам.

Розраховано економічні ефекти впровадження розроблених рекомендацій. Зокрема, очікується, що впровадження рекомендацій призведе до збільшення обсягу виробництва курячого м'яса на 20%, що буде досягнуто за рахунок модернізації виробничих потужностей, впровадження нових технологій та розширення виробничих площ. Зростання обсягу виробництва дозволить ПрАТ «МХП» задовольнити зростаючий попит на куряче м'ясо як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

ВИСНОВКИ

За результатами проведеного дослідження варто зробити відповідні висновки:

Досліджено теоретичні аспекти залучення іноземних інвестицій у сільське господарство. Іноземні інвестиції відіграють важливу роль у розвитку сільського господарства, стимулюючи модернізацію, впровадження нових технологій, підвищення продуктивності та конкурентоспроможності. Іноземні інвестори вкладають кошти в сільське господарство з різних причин, таких як доступ до сировини, вигідні ціни, сприятливий інвестиційний клімат, можливість розширення ринків збуту. На приплив іноземних інвестицій впливають політична та економічна стабільність, захист прав інвесторів, розвинена інфраструктура, кваліфікована робоча сила, сприятливий податковий режим.

Обґрунтовано концептуальні засади залучення іноземних інвестицій. Залучення іноземних інвестицій має відбуватися на основі чіткої та продуманої стратегії, яка враховує пріоритети розвитку сільського господарства, ресурсний потенціал країни та інвестиційні можливості. Необхідно створити сприятливий інвестиційний клімат, який буде стимулювати приплив іноземних інвестицій. Це включає в себе забезпечення політичної та економічної стабільності, захист прав інвесторів, спрощення процедур ведення бізнесу, зниження рівня бюрократії. Необхідно активно просувати інвестиційні можливості країни на міжнародних ринках. Це можна робити за допомогою участі в міжнародних виставках, конференціях та форумах, а також за допомогою публікацій в ЗМІ та в Інтернеті. Важливо налагодити конструктивну співпрацю з іноземними інвесторами, щоб розуміти їхні потреби та очікування.

Проведено формалізацію процесу стратегії залучення іноземних інвестицій. Розробка процесу стратегії залучення іноземних інвестицій

передбачає систематичний підхід до визначення мети, цілей, стратегічних напрямків та інструментів залучення інвестицій. Цей процес повинен бути узгоджений з загальною стратегією розвитку сільського господарства та враховувати конкретні особливості даного сектору. Ці аспекти допомагають у формулюванні та реалізації ефективної стратегії залучення іноземних інвестицій у сільське господарство, сприяючи його сталому розвитку та підвищенню конкурентоспроможності на міжнародному ринку.

Визначено особливості залучення іноземних інвестицій в аграрний сектор України. Залучення іноземних інвестицій в аграрний сектор України є складним, але перспективним процесом, який може прискорити розвиток галузі та сприяти економічному зростанню країни. Дослідимо фактори впливу на цей ринок. Варто відзначити, що війна, зростання цін на корми, ланцюги постачання, попит, логістика та девальвація гривні негативно вплинули на виробництво курятини, призвівши до його скорочення. Зменшення чисельності населення, старіння, зміна структури домогосподарств та внутрішні міграції призвели до зменшення попиту на куряче м'ясо, що негативно вплинуло на прибутковість виробників. Впровадження нових технологій, розвиток біотехнологій та зростання популярності вегетаріанства/веганства мають як позитивний, так і негативний вплив. З одного боку, нові технології можуть підвищити продуктивність, а з іншого – вегетаріанство/веганство зменшують попит. Клімат, природні ресурси, стихійні лиха та зміна клімату можуть мати як позитивний, так і негативний вплив. З одного боку, багаті ресурси можуть допомогти знизити витрати, а з іншого – стихійні лиха та зміна клімату можуть призвести до значних збитків. Споживання м'яса, харчові звички, ставлення до тварин та релігійні обмеження створюють як можливості, так і виклики. З одного боку, високий попит робить Україну великим ринком, а з іншого – харчові звички, ставлення до тварин та релігійні обмеження можуть створювати певні виклики. Виробникам курятини в Україні рекомендується адаптуватися до

цих факторів макросередовища, щоб залишатися конкурентоспроможними та успішно вести свій бізнес.

Досліджено конкурентні позиції ПрАТ «МХП». Варто відзначити, що ПрАТ «МХП» має високий рівень конкурентоспроможності в Україні курятини. Компанія має сильні позиції за такими факторами, як якість продукції, цінова політика, логістика та дистрибуція, доступ до фінансування, управління та персонал, а також відповідність соціальним та екологічним стандартам. Однак компанії рекомендується посилити свої маркетингові та рекламні зусилля, а також інвестувати в інновації. Це допоможе ПрАТ «МХП» зберегти свою конкурентну перевагу на ринку та розширити свою частку ринку.

Проведено оцінку поточної інвестиційної привабливості ПрАТ «МХП». Варто відзначити, що більшість опитаних виявляють консервативну купівельну поведінку, що означає, що вони віддають перевагу стабільності та традиційним підходам у виборі продуктів. Операції з переробки м'яса є основним бізнесом сегменту і важливим чинником його прибутковості. ПрАТ «МХП» є одним з провідних учасників на сильно фрагментованому ринку м'ясопереробної продукції в Україні. ПрАТ «МХП» також виступає як провідний гравець у зерновому бізнесі в Україні. Цей сегмент займається вирощуванням кукурудзи, сояшнику, сої, а також інших зернових культур, таких як ріпак і пшениця. Ці зернові використовуються як корми для підтримки виробництва курятини в рамках Групи, а також експортуються для продажу третім сторонам. У 2023 році ПрАТ «МХП» володіло 340748 гектарами землі та зібрало 1934647 тон зерна. Це на 26% менше, ніж у попередньому році, головним чином через несприятливі погодні умови під час літнього та осіннього сезонів збирання.

Виявлені проблеми, пріоритетні напрями та перспективи залучення інвестицій до ПрАТ «МХП». Варто відзначити, що ПрАТ «МХП» зіткнулося з рядом значних проблем, таких як жорстка конкуренція, зміна цін на корми, епізоотії та зміна споживчих уподобань. Проте, завдяки своїй відомій

вертикальній інтеграції, досвідченому менеджменту та широкому асортименту продукції, компанія зуміла зберегти свою конкурентоспроможність. Пріоритетні напрями залучення інвестицій включають модернізацію виробництва, впровадження нових технологій, збільшення експорту та підвищення екологічної ефективності. Ці заходи спрямовані на збільшення ефективності виробництва, розширення ринків збуту та забезпечення сталого розвитку компанії. Перспективи залучення інвестицій включають лідируючі позиції на ринку, розширення асортименту продукції, вертикальну інтеграцію, сильні бренди та досвідчений менеджмент. Ці фактори допоможуть компанії зміцнити своє положення на ринку та забезпечити стабільний розвиток у майбутньому.

Досліджено заходи для залучення іноземних інвестицій. ПрАТ «МХП» планує зосередити свою діяльність на наступних пріоритетних напрямках розвитку. Компанія планує модернізувати виробничі потужності для підвищення їхньої продуктивності та ефективності. Впровадження нових технологій має на меті покращити якість продукції та розширити асортимент продукції. Диверсифікація бізнесу планується через розвиток нових напрямків діяльності, таких як виробництво яєць, ковбас та м'ясних делікатесів. Крім того, компанія планує підвищити свою екологічну ефективність для відповідності міжнародним стандартам.

Розраховано економічні ефекти впровадження розроблених рекомендацій. Зокрема, очікується, що впровадження рекомендацій призведе до збільшення обсягу виробництва курячого м'яса на 20%, що буде досягнуто за рахунок модернізації виробничих потужностей, впровадження нових технологій та розширення виробничих площ. Зростання обсягу виробництва дозволить ПрАТ «МХП» задовольнити зростаючий попит на куряче м'ясо як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Булкот О. В. Методика аналізу міжнародної привабливості інвестиційного середовища країни. Причорноморські економічні студії. Науковий Журнал. 2020. Випуск 54. С. 16-22.
2. Бурлака Н. І. Розвиток інвестиційної діяльності підприємств України. Інвестиції: практика та досвід. 2019. № 8. С. 37-44.
3. Вакалюк В. А. Правове регулювання інвестиційної діяльності в Україні. Глобальні та національні проблеми економіки. 2017. Випуск 16. С. 122-126.
4. Герзанич В. М. Основні недоліки та проблеми залучення іноземних інвестицій в Україні. Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка» включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки. 2014. № 4. С. 11.
5. Говорушко Т. А. Сутність прямих іноземних інвестицій та їх класифікація. Теорії мікро-макроекономіки. 2013. Вип. 41. С. 91-99.
6. Гончар Т. Г. Еволюція портфельної теорії та сучасні реалії фінансових відносин. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент. 2016. № 16. С. 131-135.
7. Гордієнко Л. А. Особливості інвестиційної політики недержавних пенсійних фондів. Економічний аналіз. 2014. Том 16. № 1. С. 181-187.
8. Господарський кодекс України від 16.01.2003 № 436-IV. Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2003, № 18, № 19-20, № 21-22, ст. 144.
9. Діденко Л. В., Головенко І. П. Система недержавного пенсійного забезпечення і розвиток фінансового посередництва в Україні. Збірник наукових праць Національного університету державної податкової служби України. 2016. № 1. С. 30–44.

10. Дискіна А. Проблеми залучення іноземних інвестицій в економіку України. III Міжнародна науково-практична конференція «Формування потенціалу економічного розвитку промислових підприємств». Секція 2. Теорія і практика формування інвестиційно-інвестиційного потенціалу промислових підприємств. 2017. С. 30-31.

11. Дропа Я. Б., Петрів Н. Д. Підприємства з іноземними інвестиціями як форма залучення іноземного капіталу в Україну. Молодий вчений. 2015. № 8 (23). Частина 2. серпень, 2015 р. С. 48-53.

12. Дудчик О. Стан, проблеми та перспективи сприятливого інвестиційного клімату України. Економічний форум. 2016. № 6. С. 259-268.

13. Задоя А. О. Міжнародна інвестиційна діяльність: навчальний посібник. Дніпро: Університет імені Альфреда Нобеля, 2018. 122 с.

14. Захарова О.В. Особливості міжнародного інвестиційного розвитку країн. Вісник Маріупольського державного університету. 2022. С. 20-23.

15. Іноземцева Є. О. Генези гендерно чутливого інвестування у міжнародному русі капіталу. Науковий вісник Херсонського державного університету. 2021. Вип. 44. С. 18-23.

16. Коваленко Ю. Прямі іноземні інвестиції: національний і міжнародний аспект. Збірник наукових праць Національного університету державної податкової служби України. 2014. № 1. С. 112–120.

17. Лендел О. Теоретико-методичні аспекти здійснення інвестиційної діяльності в сучасних економічних умовах. Інвестиції: практика та досвід. 2016. № 18. С. 83–87.

18. Линдюк А. О., Брух О. О. Аналіз міжнародної інвестиційної привабливості України як чинник інвестиційної спроможності регіонів. Актуальні проблеми сучасного бізнесу: обліково-фінансовий та управлінський аспекти. 22-23 березня 2022. С. 294-298.

19. Матюшенко І. Міжнародний інвестиційний менеджмент: навчальний посібник для студентів спеціальностей 8.03050301 «Міжнародна економіка». Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2014. 520 с.

20. Непран А. Формування та використання фінансового потенціалу інвестиційної діяльності в Україні. Фінанси України. 2016. № 9. С. 111–128.

21. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://ukrstat.gov.ua>

22. Офіційний сайт Unctad. URL: <https://unctad.org/topic/investment/world-investment-report>

23. Офіційний сайт International Monetary fund. The Balance of Payments. URL: <https://data.imf.org/?sk=7A51304B-6426-40C0-83DD-CA473CA1FD52>

24. Офіційний сайт Міністерства економіки України. URL: <https://www.me.gov.ua>

25. Офіційний сайт Міжнародного банку реконструкції та розвитку (МБРР). URL: <https://www.worldbank.org/uk/country/ukraine>

26. Офіційний сайт Міжнародного валютного фонду (МВФ). URL: <https://www.imf.org/ru/Home>

27. Офіційний сайт Світової організації торгівлі (СОТ). URL: <https://www.wto.org>

28. Офіційний сайт Світового банку (СБ). URL: <https://www.worldbank.org/uk/country/ukraine>

29. Офіційний сайт Статистичного агентства ЄС «Євростат». URL: Єврокомісії <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/Eurostat>

30. Офіційний сайт Національного банку України. URL: <https://bank.gov.ua/>

31. Офіційний сайт European Innovation Scoreboard. Most Innovative Countries. URL: <https://ec.europa.eu/docsroom/documents/45940>

32. Офіційний сайт Global Innovation Index. Global Innovation Index. URL: <https://www.globalinnovationindex.org/analysis-indicator>
33. Офіційний сайт The Bloomberg innovation index. Bloomberg. URL: <https://worldpopulationreview.com/country-rankings/most-innovative-countries>
34. Офіційний сайт Buduysvoe. URL: <https://buduysvoe.com/publications/investyciyi-pid-chas-viyny-tendenciyi-ta-perspektyvy>
35. Офіційний сайт ПрАТ «МХП». URL: <https://mhp.com.ua/uk/home>
36. Офіційна фінансова звітність ПрАТ «МХП». URL: <https://clarity-project.info/edr/25412361/finances>
37. Петровська С. А. Оцінка інвестиційної привабливості регіону: методичний аспект. Механізм регулювання економіки. 2013. № 2. С. 113-126.
38. Петухова О. Інвестування: підручник. Київ: Центр учбової літератури, 2014. 336 с.
39. Піддубна Л. І., Чернишова Л. О. Оцінювання ризиків міжнародної інвестиційної діяльності. Економічна стратегія. 2012. С. 91-98.
40. Про інвестиційну діяльність: Закон України від 18.09.1991 № 1560-XII. Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1991, № 47, ст. 646.
41. Про режим іноземного інвестування: Закон України від 19.03.96 р. Документ 93/96-ВР, чинний, поточна редакція Редакція від 22.03.2022, підстава 2139-IX. Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1996, № 19, ст. 80. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/93/96-%D0%B2%D1%80#Text>
42. Про зовнішньоекономічну діяльність: Закон України № 959-XII від 16.04.1991 р. Документ 959-XII, чинний, поточна редакція Редакція від 01.07.2022, підстава 2325-IX. Відомості Верховної Ради УРСР (ВВР), 1991, № 29, ст. 377. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/959-12#Text>

43. Савіцька О. П., Бай Т. В. Особливості залучення прямих іноземних інвестицій в економіку України. Науковий вісник НЛТУ України. 2014. Вип. 24.1. С. 277-283.

44. Саттаров М. Інвестиційна діяльність недержавних пенсійних фондів України. Проблеми раціонального використання соціально-економічного, еколого-енергетичного, нормативно-правового потенціалу України та її регіонів: матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції ГО «ІЕЕЕД», (01 травня 2022 року), м. Луцьк: СПД Гадяк Жанна Володимирівна, друкарня «Волиньполіграф», 2022. С. 141-143.

45. Сімків Л. Є., Потьомкіна Н. Ю. Особливості залучення іноземних інвестицій в регіонах України: проблеми та шляхи їх розв'язання. Глобальні та національні проблеми економіки. 2017. Випуск 45. С. 404-408.

46. Сучасні тенденції міжнародних економічних відносин. Економічна інтеграція України у світове господарство: кол. монографія; За ред. І. М. Посохова, П. Г. Перерви, О. Д. Матросова, В. Г. Дюжева, В. О. Матросової. Харків: НТУ «ХП», 2016. 450 с.

47. Ткаленко С. І. Інвестиційна безпека: теорія, методологія, практика : монографія. Чернігів : ЧНТУ. 2018. 286 с.

48. Федченко Н. І. Основні критерії визначення інвестиційної привабливості суб'єктів економічних відносин. Економічний вісник університету. 2015. № 1 (24). С. 45-50.

49. Фролова Т. О. Суперечності і асиметрії інвестиційної глобалізації. Економіка та держава. 2012. № 6. С. 31-36.

50. Харченко Т. О. Методичний інструментарій оцінки ефективності інвестицій в контексті формування конкурентоспроможності управління проєкту. Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія «Економіка і менеджмент». 2016. Вип. 1 (67). С. 99–105.

51. Харчук С. А. Стан інвестиційної діяльності підприємств України в умовах економічної нестабільності. Журнал «Економіка та держава». 2020. № 1. С. 66-72.

52. Химич О. В. Інвестиції в регіони України: проблеми і тенденції. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. 2013. № 767. С. 233-242.

53. Хмелевський М. О. Зарубіжний досвід залучення іноземних інвестицій як позитивний чинник впливу на інвестиційну діяльність України. Управління проектами, системний аналіз і логістика. Технічна серія. 2013. Вип. 12. С. 328-333.

54. Чикуркова А. Д. Сучасні тенденції стратегічного управління конкурентоспроможністю сільськогосподарських підприємств. Подільський вісник: сільське господарство, техніка, економіка. 2021. Випуск 35. С. 39-47.

55. Чуницька І. І., Морозова І. В. Інвестиційний клімат України: сутність, проблеми та шляхи їх вирішення. Приазовський економічний вісник. 2019. Випуск 3 (14). С. 111-117.

56. Чуницька І. І., Макаренко О. Я. Іноземні інвестиції в економіку України: сучасний стан та шляхи покращення інвестиційного клімату. Збірник наукових праць Університету державної фіскальної служби України. 2019. № 1. С. 246-262.

57. Шталь Т. В., Доброскок Ю. Б. Аналіз інвестиційного клімату України та шляхи його вдосконалення. Бізнес Інформ. 2013. № 3. С. 122–125.

58. Герзанич В.М. Залучення іноземних інвестицій в національну економіку: основні стратегії та способи їх оптимізації. Ужгородський національний університет, м. Ужгород 2015. С. 1-5.

59. Крейдич І. М. Механізм формування стратегії мінімізації ризиків промислового підприємства при управлінні його інвестиційними ресурсами і

моделюванні ресурсних потоків. Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені І. Сікорського», м. Київ. 2017. С. 1-7

60. Коляда О.В. к.е.н., доцент, Морозова І.В. магістрант, Нізельська М.А. магістрант. Формування ефективної стратегії залучення прямих іноземних інвестицій в економіку України: сучасні реалії. Навчально-науковий інститут економіки, оподаткування та митної справи Університету державної фіскальної служби України. 2021. С 1.-6

61. Anyanwu J. C. (2017). Manufacturing value-added development in North Africa: Analysis of key drivers. *Asian Development Policy Review*, 5(4), pp. 281–298.

62. Awaliyyah E. Z., Chen, S., & Anindita, Suhartini, R. A. (2020). Analysis of structural transformation of labor from agriculture to non-agriculture in Asia. *Agricultural Socio-Economics Journal*, 20 (4), pp. 335–341.

63. Bah E.-H. M. (2011). Structural transformation paths across countries. *Emerging Markets Finance & Trade*, 47(sup2), pp. 5–19.

64. Chenaf-Nicet D. (2019). Dynamic of structural change in globalized world: What is the role played by institutions in the case of Sub-Saharan African Countries. *The European Journal of Development Research* 32, pp. 998–1037.

65. Granato D., Santos J. S., Escher G. B., Ferreira B. L., & Maggio R. M. (2018). Use of Principal Component Analysis (PCA) and Hierarchical Cluster Analysis (HCA) for multivariate association between bioactive compounds and functional properties in foods: A critical perspective. *Trends in Food Science and Technology*, 72, pp. 83–90.

66. Gui-Diby, S. L., & Renard, M. (2015). Foreign direct investment inflows and the industrialization of Africa Countries. *World Development*, 74, pp. 43–57.

67. Gygli, S., Haelg, F., Potrafke, N., & Sturm, J. (2019). The KOF globalisation index – revisited. *The Review of International Organizations*, 14(3), pp. 543–574.

68. Hauge J. (2019). Should the African Lion from the Asian tigers? A Comparative-historical study of FDI-oriented industrial policy in Ethiopia, South Korea and Taiwan. *Third World Quarterly*, 40(11). pp. 2071–2091.

69. Jie L., & Shamshedin A. (2019). The impact of FDI on industrialization in Ethiopia. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 9(7), pp. 726–742.

70. Sobański K. Valuation Effect as a Determinant of the International Investment Position in Central and Eastern European Economies. *Equilibrium. Quarterly Journal of Economics and Economic Policy*. 2015. 10(3), pp. 151-164.

71. Dr. Piotr Siemiątkowski. Title of paper: The influence of the global economic crisis on the international investment position of European Union member states. *World Economics Association Conferences*, 2015. Ideas towards a new international financial architecture? 2015, n. 1: 15th May 15th June. URL: https://www.researchgate.net/publication/276918440_The_influence_of_the_global_economic_crisis_on_the_international_investment_position_of_European_Union_member_states

72. Iwona Maciejczyk-Bujnowicz. International investment position of European countries chosen aspects. *FOLIA OECONOMICA*. 2016. № 6 (326). pp. 81-97.

73. Khan M. A. (2020). Cross sectoral linkage to explain structural transformation in Nepal. *Structural Change and Economic Dynamics*, 52, pp. 221–235

74. Kinnunen J., Androniceanu A., Georgescu I. (2019). The role of economic and political features in classification of countries-in-transition by human development index. *Informatica Economică*, 23(4), pp. 26–40.

75. Mamba E., Ginigie M., Ali E. (2020). Effect of foreign direct investment on structural transformation in West African Economic and Monetary Union (WAEMU) Countries. *Cogent Economics & Finance*, 8(1), pp. 1–21.

76. Marjanovic V. (2015). Structural challenges and structural transformation in a modern development economy. *Economic Themes*, 53(1), pp. 63–82.
77. Maroof Z., Hussain S., Jawad M., & Naz M. (2019). Determinants of industrial development: A panel analysis of South Asian economies. *Quality & Quantity*, 53(3), pp. 1391–1419.
78. McMillan M., Headey D. (2014). Introduction - understanding structural transformation in Africa. *World Development*, 63, pp. 1–10.
79. McMillan M., Rodrik D., Verduzco-Gallo I. (2014). Globalization, structural change, and productivity growth with an update on Africa. *World Development*, 63, pp. 11–32.
80. Mensah J. T., Adu G., Amoah A., Abrokwa K. K., Adu J. (2016). What drives structural transformation in Sub-Saharan Africa? *African Development Review*, 28(2), pp. 157–169.
81. Mohamad M., Juahir H., Ali N. A. M., Kamarudin M. K. A., Karim F., & Badarilah, N. (2017). Developing health status index using factor analysis. *Journal of Fundamental and Applied Sciences*, 9(2S), pp. 82–92.
82. Montes M. F., Cruz J. (2020). The political economy of foreign investments and industrial development: The Philippines, Malaysia, and Thailand in comparative perspective. *Journal of the Asian Pacific Economy* 25 1, pp. 16–39.
83. Moral-Benito E., Allison P., & Williams R. (2018). Dynamic panel data modelling using maximum likelihood: An alternative to arellano-bond. *Applied Economics* 51(20), pp. 2221–2232.
84. Muhlen H., Escobar O. (2020). The role of FDI in structural change: Evidence from Mexico. *World Economy*, 43(3), pp. 557–585.
85. Muller P. (2021). Impacts of inward FDIs and ICT penetration on the industrialisation of Sub-Saharan African Countries. *Structural Change and Economic Dynamics*, 56, pp. 265–279.

86. Oduola M., Bello M. O., Popoola R. (2022). Foreign direct investment, institution and industrialisation in Sub-Saharan Africa. *Economic Change and Restructuring*, 55, pp. 577–606.
87. Ren C., Liu S., van Grinsven H., Reis S., Jin S., Liu H., Gu B. (2019). The impact of farm size on agricultural sustainability. *Journal of Cleaner Production*, 220, pp. 357–367.
88. Rodrik D. (2018). An African growth miracle? *Journal of African Economies*, 27(1), pp. 10–27.
89. Saif-ur R., Abu B. N. (2019). FDI and manufacturing growth: Bound test and ARDL approach. *International Journal of Research in Social Sciences*, 9(5), pp. 36–91.
90. Samouel B., Aram B. (2016). The determinants of industrialization: Empirical evidence for Africa. *European Scientific Journal*, Special Edition 12(10) , pp. 219–239.
91. Saranya, C., & Manikandan, G. (2013). A study on normalization techniques for privacy presenting data mining. *International Journal of Engineering and Technology (IJET)*, 5(3), pp. 2701–2704
92. Saucedo E., Jr T. O., Zamora, H. (2020). The effect of FDI on low and high-skilled employment and wages in Mexico: A study for the manufacturing and service sectors. *Journal of Labour Market Research*, 54(9), pp. 1–15.
93. Shrestha N. (2021). Factor analysis as a tool for survey analysis. *American Journal of Applied Mathematics and Statistics*, 9(1), pp. 4–11.
94. Teixeira A. A. C., Queiros A. S. S. (2016). Economic growth, human capital and structural change: A dynamic panel analysis. *Research Policy*, 45(8), pp. 1636–1648.
95. Thirion J. M. (2020). FDI, regional development and structural change; The case of three states in El Bajio, Mexico. *Analysis Economico*, 35(90), pp. 199–220.

96. Timothy O. T., Chigozie A. O. (2015). Foreign direct investment flows and manufacturing sector performance in Nigeria. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, 3(7), pp. 412–428.
97. Topcu B. A. (2016). The relationship between foreign direct investment and industrialization in developing countries: Panel data analysis. *The Journal of Academic Social Science*, 4(35), pp. 390–400.
98. Uy T., Yi, K., Zhang, J. (2013). Structural change in an open economy. *Journal of Monetary Economics*, 60(6), pp. 667–682.
99. Watkins M. W. (2018). Exploratory factor analysis: A guide to best practice. *Journal of Black Psychology*, 44(3), pp. 219–246.
100. Wu W., & Zhao K. (2019). Dynamic interaction between foreign direct investment and the new urbanization in China. *Journal of Housing and the Built Environment*, 34(4), pp. 1107–1124.
101. Yong A. G., Pearce S. (2013). A beginner's guide to factor analysis: Focusing on Exploratory factor analysis. *Tutorials in Quantitative Methods for Psychology*, 9(2), pp. 79–94.
102. Офіційний сайт Міністерства аграрної політики та продовольства України. URL: <https://minagro.gov.ua/>
103. Офіційний сайт Міністерства захисту довкілля та природних ресурсів України. URL: <https://mepr.gov.ua/>
104. Офіційний сайт Міністерство Фінансів України. URL: <https://minfin.com.ua/>

ДОДАТКИ

Додаток А

Таблиця А.1

Попередня таблиця економічних факторів макросередовища виробників курятини на ринку України

№ п.п.	Фактор	Фактор попиту/ пропозиції	Загроза/ Можливість (+/-)
1.	Темпи зростання ринку курятини	Фактор пропозиції	-
2.	Динаміка частки курятини в загальному обсязі продажу м'яса	Фактор пропозиції	+
3.	Динаміка зовнішньої торгівлі курятиною	Фактор попиту / пропозиції	+/-
4.	Стабільність та розмір застосовуваних сільськогосподарських податків на курятину	Фактор попиту / пропозиції	+/-
5.	Застосовувана ставка ПДВ	Фактор попиту / пропозиції	+
6.	Вплив пандемії коронавірусу на діяльність малого та середнього бізнесу	Фактор попиту / пропозиції	-
7.	Динаміка доходів населення	Фактор попиту	-
8.	Вплив на динаміку споживання сезонності попиту на курятину	Фактор попиту	-

Таблиця А.2

Попередня таблиця демографічних факторів макросередовища виробників курятини на ринку України

№ п.п.	Фактор	Фактор попиту/ пропозиції	Загроза/ Можливість (+/-)
1.	Гендерна структура населення	Фактор попиту	-
2.	Вікова структура населення	Фактор попиту	+
3.	Динаміка споживання м'яса неповнолітніми	Фактор попиту	+
4.	Рівень урбанізації	Фактор попиту	+

Таблиця А.3

Попередня таблиця науково-технічних факторів макросередовища виробників курятини на ринку України

№ п.п.	Фактор	Фактор попиту/пропозиції	Загроза/Можливість (+/-)
1.	Рівень інновацій у сфері виробництва курятини	Фактор пропозиції	+/-
2.	Рівень Інтернетизації	Фактор попиту	+
3.	Рівень підготовки висококваліфікованих кадрів у сфері виробництва курятини	Фактор пропозиції	+
4.	Рівень розвитку транспортної інфраструктури	Фактор пропозиції	+

Таблиця А.4

Попередня таблиця природних факторів макросередовища виробників курятини на ринку України

№ п.п.	Фактор	Фактор попиту/пропозиції	Загроза/Можливість (+/-)
1.	Рівень якості м'ясопереробної сировини	Фактор пропозиції	+
2.	Наявність основної сировини для виробництва курятини	Фактор пропозиції	+
3.	Рівень розвиненості виробництва додаткової сировини, необхідної для виробництва курятини	Фактор пропозиції	+
4.	Сприятливість погодних умов	Фактор пропозиції	-

Таблиця А.5

Попередня таблиця культурних факторів макросередовища виробників курятини на ринку України

№ п.п.	Фактор	Фактор попиту/пропозиції	Загроза/Можливість (+/-)
1.	Культура споживання курячого м'яса	Фактор попиту	+
2.	Релігійний склад населення	Фактор попиту	+
3.	Зміна споживчих мотивацій внаслідок пандемії коронавірусу	Фактор попиту	+/-

Зведена підсумкова таблиця факторів ринкових можливостей українських виробників курятини на ринку України

Фактори	Експертна бал. оц. значущості з урахув. вагового коеф.	Варіант реалізації можливості
1. Динаміка частки курятини в загальному обсязі продажу м'яса	$7 \cdot 0,32 = 2,24$	Розробка оптимальних заходів просування з метою формування лояльної аудиторії; стратегія диференціації (розробка нових смаків) задля підвищення конкурентоспроможності товару через врахування переваг та мотивацій споживачів.
2. Наявність законодавчих обмежень з використання курятини в замороженому вигляді	$5 \cdot 0,26 = 1,3$	Позиціонування з акцентом на застосування екологічної упаковки; витіснення деяких національних конкурентів за рахунок більш якісної продукції, цінової конкуренції та відсутності необхідності реорганізації виробництва.
3. Стабільність та розмір застосовуваних сільськогосподарських податків на курятину	$4 \cdot 0,32 = 1,28$	Оптимізація витрат за рахунок експорту курятини з вмістом курятини від 35% до 37%.
4. Застосовувана ставка ПДВ	$4 \cdot 0,32 = 1,28$	Встановлення ціни на товар на основі відповідних маркетингових досліджень.
5. Рівень розвитку транспортної інфраструктури	$6 \cdot 0,14 = 0,84$	Застосування залізничного або автомобільного транспорту для найбільш швидкого та дешевого транспортування курятини до точок збуту.
6. Зручність застосовуваної системи розрахунку податку на прибуток	$3 \cdot 0,26 = 0,78$	Нарощування обсягів експорту без додаткових витрат на розрахунок нових показників у відповідності до вимог законодавства та на зміну маркування.
7. Рівень якості м'ясопереробної сировини	$6 \cdot 0,12 = 0,72$	Відкриття власного виробництва на території країни з меншими витратами на фільтрацію та насичення води необхідними мікроелементами.
8. Рівень Інтернетизації	$5 \cdot 0,14 = 0,7$	Просування через соціальні мережі; розвиток власного блогу; отримання фідбеку від споживачів для подальшого вдосконалення тощо.
9. Наявність основної сировини для виробництва курятини	$5 \cdot 0,12 = 0,6$	Відкриття власного виробництва на території країни; зменшення витрат на виробництво та собівартості продукції; позиціонування продукції як такої, що виробляється з сировини національних виробників.
10. Рівень підготовки висококваліфікованих кадрів у сфері виробництва курятини	$4 \cdot 0,14 = 0,56$	Залучення до процесу виробництва висококваліфікованих технологів; розробка нових страв із курятини.
11. Вікова структура населення	$4 \cdot 0,08 = 0,32$	Стимулювання попиту з боку відносно молодшої, тобто цільової аудиторії; заохочення до споживання курятини населення старшого та літнього віку, в т. ч. через систему знижок, акцій та спеціальних пропозицій.

Продовження додатку Б
Продовження табл. Б.1

Фактори	Експертна бал. оц. значущості з урахув. вагового коеф.	Варіант реалізації можливості
12. Рівень розвиненості виробництва додаткової сировини, необхідної для виробництва курятини	$3 \cdot 0,12 = 0,3$	Відкриття власного виробництва на території країни; зменшення витрат та собівартості продукції.
13. Динаміка споживання м'яса неповнолітніми	$3 \cdot 0,08 = 0,24$	Приховане стимулювання молодого покоління до споживання курятини через здорове харчування, дотримання усіх законодавчих вимог та обмежень.
14. Рівень урбанізації	$3 \cdot 0,08 = 0,24$	Вихід на ринок у великих містах.
15. Культура споживання курячого м'яса	$3 \cdot 0,08 = 0,24$	Співпраця з організаторами виставок курятини, більш активна реклама продукції перед вагомими матчами та знижки, акції перед святами.
16. Релігійний склад населення	$3 \cdot 0,08 = 0,24$	Нарощення обсягів продажів та активне просування товару на ринку.
Разом	11,04	-

Зведена підсумкова таблиця факторів ринкових загроз українських виробників курятини на ринку України

Фактори	Експертна бал. оц. значущості з урахув. вагового коеф.	Варіант реалізації можливості
1. Вплив пандемії коронавірусу на діяльність малого та середнього бізнесу	$8 * 0,32 = 2,56$	Стимулювання продажів, популяризація культури споживання курятини та оптимізація витрат через пільги від держави.
2. Динаміка доходів населення	$7 * 0,32 = 2,24$	Встановлення цін за допомогою проведення відповідних маркетингових досліджень, використання ринкових методів ціноутворення; розширення асортименту смаків; акцентування уваги на якості продукції, натуральності інгредієнтів та більш складному процесі виробництва, що зумовлюють високу ціну.
3. Наявність законодавчих обмежень реклами курячого м'яса	$8 * 0,26 = 2,08$	Застосування необхідних попереджувальних написів; реклама через соціальні мережі; проведення виставок та інші правомірні та ефективні заходи просування.
4. Динаміка зовнішньої торгівлі курятиною	$6 * 0,32 = 1,92$	Розробка ринково-продуктової та конкурентної стратегій з урахуванням конкурентного середовища на ринку, які включатимуть активні заходи просування, стратегію диференціації, позиціонування с акцентом на використання екологічної упаковки, інноваційні смаки тощо.
5. Темпи зростання ринку курятини	$5 * 0,32 = 1,6$	Стратегія низьких цін; стимулювання продажів грою (знижки, акції); популяризація культури споживання курятини серед потенційних споживачів тощо.
6. Вплив на динаміку споживання сезонності попиту на курятину	$5 * 0,32 = 1,6$	Використання системи знижок та акцій для підвищення споживання взимку та восени; співпраця з організаторами спортивних змагань, конкурсів; введення нових сортів в несезонний період.
7. Наявність відповідальності виробника за збут курятини	$6 * 0,26 = 1,56$	Облаштування пунктів прийому використаної упаковки на точках збуту; знижки та особливі пропозиції для споживачів, що сприяють збору упаковки; інформування про даний обов'язок кінцевих споживачів через соціальні мережі та маркування.
8. Наявність обмежень на продаж замороженої курятини	$5 * 0,26 = 1,3$	Збут через інші канали, такі як роздрібні мережі тощо, в тому числі ті, що працюють цілодобово; активна політика просування продукції з метою стимулювання попиту та формування лояльної аудиторії.
9. Наявність механізму зниження сільськогосподарських податків для виробників курятини	$5 * 0,26 = 1,3$	Нарощення експорту курятини

Продовження додатку Б
Продовження табл. Б.2

Фактори	Експертна бал. оц. значущості з урахув. вагового коеф.	Варіант реалізації можливості
10. Наявність законодавчих обмежень на імпорт основної сировини для виробництва курятини	$4 \cdot 0,26 = 1,04$	Пошук надійних місцевих контрагентів, чия курятина буде відповідати стандартам та вимогам компанії.
11. Рівень інновацій у сфері виробництва курятини	$7 \cdot 0,14 = 0,98$	Інвестиції в створення якісно нових видів м'яса, що допоможуть відповідати змінним вимогам споживачів та залучати нову аудиторію.
12. Сприятливість погодних умов	$4 \cdot 0,12 = 0,48$	Створення резервів на випадок перебоїв поставок або подорожчання м'ясопереробної сировини.
13. Зміна споживчих мотивацій внаслідок пандемії коронавірусу	$6 \cdot 0,08 = 0,48$	Позиціонування з акцентом на сталий розвиток підприємства, використання екологічно чистих матеріалів, утилізацію та повторне використання упаковки.
14. Гендерна структура населення	$2 \cdot 0,08 = 0,16$	Стимулювання попиту з боку жіночого населення; розширення асортименту продукції з курячого м'яса; приділення значної уваги транспортуванню та зберіганню курятини.
Разом	19,3	-

Зведена підсумкова таблиця факторів-можливостей культурного середовища для українських виробників курятини на ринку України

Фактори	Експертна бал. оц. значущості з урахув. вагового коеф.	Варіант реалізації можливості
1. Ступінь формальності відносин	$4*0,18=0,72$	Легка адаптація до умов ведення бізнесу, в тому числі до особливостей переговорів.
2. Рівень конформізму	$4*0,15=0,6$	Підвищення ступеню поінформованості про бренд та товар, активна стратегія просування; залучення працівників усіх рівнів до вирішення проблем організації, проведення оцінки талантів та формування індивідуальних планів розвитку співробітників.
3. Різниця в оплаті праці жінок та чоловіків	$3*0,18=0,54$	Оптимізація фінансових витрат на заробітну плату.
4. Розподіл професій на «жіночі» та «чоловічі»	$3*0,18=0,54$	Збалансування робочого колективу відповідно до вимог гендерної рівності.
5. Баланс між роботою та особистим життям	$3*0,15=0,45$	Легка адаптація до умов ведення бізнесу, в тому числі до особливостей переговорів.
6. Вплив моди на споживання	$3*0,15=0,45$	Активне просування продукції, приділення значної уваги дизайну тощо.
7. Тип кадрової політики	$3*0,13=0,39$	Використання методів оцінки та управління талантами, а також HR-аналітики для скорочення витрат на неефективний найм і підвищення ефективності інвестицій компанії.
8. Рівень інвестицій в людський капітал на підприємствах	$3*0,13=0,39$	Застосування служб персоналу, створення власних програм розвитку та управління людськими ресурсами та досягнення найбільшого ступеню лояльності та вмотивованості працівників.
9. Підхід до процесу планування	$2*0,13=0,26$	Проведення комплексного аналізу ринкового середовища та оцінка перспектив розвитку компанії, встановлення чітких цілей діяльності.
Разом	4,34	-

Зведена підсумкова таблиця факторів-загроз культурного середовища для українських виробників курятини на ринку України

Фактори	Експертна бал. оц. значущості з урахув. вагового коеф.	Варіант реалізації можливості
1. Використовуваний стиль керівництва	$6 \cdot 0,21 = 1,26$	Пошук контрагентів з відмінним стилем або низький ступінь делегування обов'язків.
2. Переважаюча система мотивації співробітників	$5 \cdot 0,18 = 0,9$	Застосування більш ефективних концепцій управління персоналу, які включатимуть соціально-психологічні методи, направлені на підтримку здоров'я та добробуту працівників, формування референтного колективу та застосування досвіду зарубіжних компаній щодо мотивування робітників.
3. Рівень песимізму в суспільстві	$6 \cdot 0,15 = 0,9$	Адаптація цінової політики, застосування активних методів просування продукції та адаптація під нові тренди споживання.
4. Ступінь свободи спілкування та взаємодії	$4 \cdot 0,21 = 0,84$	Відслідковування настроїв неформальних груп всередині компанії з метою запобігання негативним деструктивним проявам їхнього існування.
5. Ставлення до конфліктів в організаціях	$4 \cdot 0,18 = 0,72$	Надання персоналу можливості висловлювати альтернативні точки зору та «розумно» конфліктувати; контроль за міжособистісними конфліктами.
6. Рівень делегування повноважень	$3 \cdot 0,21 = 0,63$	Пошук партнерів з відносно високим ступенем делегування обов'язків та використання аутсорсингу.
7. Заохочення ініціативи та лідерства серед підлеглих	$3 \cdot 0,18 = 0,54$	Навчання підлеглих за допомогою програм лідерства, розвиток згуртованості колективу та перехід до більш ефективних концепцій управління персоналом.
8. Можливість просування по кар'єрним сходинкам	$2 \cdot 0,15 = 0,3$	Формування ефективної системи оцінки талантів, аналіз рольової та соціальної структури підприємства, на основі чого буде обрана оптимальна стратегія щодо розвитку кар'єри працівників, а також формування сильної організаційної структури, що формуватиме референтний колектив без необхідності прив'язки до стажу.
Разом	6,09	-

АНКЕТА

Оцінка споживчих мотивацій на українському ринку курятини для компанії ПрАТ «МХП»

Джерело:

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSec8nxHGYNBtk5GsvDO_G7qe3MxAhuJYHupUPLRkw5AoPchVA/viewform?usp=sf_link

Вітаємо!

Дякуємо за участь у дослідженні оцінки мотивації споживачів українського ринку курятини для компанії ПрАТ «МХП». Ваші відповіді допоможуть краще зрозуміти ситуацію на українському ринку курятини. Ваш внесок є надзвичайно цінним для дослідження, тому, будь ласка, виберіть найбільш відповідні відповіді на запитання нижче.

1. Як часто Ви купуєте куряче м'ясо та продукти з нього?

Щоденно

Кілька разів на тиждень

Раз на тиждень

Рідко, раз на місяць

Дуже рідко, рідше одного разу на місяць

Ніколи

2. Які чинники найбільше впливають на Ваш вибір курячого м'яса (ціна, якість, бренд, походження тощо)?

Ціна

Якість продукту

Бренд виробника

Походження м'яса (країна виробника)

Умови утримання птахів

Наявність сертифікатів якості

Екологічні аспекти виробництва

Рекомендації друзів/знайомих

Зручність упаковки

Акції та знижки

3. Які бренди курятини Ви зазвичай обираєте і чому?

«Наша Ряба»

«Епікур»

«Вінницькі курчата»

«Салтівський»

«Вінницькі курчата»

«Kurator»

«Богодухівський м'ясокомбінат»

«Київський м'ясокомбінат»

«М'ясна Весна»

«Чебатурочка»

«Delika»
«Глобино»
«Знатна курка»
Інше

4. Чи впливає на Ваш вибір курячого м'яса принципи сталого розвитку та екологічної безпеки виробника?

Так, для мене важливо, щоб виробник дотримувався принципів сталого розвитку та екологічної безпеки.

Ні, ці аспекти не впливають на мій вибір.

Вони мають певний вплив, але не є головним критерієм для мене.

Я обираю продукцію, де ці принципи чітко відображені.

5. Які типи курячого м'яса Ви найчастіше купуєте (філе, крильця, ніжки тощо)?

Філе куряче
Крильця
Ніжки
Гомілки
Курячі грудки
Курячі стегна
Курячі крила
Курячі шийки
М'ясо з курячого спинного відбитка
Курячі серця

6. Чи звертаєте увагу на наявність добавок та консервантів у продуктах з курятини?

Так, обов'язково перевіряю склад продукту перед покупкою.

Ні, для мене це не є важливим критерієм.

Звертаю увагу, але це не робить значного впливу на мій вибір.

Іноді перевіряю, але не завжди.

7. Чи задоволені Ви якістю та асортиментом курячого м'яса на сучасному ринку?

Так, я повністю задоволений якістю та асортиментом.

В основному задоволений, але є кілька недоліків.

Якість задовільна, але асортимент можна розширити.

Не дуже задоволений ні якістю, ні асортиментом.

Задоволений асортиментом, але якість залишає бажати кращого.

Не задоволений якістю та асортиментом.

8. Чи впливають на Ваш вибір курячого м'яса рекламні кампанії та промо-акції?

Так, якість продукту часто переконує мене вибрати продукцію через рекламні кампанії та промо-акції.

Час від часу рекламні кампанії та промо-акції можуть впливати на мій вибір.

Якість продукту завжди є головним критерієм для мене, тому рекламні кампанії та промо-акції мають невеликий вплив.

Ні, рекламні кампанії та промо-акції не впливають на мій вибір курячого м'яса.

9. Чи берете Ви до уваги рекомендації лікарів та дієтологів при виборі курячого м'яса?

Так, рекомендації лікарів та дієтологів важливі для мене і впливають на мій вибір.
Частково, я деякі рекомендації лікарів та дієтологів беру до уваги.
Ні, я не беру до уваги рекомендації лікарів та дієтологів при виборі курячого м'яса.
Я рідко звертаю увагу на рекомендації лікарів та дієтологів.

10. З якою основною метою респонденти купують курятину на українському ринку?

Щоб потішити себе делікатесами
Для дітей
Для святкового столу
В якості основної страви
Інше

11. Які варіанти купівельної поведінки споживачів курятини на українському ринку Вам підходять?

Надаєте перевагу продукції, що пропонується для дегустації
Вибираєте тільки те, що зручніше розташоване на полицях ("кидається в очі") інше
Важко зорієнтуватися у виборі продукції
Покладаєтесь на вибір продавця
Купуєте ті вироби, що продаються зі знижкою
Намагаєтесь вибирати ті вироби, що Вам порадили родичі, знайомі
Любите вибирати, порівнювати вироби
Тривалий час споживаєте однакові продукти та не бажаєте купувати щось інше, зазвичай твердо знаєте, які позиції обрати
Купуєте лише ті вироби, які споживаєте

12. Як Ви оцінюєте популярність ПрАТ "МХП" на українському ринку?-

Взагалі не популярна компанія
Популярність компанії на середньому рівні
Користується великою популярністю

13. Які чинники найбільше вплинули на Ваш вибір курятини від ПрАТ "МХП"?

Високий рівень якості продукції
Престижність організації, що виробляє курятину
Стабільна цінова політика
Яскрава рекламна кампанія

Розрахунок поточних активів ПрАТ «МХП» 2023 р. [35]:

Запаси (Inventories): \$333 млн.

Біологічні активи (Biological assets): \$171 млн.

Сільськогосподарська продукція (Agricultural produce): \$370 млн.

Передоплата (Prepayments): \$28 млн.

Інші поточні фінансові активи (Other current financial assets): \$34 млн.

Податки на відновлення та передоплата (Taxes recoverable and prepaid):
\$30 млн.

Торгові рахунки-фактури (Trade accounts receivable): \$186 млн.

Готівка та еквіваленти готівки (Cash and cash equivalents): \$436 млн.

Сумарно: \$1588 млн.

Розрахунок поточних зобов'язань ПрАТ «МХП» 2023 р. [35]:

Банківські позики (Bank borrowings): \$145 млн.

Випущені облігації (Bonds issued): \$348 млн.

Лізингові зобов'язання (Lease liabilities): \$76 млн.

Зобов'язання по торговим рахункам (Trade accounts payable): \$142 млн.

Зобов'язання за контрактами (Contract liabilities): \$18 млн.

Відсотки за позичками (Interest payable): \$22 млн.

Інші поточні зобов'язання (Other current liabilities): \$99 млн.

Сумарно: \$850 млн.

Розрахунок поточних запасів ПрАТ «МХП» 2023 р. [35]:

Компоненти для виробництва змішаних кормів (Components for mixed
fodder production): \$104 млн.

Інші сировинні матеріали (Other raw materials): \$62 млн.

Незавершений виробництво (Work in progress): \$44 млн.

Добрива (Fertilizers): \$34 млн.

Рослинна олія (Vegetable oil): \$25 млн.

Запасні частини (Spare parts): \$21 млн.

Газ та паливо (Gas and fuel): \$15 млн.

Змішаний корм (Mixed fodder): \$9 млн.

Інші запаси (Other inventories): \$19 млн.

Сумарно: \$333 млн.

$$\text{Поточна ліквідність} = \frac{\text{Поточні активи}}{\text{Поточні забор'язання}} = \frac{1588}{850} = 1,868$$

$$\text{Швидкий коефіцієнт} = \frac{\text{Поточні активи} - \text{запаси}}{\text{Поточні забор'язання}} = \frac{1588 - 333}{850} = 1,476$$