

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Центр заочної, дистанційної та вечірньої форм навчання
Кафедра управління імені Олега Балацького

Шифр _____

Наказ ректора про
затвердження теми

«До захисту допускається»
завідувач кафедри
_____ І.І.Рекуненко

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА
НА ТЕМУ

«УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИМИ ПРОЄКТАМИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ»

за спеціальністю 073 Менеджмент

Здобувач вищої освіти гр. Мз-91с

Лемешко Анастасія Сергіївна

Подається на здобуття освітнього ступеня бакалавр.

Кваліфікаційна робота магістра містить результати власних досліджень.
Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на
відповідне джерело _____ Лемешко А. С.

Науковий керівник: _____ к.е.н., доц. Матвеева Ю. Т.

Суми 2023 р.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Центр заочної, дистанційної та вечірньої форм навчання
Кафедра управління імені Олега Балацького

ЗАТВЕРДЖУЮ

З а в і д у в а ч
кафедри _____

_____” _____ 20 ____ р.

ЗАВДАННЯ ДЛЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ БАКАЛАВРА
за спеціальністю 073 Менеджмент
здобувач групи Мз-91с
Лемешко Анастасії Сергіївни

1. Тема роботи: «Управління інвестиційними проєктами в сучасних умовах» затверджена наказом по СумДУ № _____ від „_____” _____ 20 ____ р.
2. Термін подання студентом закінченої роботи _____
3. Мета кваліфікаційної роботи: є дослідження діяльності продуктового магазину «Грона»
4. Об’єкт дослідження: є процес управління продуктового магазину «Грона».
5. Предмет дослідження: теоретико-методичні засади щодо інвестування в розширення розвитку продуктового магазину «Грона»
6. Кваліфікаційна робота виконується на матеріалах: продуктового магазину «Грона»
7. Орієнтовний план кваліфікаційної роботи, терміни подання розділів керівникові та зміст завдань для виконання поставленої мети.

№ пор.	Назва розділу	Термін подання
I	Теоретичні засади управління інвестиційними проєктами	01.05.2023
II	Аналіз діяльності продуктового магазину «Грона»	18.05.2023
III	Основні напрямки інвестування в магазин «Грона»	30.05.2023

Зміст завдань для виконання поставленої мети кваліфікаційної роботи магістра:

У розділі 1 студент має дослідити теоретичні засади управління інвестиційними проєктами

У розділі 2 студент має дослідити аналіз діяльності продуктового магазину «Грона»

У розділі 3 студент має дослідити основні напрямки інвестування в магазин «Грона»

8. Консультації щодо виконання роботи:

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
1			
2			
3			

9. Дата видачі завдання _____

Керівник кваліфікаційної роботи _____ Матвєєва Ю. Т.
(підпис)

Завдання до виконання одержав _____ Лемешко А. С.
(підпис)

АНОТАЦІЯ

У бакалаврській роботі досліджено теоретичні засади управління інвестиційними проєктами в сучасних умовах, здійснено аналіз діяльності продуктового магазину та запропоновано основні напрямки інвестування в магазин «Грона», а саме: здійснено аналіз проектних дій щодо розширення асортименту продуктового магазину та розрахована ефективність від впровадження проектних дій.

РЕФЕРАТ

Структура й обсяг роботи. Робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, що включає 25 найменувань. Загальний обсяг бакалаврської роботи становить 38 с., у тому числі 9 таблиць, 1 рисунок, список використаних джерел – 3 сторінок.

Актуальність бакалаврської роботи полягає у необхідності дослідження інвестиційної діяльності фірми, розробки інвестиційного проєкту для подальшого ефективного функціонування підприємства.

Метою роботи є дослідження діяльності продуктового магазину «Грона», для вирішення мети необхідно вирішити наступні завдання:

- визначити сутність та поняття інвестиційного проєкту;
- дослідити особливості інвестиційного проєкту;
- дослідити методи оцінки ефективності інвестиційних проєктів;
- дослідити загальну характеристику продуктового магазину;
- здійснити оцінку економічної ефективності роботи продуктового магазину;
- здійснити аналіз бізнес середовища магазину «Грона»;
- здійснити аналіз проєктних дій щодо розширення магазину «Грона»;
- здійснити економічну ефективність проєктних дій від розширення асортименту магазину «Грона».

Об'єктом дослідження є процес управління продуктового магазину «Грона».

Предметом дослідження є теоретико-методичні засади щодо інвестування в розширення розвитку продуктового магазину «Грона».

У процесі дослідження залежно від цілей і завдань були використані відповідні методи дослідження економічних процесів, порівняльний аналіз, метод наукової абстракції, індукції та дедукції, аналізу і синтезу, логічний методи.

У даній роботі були використані статистичні та аналітичні дані, наукова література, періодичні видання, джерела Internet та звітність продуктового магазину «Грона».

Наукова новизна:

набули подальшого розвитку:

- поняття «інвестиційного проєкту»;
- методи оцінки інвестиційних проєктів.

Ключеві слова: ІНВЕСТИЦІЇ, ІНВЕСТИЦІЙНИЙ ПРОЄКТ, ПРОЄКТ, МАГАЗИН.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	8
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИМИ ПРОЄКТАМИ.....	10
1. Сутність та поняття інвестиційного проєкту.....	10
2. Особливості інвестиційного проєкту.....	13
3. Методи оцінки ефективності інвестиційних проєктів.....	15
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОДУКТОВОГО МАГАЗИНУ «ГРОНА».....	21
2.1. Загальна характеристика продуктового магазину.....	21
2.2. Оцінка економічної ефективності роботи продуктового магазину.....	23
2.3. Аналіз бізнес середовища магазину «Грона».....	26
РОЗДІЛ 3. ОСНОВНІ НАПРЯМКИ ІНВЕСТУВАННЯ В РОЗВИТОК МАГАЗИНУ «ГРОНА».....	29
3.1. Аналіз проєктних дій щодо розширення асортименту магазину «Грона».....	29
3.2. Економічна ефективність проєктних дій від розширення асортименту магазину «Грона».....	32
ВИСНОВКИ.....	34
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	36

ВСТУП

На сьогодні прийняття рішення про інвестиції в ту чи іншу сферу бізнесу, компанія має чітко розуміти, навіщо їй це потрібно і які результати вона хоче отримати. Інвестиційний проект допомагає керівництву компанії оцінити розмір необхідних вкладень, розрахувати економічну ефективність та врахувати ризики проекту. Що обумовило актуальність роботи.

Метою роботи є дослідження діяльності продуктового магазину «Грона», для вирішення мети необхідно вирішити наступні завдання:

- визначити сутність та поняття інвестиційного проекту;
- дослідити особливості інвестиційного проекту;
- дослідити методи оцінки ефективності інвестиційних проектів;
- дослідити загальну характеристику продуктового магазину;
- здійснити оцінку економічної ефективності роботи продуктового магазину;
- здійснити аналіз бізнес середовища магазину «Грона»;
- здійснити аналіз проектних дій щодо розширення магазину «Грона»;
- здійснити економічну ефективність проектних дій від розширення асортименту магазину «Грона».

Об'єктом дослідження є процес управління продуктового магазину «Грона».

Предметом дослідження є теоретико-методичні засади щодо інвестування в розширення розвитку продуктового магазину «Грона».

У процесі дослідження залежно від цілей і завдань були використані відповідні методи дослідження економічних процесів, порівняльний аналіз, метод наукової абстракції, індукції та дедукції, аналізу і синтезу, логічний методи.

У даній роботі були використані статистичні та аналітичні дані, наукова література, періодичні видання, джерела Internet та звітність продуктового магазину «Грона».

Практичне значення отриманих результатів полягає в тому, набули подальшого розвитку поняття «інвестиційний проєкт», методи оцінки інвестиційних проєктів, а саме, для здійснення аналізу проектних дій щодо розширення асортименту магазину «Грона» було використано метод критичного шляху.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИМИ ПРОЄКТАМИ

1. Сутність та поняття інвестиційного проєкту

Термін «інвестиції» є одним із найбільш часто використовуваних понять у країнах з перехідною економікою або в економіці, що переживає підйом.

Поняття походить від латинського слова, що означає довгострокове інвестування у вітчизняну та зовнішню економіку.

У посібниках з інвестиційної діяльності зазвичай пояснюється, що інвестування – це «витрата ресурсів у надії отримати вигоду протягом тривалого періоду часу». Традиційно розрізняють два види інвестицій – фінансові інвестиції та фізичні інвестиції. Перший – інвестування в довгострокові фінансові активи – акції, паї, облігації, другий – розвиток матеріально-технологічної бази підприємства у виробничій і невиробничій сферах [21]. Згідно з реальними інвестиціями українське законодавство передбачає технічний термін капітальних вкладень, тобто суму інвестицій в основний капітал (основні фонди), включаючи витрати на нове будівництво, розширення, реконструкцію і технічне перетворення діючих підприємств, придбання машин, обладнання, інструмент, інвентар, проектно-розвідувальні роботи та інші витрати [12].

Ефективне інвестування є одним із основних інструментів успішного ведення бізнесу чи будь-якої іншої діяльності. Його правильне застосування передбачає ефективне планування та попередню обробку точок пошуку, збору, накопичення та подальшого витрачання отриманих фінансових ресурсів.

Інвестиційний проєкт – це документ, що містить комплекс заходів щодо інвестування в активи підприємства, громадської установи чи іншого об'єкта. Він складається в традиційному паперовому вигляді або все частіше

в електронному вигляді, наприклад, у вигляді презентації [11]. Основна мета інвестиційних проєктів – підтвердити обґрунтованість майбутніх інвестицій і переконати інвесторів або інвесторів вкладати кошти. Інвестиційний проєкт – це документ, що містить комплекс заходів щодо інвестування в активи підприємства, громадської установи чи іншого об'єкта. Він складається в традиційному паперовому вигляді або все частіше в електронному вигляді, наприклад, у вигляді презентації. Основна мета інвестиційних проєктів – підтвердити обґрунтованість майбутніх інвестицій і переконати інвесторів вкладати кошти.

Інвестиційний проєкт орієнтований на інвестора, на переконання в економічній виправданості вкладень та подальшому правильному витрачання отриманих грошей.

Особливості інвестиційного проєкту полягають в наступному:

- високий ступінь невизначеності, який можна інтерпретувати як необхідність прийняття рішень інвесторами;
- розробка кількох варіантів подальшого розвитку подій – оптимістичного, середнього, негативного – ознака ефективного менеджера;
- розподіл ризику кінцевого результату на один фактор призводить до двох типів проєктів – без ризикових і ризикованих (ще в розмовній мові відомий як венчурний капітал).

Класифікація інвестиційних проєктів ґрунтується не лише на рівні або наявності ризиків, що містяться в документах. За загальним напрямом вкладення фінансових ресурсів виділяють такі види інвестиційних проєктів.

Виробничі. Залучені кошти вкладаються в технічне переоснащення, обладнання, будівництво виробничих цехів та інші подібні цілі. Цей тип інвестиційних проєктів актуальний для шістьох галузей промисловості.

Наука і технології. Інвестиції в нові технології, нові продукти, нові процеси та інші інновації. Як правило, такі проєктні рішення є довгостроковими.

Комерційна. Комерційні, з акцентом на інвестування ресурсів у придбання або оренду нерухомості (рухомого та не рухомого майна), від якої очікується висока віддача з точки зору прибутковості.

Фінансовий. Інвестиції здійснюються у фінансові активи (цінні папери, деривативи фондового ринку тощо). Така діяльність має яскраво виражену специфіку і часто пов'язана з підвищеним ризиком.

Екологічні. Інвестують у нові чисті технології та будівництво об'єктів для захисту і збереження природи. Це ще один вид довгострокових інвестицій;

Соціальні. Це інвестиції, спрямовані на досягнення результатів у різних сферах, таких як спорт, культура, охорона здоров'я та освіта.

За термінами розрізняють інвестиційні проекти трьох видів – довгострокові (від 3 років реалізації), середньострокові (1-3 роки) та короткострокові (коротше за рік). Аналогічна класифікація проводиться за розміром вкладених коштів. У цьому випадку використовується шкала різної градації, наприклад, понад \$1 млн., \$100 тис. - \$1 млн., менше за \$100 тис. За статусом інвестора інвестиційні проекти діляться на орієнтованих на державні корпорації, приватні компанії та іноземних вкладників.

Ефективність інвестиційних проектів оцінюється на двох рівнях. Перший – це прибутковість проекту в цілому. Це привабливість інвестиції для суспільства або компанії. Другий-вигода для конкретного інвестора або декількох інвесторів. У цьому випадку ефект зазвичай виражається у вигляді прибутку або досягнення результатів, що цікавлять інвесторів. Іншими словами, дається відповідь, що кожен інвестор отримає в результаті реалізації плану. Бажано, щоб це супроводжувалося точними та обґрунтованими розрахунками [7].

Окупність означає, що вкладені кошти повертаються і перетворюються чистий прибуток. Терміни цих процесів є одним з основних критеріїв оцінки ефективності інвестицій. Такий підхід слід визнати правомірним для індивідуальних підприємців, особливо по відношенню до комерційних

підприємств. швидше інвестор отримує прибуток, тим цікавіше йому стає вкладати кошти в проект [16].

Інвестиційний процес неминуче пов'язаний з ризиками. Вони виникають через складність оцінки зовнішніх і внутрішніх факторів, що впливають на успіх проекту. До перших належать, наприклад, державна політика та загальний фінансовий стан ринку. До других – рівень професійної підготовки учасників проекту, ймовірність хвороби ключових співробітників компанії та багато інших подібних ситуацій. Тому стає все більш важливим мати чіткий план дій для правильного проектування та фінансування інвестицій – ретельно прорахований, структурований і деталізований.

Отже, управління інвестиціями охоплює процес управління усіма напрямками та аспектами інвестиційної діяльності. Інвестиційний менеджмент включає: управління інвестиційною діяльністю на національному рівні, включаючи регулювання, контроль та стимулювання інвестиційної діяльності через законодавчі та нормативні підходи; управління окремими інвестиційними проектами, включаючи планування, організацію, координацію, контроль тощо; управління інвестиційною діяльністю самостійних суб'єктів господарювання (підприємств), що передбачають вибір об'єктів інвестування та контроль інвестиційного процесу.

2. Особливості інвестиційного проекту.

Управління проектами стало всесвітньо визнаною концепцією для впровадження нових продуктів і технологій та трансформації компаній і організацій. Це значно підвищило прибутковість організацій, компаній, які прийняли цей метод як спосіб ведення бізнесу.

Дослідження різних підходів як вітчизняних авторів, так і зарубіжних дозволило виявити особливості інвестиційного проекту. По-перше, сама реалізація інвестиційного проекту спрямовано зміну існуючого стан справ, причому ця зміна може носити як еволюційний, так і революційний характер. По-друге, інвестиційний проект сам по собі розглядається як щось унікальне, неповторне, у зв'язку з чим для його комерціалізації розробляється комплекс заходів з докладним описом робіт та термінами їх виконання. Унікальність значною мірою ускладнює складання алгоритму реалізації проекту та перешкоджає використанню вже апробованих методів у минулому. По-третє, інвестиційні проекти мають багатфункціональний характер: за її реалізації зачіпаються питання, що у компетенції різних функціональних служб підприємства це вимагає створення специфічної проектної групи, яка може займатися реалізацією конкретного проекту, що забезпечує найтіснішу співпрацю членів такого колективу між собою та прискорює здійснення окремих заходів та всього проекту в цілому. По-четверте, інвестиційний проект здійснюється для досягнення цілком конкретних, чітко поставлених цілей. Постановка мети сама по собі важлива крок на шляху до вирішення будь-якої проблеми. В даний час цей аспект ще більш актуальний через високу нестабільність та мінливість довкілля. Так, цілі, яких не було досягнуто сьогодні, вже в найближчому майбутньому можуть призводити до менших результатів (заняття ніші конкурентом, швидке моральне старіння продукції та технології виробництва). По-п'яте, реалізація інвестиційного проекту завжди обмежена у часі. Відстрочка завершення проекту може значно знизити ефективність його комерціалізації, що зрештою позначиться на ефективності роботи всього суб'єкта господарювання, що займається реалізацією цього проекту. По-шосте, будь-яка ефективна діяльність має на увазі мінімальне використання ресурсів з метою максимального зниження витрат. Крім того, проблема обмеженості ресурсів ініціює конкуренцію за придбання чи використання, і навіть альтернативне використання будь-якого ресурсу. По-сьоме, проектна діяльність має високий ступінь невизначеності та ризику внаслідок унікальності проведених заходів, неминучості

конфліктних ситуацій між функціональними службами, опору змін, динамізму зовнішнього оточення, необхідності проведення додаткових інвестиційних заходів у ході реалізації проекту, внаслідок чого оцінка ефективності такої діяльності може бути визначена лише приблизно, а кінцеві результати неочевидні та важко передбачувано. По-восьме, проектна діяльність характеризується творчою активністю виконавців через новизну ними завдання. По-дев'яте, реалізація інвестиційного проекту передбачає його правове та інформаційне забезпечення, що обумовлено необхідністю його захисту від можливих шкідливих вплив на довкілля, життя та здоров'я споживачів та місцевого населення, а також безпосередніх виконавців у ході виконання робіт. У цій галузі можуть виникнути проблеми з отриманням авторських прав, патентів, ліцензій, що ускладнить реалізацію всього проекту. В інформаційне забезпечення входить створення системи постійного збору та обробки інформації з метою зіставлення поточного стану справ та співставлення [18].

Основні функції та методи управління проектами наведено в табл. 1.1.

Таблиця 1.1. – Основні функції та методи управління проектами [складено автором на основі 1, 3]

Функції	Методи
Планування, контроль проекту, аналіз, прийняття рішень, складання та супровід бюджету проекту, організацію здійснення, моніторинг, оцінку, звітність, експертизу, перевірку та приймання, бухгалтерський облік, адміністрування.	Ієрархічна структура робіт, діаграми Ганта, метод критичного шляху, метод критичного ланцюга, екстремальне управління проектами, PERT- метод, Kanban.

Функції управління проектом здійснюються на всіх етапах та фазах його управління.

Методика управління інвестиційним проектом дозволяє: Визначити цілі проекту та зробити обґрунтування Визначити структуру проекту (підцілі,

основні етапи робіт, які необхідно виконати) Визначити необхідний обсяг та джерела фінансування Вибір виконавців, зокрема через тендери та тендерні процедури; підготовка та підписання договорів; визначення термінів реалізації проєкту, розробка графіків реалізації та розрахунок необхідних ресурсів; розрахунок кошторису та бюджету проєкту; планування та врахування ризиків; забезпечення контролю над проєктом та багато інших графіків.

Усі методи можна розділити на кількісні та якісні. Так, якісні методи припускають аналіз ефективності за змінними, що оцінюються на підставі наявного досвіду та інтуїції експертів, керівництва, комісій. У цих випадках визначаються лише найбільш сприятливі напрямки, порівняння ж приблизно рівних оцінках утруднено і має суб'єктивний характер. З метою усунення цього недоліку за її використанні залучають або фахівців із великим досвідом, або охоплюють широке коло осіб. Кількісні способи будуються з урахуванням певних правил, процедур, регламентів, тому оцінка інвестиційних проєктів набуває реальнішого змісту. Ці методи використовують оцінки абсолютних цифрах. Застосовуючи якісні показники, як правило, визначається відповідність проєктної діяльності тактичним та стратегічним цілям підприємства, а кількісні – ефективність інвестицій, аналіз прибутковості та ризикованості всього портфеля проєктів. Найбільш кількісними методами, що часто використовуються є метод дисконтування, економічні, математичні та статистичні методи.

Отже, управління інвестиційними проєктами, слід розглядати як процес визначення цілей, джерел фінансування та умов інвестування, формування структури, планування та організації виконання робіт через координацію всіх ресурсів, що будуть використані, для досягнення запланованих результатів.

3. Методи оцінки ефективності інвестиційних проєктів.

Ефективність – це категорія, яка відображає відповідність проекту цілям та інтересам учасників.

Існує кілька видів ефективності:

Загальна ефективність проекту оцінюється, щоб визначити, наскільки привабливим є проект для потенційних учасників.

Показники соціальної ефективності враховують соціально-економічний вплив інвестиційного проекту на суспільство та результати проекту.

Показники комерційної ефективності враховують фінансові наслідки для виконавця інвестиційного проекту.

При цьому обов'язковою умовою є те, що виконавець проекту несе всі витрати, необхідні для реалізації проекту, і користується результатами проекту.

Перевірка обґрунтованості участі у проекті здійснюється з метою перевірки життєздатності інвестиційного проекту та зацікавленості у проекті.

Основними принципами оцінки ефективності є:

- 1) розгляд проекту протягом усього його життєвого циклу (розрахункового періоду);
- 2) моделювання грошових потоків;
- 3) позитивний принцип ефективності - ефект є позитивним;
- 4) врахування фактору часу - проект не є "одноразовим" та динамічність параметрів, часовий розрив або лаг між виробництвом та отриманням ресурсів;
- 5) врахування лише майбутніх витрат і доходів;
- 6) врахування найважливіших результатів-економічних та неекономічних результатів;
- 7) врахування наявності різних учасників проекту-необхідність врахування їх інтересів;
- 8) багатоступенева оцінка-визначення нової ефективності різними способами на різних етапах.
- 9) врахування впливу інфляції та врахування впливу невизначеності та ризику [22].

Слід зазначити, що існують різні методи для повної оцінки як комерційної, так і соціальної ефективності інвестиційного проєкту.

Для повної оцінки комерційної та соціальної ефективності інвестиційного проєкту використовуються різні методи оцінки та розрахунку з урахуванням пов'язаних з ним витрат, ризиків і вигод. Загальний огляд методів оцінки ефективності інвестиційних проєктів табл. 1.2.

Таблиця 1.2. – Методи оцінки ефективності інвестиційних проєктів [складено автором на основі 22]

Назва методу	Розрахункова формула	Переваги	Недоліки	С ф е р а застосування
1	2	3	4	5
Прості статистичні методи				
Коефіцієнт загальної економічної ефективності капітальних вкладень	$E = \Pi / K$, Π – годовий прибуток, K - капітал	п р о с т о т а розрахунків, д о з в о л я є оцінити прибутковість проєкту	н е враховується тимчасовий а с п е к т вартості грошей	висновок про доцільності проєкту, найраніша стадія
Показник порівняльної економічної ефективності, заснований на мінімізації наведених витрат	$P_3 = C + (E_n * K)$ C - собівартість, E_n - нормативний к о е ф і ц і є н т ефективності капітальних вкладень, K - капітал			

Т е р м і н окупності	$T=K/P$	простота розрахунків, оцінка ліквідності та ризикованості проекту	не враховується вартість грошей в часі	вибір проектів в умовах високою інфляції
-----------------------	---------	-------------------------------------------------------------------	----------------------------------------	------------------------------------------

продовження таблиця 1.2.

1	2	3	4	5
Динамічні (методи дисконтування)				
Ставка Прибутковості (коефіцієнт рентабельності) проекту	$СПП = \text{Доходи} / \text{витрати}$	відносний показник і дозволяє судити про безпеку проекту	суб'єктивність вибору	змінюється при порівнянні незалежних проектів з різними інвестиціями
Внутрішня ставка прибутковості проекту	Доходи / витрати = ВСПП Якщо ВСПП = max, то проекти беззбиткові. Необхідні таблиці дисконтування	націлений на збільшення доходів інвесторів	складні обчислення, можливо множина значення ставки	використовується при формуванні інвестиційного портфеля підприємства
Дисконтований термін окупності	$ДТО = \frac{\sum_{i=1}^{\infty} t1}{ГПОР}$ ГПОР – грошові потоки протягом року окупності.	враховує вартість грошей в часі та можливість реінвестування одержуваних доходів	суб'єктивний характер, ігнорування терміну проекту за межами терміну окупності	використовується для вибору проектів в умовах високої інфляції та нестабільності при дефіциті

Таким чином, одним із найважливіших аспектів будь-якої динамічної організації є інвестиції в зростання, при цьому керівництво надає пріоритет прибутковості з довгострокової, а не короткострокової перспективи. Водночас від того, як організовано процес аналізу та відбору інвестиційних проєктів, залежить успішна робота компаній, які реалізують подібну інвестиційну політику. Для прийняття інвестиційних рішень необхідно реалізувати інвестиційні цілі, що передбачає формування інвестиційних проєктів, які забезпечують інвесторів та інших учасників проєкту необхідною інформацією. Інвестиційні проєкти забезпечують визначення найкращого варіанту інвестування капіталу компанії, де прораховуються всі можливі витрати, допомагають у процесі пошуку джерел фінансування та залучення інвесторів.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОДУКТОВОГО МАГАЗИНУ «ГРОНА»

2.1. Загальна характеристика продуктового магазину

Підприємство спеціалізується на роздрібному продажу продуктів харчування та напоїв алкогольних та безалкогольних. Магазин «Грона», розташований за адресою Воровського, 21 це універсальний, продуктовий магазин. В асортименті підприємства є такі види товарів:

- ковбасні вироби;
- хлібобулочні вироби;
- молочні та кисломолочні товари;
- табачні вироби;
- алкогольні та безалкогольні напої;
- фрукти та овочі;
- макаронні вироби;
- крупы, каші;
- консервовані товари;
- шоколадні вироби.

У магазині працюють три продавці. Продавці відповідають за розстановку та поповнення товару на стелажах, допомогу покупцям при виборі товару, стимулювання продажів заданих адміністрацією видів товар, приймання та розстановка прийнятого товару, наклейка цінників на товар, участь в інвентаризації, контроль термінів реалізації товару.

При створенні склалися такі правила внутрішнього трудового розпорядку. Магазин відкривається о 8.00, закривається о 21.00 годині. Магазин працює без перерви на обід. Кожен співробітник магазину працює у сумі 40 годин на тиждень, як передбачено трудовим законодавством, також передбачається час на підготовчу – заключну роботу з включенням його у

робочий час, забезпечується ритмічне чергування часу праці та відпочинку працівників протягом дня. Задля більшої роботи персоналу використовується позмінний графік виходу працювати.

Торгова діяльність підприємства є видом підприємницької діяльності, спрямований на задоволення купівельного попиту шляхом реалізації товарів споживчого призначення, саме продуктів харчування.

Управління здійснюється самим директором магазину. Підприємство має самостійний баланс, круглу печать та штамп.

Організаційна структура магазину наведено на рис. 2.1.



Рисунок 2.1. – Організаційна структура магазину.

Структура управління магазином є лінійною, і лінійна структура має свої переваги, а саме: встановлення чітких і простих зв'язків між відділами, швидкість прийняття рішень, узгодженість дій виконавців, персональна відповідальність керівників за результати роботи.

Товарна політика магазину включає такі елементи:

1) Стратегія класифікації заснована на визначенні основних цілей, завдань - класифікації, вирішених керівництвом організації. Обсяг має характеристики широти, завершеності, стабільності, структурованості, гармонійності та раціональності;

2) Політика в області якості - спрямована на збереження і зміцнення конкурентних переваг (якість, ціна, доступність) з іншими роздрібними торговцями;

3) Цінова політика менеджменту заснована на підтримці конкурентоспроможності товару через ціну, за якою він продається;

4) Політика збуту спрямована на забезпечення широких мас продуктами через інтегровану маркетингову комунікацію, сформульовану вищим керівництвом, регулювання обсягу продажів для забезпечення планового прибутку організації та задоволення потреб цільових споживачів;

5) Інформаційна політика магазину спрямована на формування і підтримку споживчих переваг до товарів і послуг, що реалізуються організацією, а також на її імідж і конкурентоспроможність.

Товарна політика передбачає зважені дії керівника магазину щодо його поведінки серед аналогічних конкурентів у роздрібній мережі. Він спрямований на забезпечення прийняття рішень і заходів щодо формування асортименту продукції та управління нею; підтримки конкурентоспроможності товарів на необхідному рівні; пошуку найкращої товарної сегментації для продукції; розробки та впровадження стратегій пакування, маркування та обслуговування товарів. Продумана товарна політика дозволить не тільки оптимізувати процес поповнення вашої колекції, але і послужить головним орієнтиром для директора магазину (власника магазину), спрямовуючи загальний напрямок дій, здатних виправити поточну ситуацію.

2.2. Оцінка економічної ефективності роботи продуктового магазину

Основними стратегічними цілями торговельного підприємства є:

- досягнення найвищої якості продукції;
- підвищення прибутковості компанії;
- забезпечення високого рівня обслуговування клієнтів та компетентного консультування продавців;
- вивчення купівельного попиту на товар;
- формування асортименту продукції;
- реклама своїх товарів та послуг.

Основними завданнями є:

- приносити дохід власникам магазину;
- пропонувати продукцію споживачам;
- забезпечення персоналу компанії заробітною платою, нормальними умовами праці та можливостями для професійного зростання;
- приймати кількість та якість товарів, що надходять до магазинів;
- забезпечення зберігання товарів;
- виконання завдань, пов'язаних із завершенням виробництва товарів (наприклад, пакування, обгортання);
- переміщення та розміщення товарів у магазині та викладка їх у торговому залі;
- продаж товарів (пропонування товару, допомога покупцеві у виборі товару, проведення розрахунків).

Найважливішим завданням є отримання доходу від продажу товарів споживачам. Цей дохід використовується для задоволення соціальних та економічних потреб працівників та власників засобів виробництва.

Тип магазину «Грона» - це магазин «крокової доступності» це магазин, призначений для забезпечення поточних потреб покупців, що живуть неподалік.

Асортимент магазину покликаний бути максимально збалансованим і складатися з товарів повсякденного попиту, оскільки покупки «поряд з будинком» здійснюються щодня і включають основні товари споживчого кошика.

Магазини цього типу пропонують невеликий вибір товарів, переважно бакалії, м'ясо-молочної продукції, овочів, фруктів, алкогольних напоїв та інших продуктів харчування.

У магазині є індивідуальна форма обслуговування через прилавок.

Продаж товарів через прилавок обслуговування включає виконання таких операцій:

- зустріч покупця та виявлення його наміру;
- пропозиція та показ товарів;

- допомога у виборі товарів та консультація;
- пропозиція супутніх та нових товарів;
- проведення технологічних операцій, пов'язаних з нарізкою, зважуванням, відмірюванням;
- розрахункові операції;
- упаковка та видача покупок.

Покупець, який прийшов у магазин, повинен зустріти привітне ставлення з боку торгового персоналу. При цьому сприятливе враження залишають охайний зовнішній вигляд працівників магазину, порядок та чистота у торговому залі. Виявлення наміру покупців полягає у визначенні їхнього ставлення до моделей, фасонів та інших ознак товарів. Ця операція має виконуватися торговим персоналом ненав'язливо, у ввічливій формі.

Після виявлення наміру покупця продавець показує відповідні товари. При цьому він звертає увагу на особливості окремих товарів, пропонує замість інших однорідні товари. Якщо буде потрібно, продавець зобов'язаний дати кваліфіковану консультацію покупцю, яка може включати відомості про призначення товарів та способи їх експлуатації, норми споживання, відповідність пропонованих товарів сучасній моді тощо.

Основні показники ефективності роботи магазину «Грона» наведені в табл. 2.1.

Таблиця 2.1. – Основні показники роботи магазину за 2020-2022 рр.

Показники	2020 р.	2021 р.	2022 р
Обсяг продажів, тис. грн.	1500	1380	1250
Продажі на квадратний метр тис. грн. за рік	12,5	11,5	10,4
Коефіцієнт конверсії, %	30,0	28,2	26,5
Кількість повернень, шт	50	65	62
Зарплатоємність, %	4,8	5,21	5,76

Аналіз показників роботи магазину свідчить про те, що за період дослідження обсяги продажу зменшилися з 2022 р до 2020 р на 250 тис. грн.; коефіцієнт конверсії зменшився на 3,5 %, що свідчить про співвідношення кількості відвідувачів магазину до кількості покупців. Кількість повернень товару за період аналізу збільшилася на 12 шт. Показник зарплатоємності збільшився на 0,96 %, що говорить про необхідність оптимізації витрат.

2.3. Аналіз бізнес середовища магазину «Грона».

Аналіз бізнес середовища магазину здійснимо за допомогою SWOT – аналізу. Цей аналіз надасть нам змогу визначитися з основними стратегічними напрямками магазину, визначити сильні та слабкі сторони та можливості і загрози.

SWOT- аналіз магазину «Грона» наведено в табл. 2.2.

Зрозуміло магазин має сильні сторони і загрози до основних можна віднести неплатоспроможність покупця, наявність поряд аналогічного магазину, до сильних сторін та можливостей – це заохочення інвестицій для розширення асортименту продукції, розташування торгової точки, якість продукції, що продається. Говорячи про слабкість і загрози слід зазначити, те що старомодний погляд менеджменту на економічні зміни, неплатоспроможність покупця негативно впливає на прибутковість продажів та інфляція також негативно впливає на прибутковість.

Таблиця 2.2. – SWOT-аналіз «Грона»

		Зовнішнє середовище
--	--	---------------------

В н у т рі ш н є с е р е д о в и щ е	Сильні сторони	Можливості	Загрози
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Наявність постійних клієнтів 2. Висококваліфікований персонал 3. Досвід роботи на ринку. 4. Напрацьована база постачальників продукції 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Заохочення інвестицій. 2. Розширення асортименту. 3. Підвищення якості продукції, що закупається. 4. Розташування. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Покупець неплатоспроможний. 2. Висока інфляція. 3. Система недостатньо гнучка управління. 4. Соціально-політична нестабільність. 5. Наявність конкурентів
	Слабкі сторони	Поле СіМ (Сила і Можливості)	Поле СіЗ (Сила і Загрози)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Високі витрати на доставку товару. 2. Брак фінансових ресурсів, недостатня прибутковість. 3. Недостатня увага до дослідження потенційних покупців 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Зростання обсягів продажу продуктів харчування 2. Зручне розташування і якість надання послуг 3. Закупівля якісних продуктів харчування 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Неплатоспроможність покупця може призвести до недостатності коштів для придбання товару. 2. Високий рівень інфляції може призвести до підвищення ціни на товар без зміни рівня платоспроможності покупців. 3. Жорсткі системи управління призводять до відсутності нових методів управління, які успішно використовували конкуруючі
		Поле СлМ (Слабкість і можливості)	Поле СлЗ (Слабкість і загрози)
		<ol style="list-style-type: none"> 1. Збільшення прибутку за рахунок зменшення витрат на закупівлю продукції. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Старомодний погляд менеджменту на економічні зміни. 2. Неплатоспроможність покупця негативно впливає на прибутковість продажів. 3. Інфляція також негативно впливає на прибутковість.

Для оцінювання можливостей та загроз використовують метод позиціонування кожної конкретної можливості на матриці можливостей (табл. 2.3, 2.4):

Таблиця 2.3 – Матриця можливостей

Вплив/ймовірність	Звичайний	Середній	Надзвичайний
Висока		1	
Середня	4	2	
Низька		3	

Таблиця 2.4 – Матриця загроз

Вплив/ймовірність	Незначний	Легке потрясіння	Криза	Руйнування
Висока			1	
Середня	3		2	
Низька				4

Як і будь-який інший суб'єкт господарювання, продуктовий магазин працює у мінливому середовищі, тому при розробці фінансової стратегії для конкретного магазину необхідно враховувати основні можливості та загрози зовнішнього середовища. Слід використовувати сильні сторони зокрема, необхідність збільшення власних резервів. З іншого боку, слід нейтралізувати слабкі сторони фінансової діяльності, тобто забезпечити платоспроможність підприємства, зміцнити його фінансову стійкість і підвищити прибутковість.

РОЗДІЛ 3. ОСНОВНІ НАПРЯМКИ ІНВЕСТИВАННЯ В РОЗВИТОК МАГАЗИНУ «ГРОНА»

3.1. Аналіз проєктних дій щодо розширення асортименту магазину «Грона».

Продаж продуктів харчування є завжди вдалим проєктом щодо фінансування. Опишемо основні дії щодо розширення магазину.

Магазин має достатньо місця для розширення асортименту продукції, а саме установка стелажу з товарами побутової хімії.

Для аналізу проєктних дій використовуємо метод критичного шляху.

Використання такої методики передбачає створення моделі проєкту, що включає такі елементи: список усіх операцій, необхідні виконання проєкту; залежності між цими операціями; період часу, необхідний виконання кожної операції (тривалість).

Для застосування даного методу треба скласти список завдань, які необхідно виконати:

1. Вибрати місце для розміщення товарів побутової хімії;
2. Визначитися з розміром стелажу на якому буде розміщено товар.
3. Визначитися з асортиментом продукції (побутової хімії).
4. Визначитися з постачальниками побутової хімії до магазину.
5. Розміщення продукції на стелажу для продажу.

Зрозуміло, що з прерахованих завдань деякі з них не можна розпочати, доки не будуть виконані попередні завдання. Тобто деякі завдання залежать від інших табл. 3.1.

Таблиця 3.1. – Залежність виконання завдання від операцій

Назва завдання	Залежність від
Вибрати місце для розміщення товарів побутової хімії	-

Визначитися з розміром стелажу на якому буде розміщено товар.	-
---------------------------------------------------------------	---

продовження таблиці 3.1.

Визначитися з асортиментом продукції (побутової хімії).	-
Визначитися з постачальниками побутової хімії до магазину.	Знайти постачальників товару
Визначитися з продукцією для продажу розташованого на стелажу	Визначитися з асортиментом продукції (побутової хімії)
Вибрати місце для розміщення товарів побутової хімії	Розміщення продукції на стелажу для продажу.

Операції «визначитися з постачальниками побутової хімії до магазину», «визначитися з продукцією для продажу розташованого на стелажу», «вибрати місце для розміщення товарів побутової хімії» утворюють послідовність завдань, які потрібно виконати в певному порядку, одну за одною. Такі завдання називаються послідовними.

Отже, ці три завдання, а також початок проекту («вибрати місце для розміщення товарів побутової хімії») є найважливішими критичними операціями, які необхідно виконати для успішного вирішення проблеми. Ці операції перебувають на критичному шляху проекту. Тобто найважливіша ідея, що лежить в основі аналізу критичного шляху, полягає в тому, що ви не можете розпочати певні операції до завершення решти. Ці операції повинні виконуватися послідовно, і кожен попередній етап повинен бути більш менш завершений до початку наступного етапу.

Критичний шлях складається з найдовшої послідовності операцій від початку проекту до його завершення, і кожна з цих операцій має бути виконана точно за графіком, щоб проект можна було завершити до призначеного терміну. Операціями, що лежать на критичному шляху, потрібно керувати дуже ретельно. Якщо завдання на критичному шляху не

буде закінчено вчасно, доведеться вживати негайних заходів, щоб не порушити термін виконання всього проекту.

Проект може мати кілька критичних шляхів, оскільки різні послідовності дій можуть виконуватися паралельно. Наприклад, у разі операції «визначитися з постачальниками побутової хімії до магазину», «визначитися з продукцією для продажу розташованого на стелажу», «вибрати місце для розміщення товарів побутової хімії», «визначитися з постачальниками побутової хімії до магазину» утворюють альтернативні послідовності завдань, щонайменше важливі до виконання проекту.

Критичний шлях в управлінні проектом може включати або не включати всі важливі операції. Іноді результат операції на критичному шляху не настільки важливий. У той же час є завдання, які не потрапляють на критичний шлях, але їх успішне виконання може визначити долю всього проекту. Щоб визначити критичний шлях, необхідно розуміти, які операції необхідно виконувати вчасно. Але решта операцій, які знаходяться поза критичним шляхом, можуть бути такими ж важливими і вимагати такої ж уваги. В управлінні проектами найдовший ланцюжок безперервних операцій називається критичним шляхом. Його тривалість - це мінімальний час, протягом якого проект може бути завершений. У нашому випадку все робиться індивідуально. Запишіть передбачувану тривалість кожної операції. табл. 3.2.

Таблиця 3.2. – Розрахунок тривалості проекту

Назва завдання	Залежність від	Дні, год.
Вибрати місце для розміщення товарів побутової хімії	-	05.07.23 о 9.00
Визначитися з розміром стелажу на якому буде розміщено товар.	-	05.07.23 о 9.00

Визначитися з асортиментом продукції (побутової хімії).	-	05.07.23 о 9.30
Визначитися з постачальниками побутової хімії до магазину.	Знайти постачальників товару	05.07.23 11.00

продовження таблиці 3.2.

Визначитися з продукцією для продажу розташованого на стелажу	Визначитися з асортиментом продукції (побутової хімії)	05.07.23 о 12.00
Вибрати місце для розміщення товарів побутової хімії	Розміщення продукції на стелажу для продажу.	05.07.23 о 13.00

Якщо ми складемо тривалість усіх критичних завдань, нам буде надано приблизний час, необхідний для завершення всього проекту (це приблизно біля двох годин).

2. Економічна ефективність проектних дій від розширення асортименту магазину «Грона»

В п. 3.1. нами за допомогою методу критичного шляху здійснено опис проектних дій щодо розвитку магазину. Для реалізації проектних дій необхідно врахувати наступні витрати табл. 3.3.

Таблиця 3.3. – Перелік витрат з інвестування проектних дій

Перелік необхідних матеріалів	Кількість	Ціна, грн	Сума витрат в грн.
Закупка стелажу	1	8000	8000
Затрати на його встановлення	1	500	500
Закупка продукції (побутової хімії)		6500	15000
Інші витрати		1500	1500
Разом			25000

Перелік витрат на реалізацію проекту становить 25000 грн.

Доходи очікувані від реалізації побутової хімії за рік складуть 8000 грн.

Розрахуємо окупність наших проектних дій на розширення асортименту магазину вона буде дорівнювати 2,5 роки.

ВИСНОВКИ

В результаті проведеного дослідження отримані наступні висновки:

1. Управління інвестиціями охоплює процес управління усіма напрямками та аспектами інвестиційної діяльності. Інвестиційний менеджмент включає: управління інвестиційною діяльністю на національному рівні, включаючи регулювання, контроль та стимулювання інвестиційної діяльності через законодавчі та нормативні підходи; управління окремими інвестиційними проектами, включаючи планування, організацію, координацію, контроль тощо; управління інвестиційною діяльністю самостійних суб'єктів господарювання (підприємств), що передбачають вибір об'єктів інвестування та контроль інвестиційного процесу.

2. Управління інвестиційними проектами, слід розглядати як процес визначення цілей, джерел фінансування та умов інвестування, формування структури, планування та організації виконання робіт через координацію всіх ресурсів, що будуть використані, для досягнення запланованих результатів.

3. Для повної оцінки комерційної та соціальної ефективності інвестиційного проекту використовуються різні методи оцінки та розрахунку з урахуванням пов'язаних з ним витрат, ризиків і вигод.

4. Політика магазину передбачає зважені дії керівника магазину щодо його поведінки серед аналогічних конкурентів у роздрібній мережі. Він спрямований на забезпечення прийняття рішень і заходів щодо формування асортименту продукції та управління нею; підтримки конкурентоспроможності товарів на необхідному рівні; пошуку найкращої товарної сегментації для продукції; розробки та впровадження стратегій пакування, маркування та обслуговування товарів. Продумана товарна політика дозволить не тільки оптимізувати процес поповнення вашої колекції, але і послужить головним орієнтиром для директора магазину (власника магазину), спрямовуючи загальний напрямок дій, здатних виправити поточну ситуацію.

5. Аналіз показників роботи магазину свідчить про те, що за період дослідження обсяги продажу зменшилися з 2022 р до 2020 р на 250 тис. грн.; коефіцієнт конверсії зменшився на 3,5 %, що свідчить про співвідношення кількості відвідувачів магазину до кількості покупців. Кількість повернень товару за період аналізу збільшилася на 12 шт. Показник зарплатоємності збільшився на 0,96 %, що говорить про необхідність оптимізації витрат.

6. Продуктовий магазин працює у мінливому середовищі, тому при розробці фінансової стратегії для конкретного магазину необхідно враховувати основні можливості та загрози зовнішнього середовища. Слід використовувати сильні сторони зокрема, необхідність збільшення власних резервів. З іншого боку, слід нейтралізувати слабкі сторони фінансової діяльності, тобто забезпечити платоспроможність підприємства, зміцнити його фінансову стійкість і підвищити прибутковість.

7. Набув подальшого розвитку метод критичного шляху за допомогою, якого нами здійснено аналіз проєктних дій щодо розширення асортименту магазину «Грона».

8. Нами було розраховано період окупності вкладання інвестицій в магазин «Грона» з приводу розширення асортименту продукції він склав 2.5 р.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Боярко І. М., Гриценко Л. Л. Інвестиційний аналіз: Навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2011. 400 с.
2. Войнаренко М.П., Бушовська Л.Б. Інвестиційна діяльність як об'єкт управління. *Економіка: реалії часу. Науковий журнал*. 2015. № 5 (21). С. 40–44. URL: <http://economics.opu.ua/files/archive/2015/n5.html> (дата звернення: 25.05.2023).
3. Гладка Д.О. Методики аналізу ефективності інвестиційної діяльності. Матеріали XLVI Науково-технічної конференції факультету менеджменту та інформаційної безпеки Вінницького національного технічного університету (22–24 березня 2017 р.). URL: <file:///C:/Users/Игорь/Downloads/1852-6632-1-PB.pdf>. (дата звернення: 27.05.2023).
4. Дем'янчук О.Р., Костецький В.В. Інвестиційна діяльність підприємства як фактор його розвитку. ТНЕУ, 2017. URL: <http://dspace.tneu.edu.ua/bitstream/316497/27811/1/43.PDF> (дата звернення: 25.05.2023).
5. Доуртмес П.О. Теоретико-методичне забезпечення оцінювання інвестиційно-інноваційної діяльності промислового підприємства: автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.04 / Пилип Олександрович Доуртмес; [наук. керівник Ястремська О. М.]; Нац. техн. ун-т «Харків. політехн. ін-т». Харків, 2018. 21 с.
6. Задоя А.О. Міжнародна інвестиційна діяльність: навчальний посібник. Дніпро: Університет імені Альфреда Нобеля, 2018. 122 с.
7. Ковальчук Т. М., Вергун А. І. Привабливість інвестиційного проекту як об'єкт фінансового аналізу. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5948> (дата звернення: 23.05.2023).
8. Коломієць Н.О., Коломієць О.П. Аналіз інвестиційної діяльності підприємства. 2017. URL: <http://repository.hdzva.edu.ua/jspui/bitstream/>

- repoHDZVA/396/1/Kolomiets _Analysis_of_investment_2017.pdf (дата звернення: 27.05.2023).
9. Колосок С. І., Мирошниченко Ю. О., Мішеніна Г. А. Розроблення та реалізація інвестиційного проекту : підручник. Суми : Сумський державний університет, 2021. 121 с.
 - 10.Кривов'язюк І. В. Інвестиційна діяльність підприємства: сутність, методика аналізу та шляхи підвищення її ефективності. *Вісник ХДУ. Серія економічні науки*. 2018. № 31. С. 83-90.
 - 11.Кропельницька С. О., Цигилик І. І. Аналіз і розробка інвестиційних проектів: Навчальний посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2018. 174 с.
 - 12.Левандівський О.Т. Теоретичні засади інвестиційної діяльності. *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону: наук. журнал*. Івано-Франківськ, 2016. Том 1, вип. 12. С. 98–104.
 - 13.Майорова Т. Інвестиційна діяльність. Київ : Центра навчальної літератури, 2019. 472 с.
 - 14.Малойван В. В. Інвестування бізнес-ангелами інноваційних проектів в Україні. URL: <https://apir.org.ua/wp-content/uploads/2015/04/Maloivan.pdf> (дата звернення: 24.05.2023).
 - 15.Мошляк І. О. Інвестиційна діяльність підприємства та її ефективність. *Вчені записки університету «Крок»*, 2018. № 3(51). URL: <http://snku.krok.edu.ua/index.php/vcheni-zapiski-universitetu-krok/article/view/67> (дата звернення: 23.05.2023).
 - 16.Правдюк Н. Л., Слівінська А. В. Сутність інвестиційної діяльності: роль та значення інвестицій. URL: https://web.znu.edu.ua/herald/issues/2010/Vest_Ek6-2-2010-PDF/195-198.pdf (дата звернення: 25.05.2023).
 - 17.Про інвестиційну діяльність : Закон України від 18.09.1991 р. № 1560-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1560-12#Text> (дата звернення: 23.05.2023).

- 18.Рубан В.В. Теоретичні основи визначення ефективності інвестиційної діяльності підприємств. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент. 2016. Вип. 17. С. 93–96.
- 19.Рудь Л. П. Макроекономічні аспекти інвестиційної діяльності в Україні. *Комунальне господарство міст*. 2012. № 106. С. 128-132.
- 20.Самотоєнкова О. В. Інвестиційна діяльність в Україні: тенденції та перспективи. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/5_2019/48.pdf (дата звернення: 25.05.2023).
- 21.Скоробогатова Н . Є. Дослідження сутності інвестицій та інвестиційної діяльності. URL: <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/80631> (дата звернення: 25.05.2023).
- 22.Стеріна Є. В. Оцінка ефективності інвестиційних проектів. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/8244/1/%D0%A1%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%B8%D0%BD%D0%B0%20%D0%95.%D0%92.pdf> (дата звернення: 23.05.2023).
- 23.Суханова А. Інвестиційна діяльність підприємств в Україні. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. № 17. С.124-128.
- 24.Харчук С. А. Стан інвестиційної діяльності підприємств України в умовах економічної нестабільності. URL: <http://www.economy.in.ua/?op=1&z=4489&i=11> (дата звернення: 25.05.2023).
- 25.Щукін Б. М. Аналіз інвестиційних проектів: Конспект лекцій. Київ : МАУП, 2015. 128 с.