

---

## **АНАЛИЗ ФАКТОРОВ ВНЕШНЕЙ И ВНУТРЕННЕЙ СРЕДЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ В ОЦЕНКЕ ЕЕ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ НА ОСНОВЕ ПУБЛИЧНОЙ ИНФОРМАЦИИ**

---

**Пожидаева Татьяна Алексеевна**, канд. экон. наук, доц.  
**Варнавская Полина Евгеньевна**, маг.

Воронежский государственный университет, Университетская пл., 1, Воронеж,  
Россия, 394018; e-mail: pozhidaeva\_ta@econ.vsu.ru; p9544196@mail.ru

*Предмет:* проблемы оценки инвестиционной привлекательности, в том числе анализа факторов внешней и внутренней среды функционирования организации, инвесторами и другими заинтересованными лицами, не имеющими доступ к внутренним данным о ее деятельности. *Цель:* обобщить известные представления о содержании анализа инвестиционной привлекательности экономического субъекта, выделить направления ее оценки на основе публичной информации, раскрыть с помощью доступной для внешних пользователей информации о деятельности конкретной организации процедуры анализа факторов внешней и внутренней среды, влияющих на инвестиционную привлекательность исследуемой компании. *Дизайн исследования:* в условиях кризиса одной из ключевых проблем остается оценка инвестиционной привлекательности организаций для минимизации инвестиционных рисков. Нередко инвесторы ограничены в получении комплекса всей информации о деятельности организации – объекта инвестирования. Однако в современных условиях размещения на официальных интернет-ресурсах бухгалтерской (финансовой) отчетности экономических субъектов, отраслевой и другой информации, данных о деятельности организаций на их официальных сайтах появляется возможность проводить оценку инвестиционной привлекательности не только на основе анализа ее финансового состояния, но и исследования факторов внешней и внутренней среды. В связи с этим важно продемонстрировать, как в условиях информационных ограничений можно объективно оценить уровень инвестиционной привлекательности и риски, связанные с вложением капитала. *Результаты:* на основе обобщения представлений о содержании анализа инвестиционной привлекательности выделены этапы его проведения на базе публич-

ной информации; проведена оценка уровня инвестиционной привлекательности конкретной организации на основе исследования внешней среды и внутренних факторов его функционирования.

**Ключевые слова:** анализ финансового состояния, инвестиционные риски, бухгалтерская (финансовая) отчетность, уровень конкуренции, уровень концентрации в отрасли.

**DOI:** 10.17308/meps/2078-9017/2025/12/91-107

## **Введение**

В современных динамических условиях функционирования как национальной, так и мировой экономики, где происходят быстрые изменения в технологических областях при нестабильности отраслевых рынков, каждый экономический субъект сталкивается с определенными вызовами, которые требуют постоянной оценки их потенциала для привлечения дополнительных инвестиций. Поэтому оценка инвестиционной привлекательности является важным этапом для стратегического планирования и формирования долгосрочных конкурентных преимуществ. Такой анализ позволяет не только выявить финансовую устойчивость, деловую активность, результативность деятельности организации, но и оценить её инновационность, выявить слабые и сильные стороны, адаптивность к изменениям внешней среды и способность генерировать притоки денежных средств для осуществления своих текущих и других операций.

При высокой практической востребованности анализа инвестиционной привлекательности следует отметить отсутствие единых подходов к анализу инвестиционной привлекательности организации, недостаточную разработанность его отдельных теоретических и организационно-методических положений, что обуславливает необходимость дальнейшего развития организационного и методического обеспечения данного направления экономического анализа деятельности организации, особенно в условиях ограниченности доступной информации. Проблемы оценки инвестиционной привлекательности явились предметом исследования многих специалистов, в том числе Александрова Г.А. [1, 2], Бессоновой Е.А. [3, 5], Валинуровой Л.С. [4], Ендовицкого Д.А. [6, 7], Ложкиной Н.А. [8], Мелай Е.А. [9], Ростиславова Р.А. [10], Сергеевой А.В. [11, 12], Шеремета А.Д. [13] и других. При этом не сложилось единого мнения в отношении содержания анализа инвестиционной привлекательности организации, системы показателей и методики ее оценки. Многие известные методические подходы характеризуются высокой трудоемкостью и необходимостью использования большого массива информации, большая часть которой отсутствует в свободном доступе для заинтересованных пользователей. В данной статье на основе обобщения известных подходов рассмотрим этапы и процедуры анализа инвестиционной привлекательности с помощью доступной информации о деятельности экономического субъекта, в том числе оценки факторов внешней и внутренней среды его функционирования.

## Методы исследования

Исследование известных подходов к оценке инвестиционной привлекательности позволило выявить значительное многообразие используемых методик, отличающихся как по набору применяемых показателей, так и по глубине и структуре анализа. В ряде работ (Валинуровой Л.С. [4], Шеремета А.Д. [13] и др.) преобладает методика, основанная на анализе финансового состояния организации с применением системы коэффициентов, отражающих ликвидность, финансовую устойчивость, рентабельность и деловую активность. Данный подход отличается высокой степенью формализации и позволяет получить объективную оценку текущего финансового положения компании на основе бухгалтерской (финансовой) отчетности.

В то же время ряд исследователей (Ендовицкий Д.А. [6], Ложкина Н.А. [8], Мелай Е.А. [9] и др.) акцентируют внимание на необходимости комплексной оценки, включающей показатели, характеризующие производственную и управленческую деятельность, кадровый потенциал, инновационную и социальную привлекательность, а также эффективность корпоративного управления. Такой подход обеспечивает более широкое представление о перспективах компании и её устойчивости к изменениям внешней среды.

Кроме того, в современных исследованиях, например, Сергеевой А.В., Шувалова И.М., Назаренко В.С. [11], получили распространение интегральные методы, основанные на сведении частных показателей в единый рейтинг с использованием экспертных оценок и весовых коэффициентов значимости факторов.

Комплексность анализа инвестиционной привлекательности также обеспечивается применением SWOT- и PEST-анализа (Бессонова Е.А., Лопатина Н.Д. [3], Дудченко Е.И. [5]), что позволяет учитывать не только внутреннее, но и внешние факторы, влияющие на инвестиционный потенциал организации.

Мелай Е.А. и Сергеева А.В. [9, с. 82-83] предлагают множество подходов к оценке инвестиционной привлекательности организации объединить в четыре группы:

- 1) рыночный подход, основанный на оценке внешних факторов, в том числе рыночной стоимости акций компании и величины выплаченных дивидендов;
- 2) бухгалтерский и финансовый подходы, предполагающие оценку внутренних факторов, в том числе финансового состояния организации;
- 3) комбинированный подход, предусматривающий оценку и внутренних, и внешних факторов функционирования организации;
- 4) стратегический подход, ориентирующийся на будущие достижения организации.

Обобщая результаты сравнительного анализа известных подходов к оценке инвестиционной привлекательности и учитывая отсутствие доступа

к внутренней информации большинства заинтересованных в ее проведении пользователей, мы предлагаем выделить следующие основные этапы ее анализа и оценки инвестиционной привлекательности организации на основе публичной информации (рис. 1):

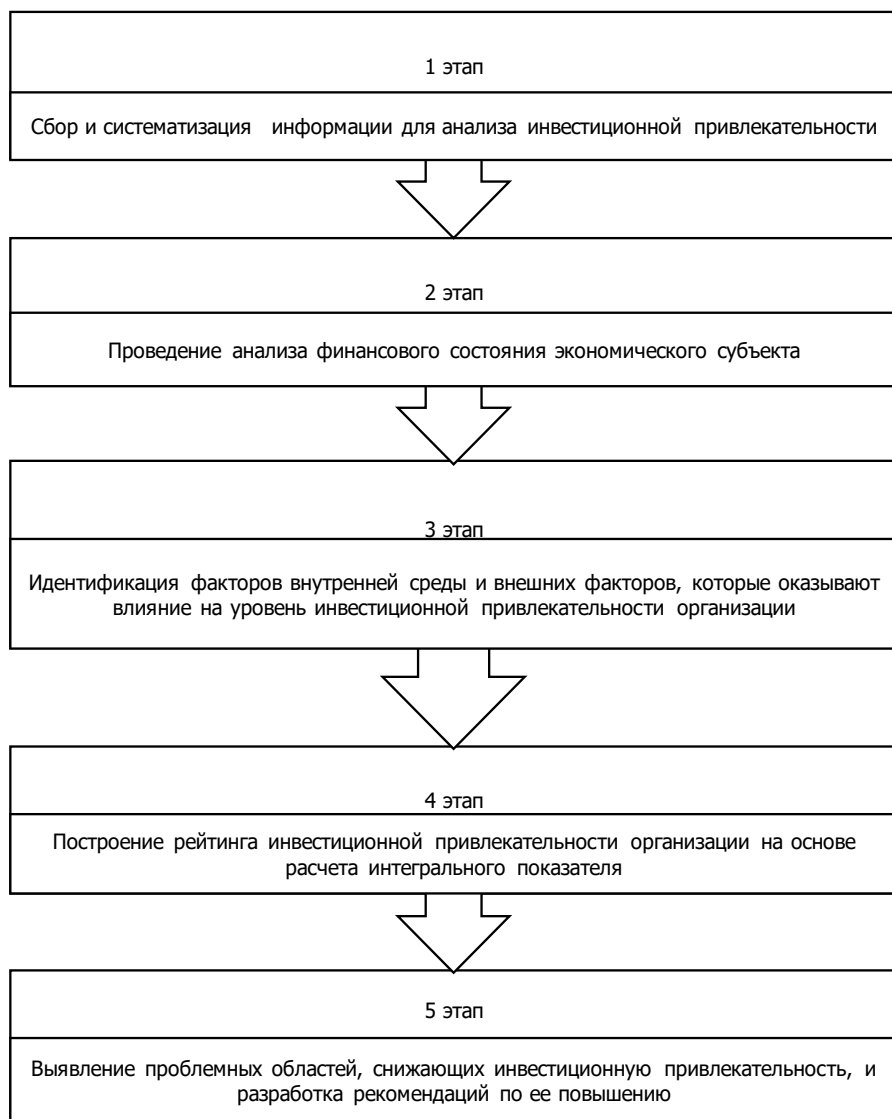


Рис. 1. Этапы проведения анализа и оценки инвестиционной привлекательности организации на основе публичной информации

1. Подготовительный этап (сбор и систематизация исходной информации (бухгалтерской (финансовой) отчётности, данных официального сайта организации, отраслевой и другой информации).

2. Анализ финансового состояния организации (расчёт и оценка динамики, состава и структуры активов и пассивов, анализ платёжеспособности,

финансовой устойчивости, деловой активности и рентабельности деятельности).

3. Оценка факторов внутренней и внешней среды функционирования организации, влияющих на ее инвестиционную привлекательность (использование SWOT- и PEST-анализа для выявления сильных и слабых сторон, возможностей и угроз, а также факторов макро- и микросреды, влияющих на инвестиционную привлекательность).

4. Построение рейтинга инвестиционной привлекательности организации на основе интегральной оценки (применение методов сведения частных показателей в интегральный показатель, экспертных и балльных оценок).

5. Выявление проблемных областей, снижающих инвестиционную привлекательность, и формирование рекомендаций по ее повышению (анализ полученных результатов, определение направлений повышения инвестиционной привлекательности).

Проведение анализа финансового состояния для оценки инвестиционной привлекательности, как правило, не вызывает затруднений, так как легко реализуется на основе хорошо апробированных методик по данным публикуемой бухгалтерской (финансовой) отчетности. Большей сложностью как относительно привлечения информации, так и определения состава, содержания процедур осуществления обладает оценка факторов внутренней и внешней среды функционирования организации, влияющих на ее инвестиционную привлекательность. Поэтому далее раскроем наше видение относительно данного вопроса на примере одного из крупнейших промышленных предприятий г. Воронежа – ОАО «Воронежская кондитерская фабрика».

На первом этапе следует провести анализ внешней среды экономического субъекта, во втором – оценку внутренних факторов функционирования компании, оказывающих влияние на ее инвестиционную привлекательность.

Для оценки внешней среды необходимо проанализировать такие составляющие, как уровень концентрации в отрасли, уровень конкуренции, барьеры вхождения в отрасль, угрозы, возможности отрасли в целом, наличие налоговых льгот. Чтобы определить уровень концентрации в отрасли, необходимо рассчитать рыночные доли действующих компаний на рынке, для этого следует использовать данные о выручке, раскрываемые в публикуемой бухгалтерской (финансовой) отчетности организаций. При этом важно отметить, что анализ отраслевого рынка будет проводиться в рамках Воронежской области (табл. 1).

Таблица 1

Оценка рыночных долей на рынке кондитерских изделий в Воронежской области в 2024 г.

Наименование организации	Выручка, тыс. руб.	Рыночная доля, %
ООО «Маренго Рус»	39 812	0,012

Наименование организации	Выручка, тыс. руб.	Рыночная доля, %
ООО «Бони Милл»	66 539	0,021
ОАО «Воронежская кондитерская фабрика»	5 120 276	1,66
ООО «Кондитерская компания «Князев»	262 505	0,085
ООО Фабрика «ОСКО»	221 808	0,071
ИП Сажина Любовь Павловна (Комбинат Сажинский)	543 144	0,176
ООО «Вижер» (Фабрика «Вижер»)	146 456	0,047
ООО «Лакомка» (Фабрика «Игорь Мельник»)	60 432	0,019
ООО «КДВ ГРУПП»	304 887 096	96,752
ООО «АГРО – СПУТНИК»	2 510 755	0,813

Как можно заметить по данным из табл. 1, в Воронежской области действуют достаточно обширное количество компаний, занимающихся производством кондитерских изделий. Лидером на рынке выступает организация ООО «КДВ Групп», которая занимает 96,7% отраслевого рынка, на втором месте – ОАО «Воронежская кондитерская фабрика» с рыночной долей в 1,66%, все остальные игроки рынка занимают менее 1% рынка. Следовательно, можно сказать, что главным конкурентом ООО «Воронежская кондитерская фабрика» является организация ООО «КДВ Групп». Стоит отметить, что если расширить границы исследования до страны, то к конкурентам прибавятся такие фабрики, как: АО «КОНТИ-РУС» (г. Курск), АО «АККОНД» (г. Чебоксары), КФ «Ламзурь» (г. Саранск), АО «Славянка-Люкс» (г. Старый Оскол), ЗАО «Брянконфи» (г. Брянск), ЗАО БКК «Коломенский» (г. Москва), ООО КФ «Нева» (г. Санкт-Петербург), ООО «Фабрика «Петербургский кондитер» (г. Санкт-Петербург).

Далее оценим уровень концентрации компаний на рынке кондитерских изделий на основании значений коэффициента концентрации первых  $n$  фирм. Традиционно определяются значения долей до десяти крупнейших организаций по следующей формуле:

$$CR_n = \sum_{i=1}^n D_{i=0} < CR_n \leq 1, \quad (1)$$

где  $D_i$  – доля организации.

Значения коэффициента концентрации  $CR_n$  изменяются от 0 до 1. Если значение показателя  $CR_n$  приближено к 0, то на рынке развиты высококонкурентные отношения. В случае приближения значения индекса концентрации  $CR_n$  к 1 рынок характеризуется высоким уровнем концентрации.

$CR_7 = 96,7\%$  (ООО «КДВ Групп») +  $0,813\%$  (ООО «Агро-Спутник») +  $1,66\%$  (ОАО «Воронежская кондитерская фабрика») +  $0,176\%$  (Комбинат Сажинский) =  $99,3\%$ .

Расчеты показывают, что на рынке действует одна достаточно круп-

ная компания, на рыночную долю которой приходится 96,7% – ООО «КДВ Групп», остальные участники рынка сильно отстают по ключевым показателям.

Далее проанализируем уровень концентрации рынка на основании значений индекса Херфиндаля-Хиршмана:

$$HHI = \sum_{i=1}^n D_i^2. \quad (2)$$

Если значение индекса  $HHI$  приближено к 0, то рынок является низкоконцентрированным, на нем четко выражены развитые конкурентные отношения. Если его значение приближено к 10000, то рынок характеризуется как монополизированный. В случае наличия на рынке единственного продавца данный показатель будет равен 10000.

$HHI = 9350,8\%$  (ООО «КДВ Групп») +  $0,66\%$  (ООО «Агро-Спутник») +  $2,76\%$  (ОАО «Воронежская кондитерская фабрика») +  $0,031\%$  (Комбинат Сажинский) =  $9354,2$ .

Согласно полученной величине можно сказать, что рынок кондитерских изделий в Воронежской области обладает высокой концентрацией с монополистическим окружением. Далее в рамках оценки внешней среды необходимо определить и раскрыть барьеры вхождения в отрасль:

- производство кондитерских изделий зачастую требует внушительных стартовых инвестиций в оборудование, производственные площади и складские помещения, кроме того, необходимыми являются затраты на разработку уникальных рецептур и дизайн упаковки, чтобы выделиться на фоне конкурентов;

- технологические и нормативные барьеры также играют важную роль, ведь производственный процесс должен соответствовать строгим санитарным и технологическим стандартам, предусмотренным законодательством, что требует наличия специализированных знаний и соблюдения требований по безопасности пищевой продукции;

- конкуренция с уже устоявшимися брендами, которые имеют высокую степень узнаваемости и лояльную клиентскую базу, может быть сложной задачей для новых игроков;

- маркетингово-рекламный барьер отражает необходимость в существенных вложениях для продвижения продукции на рынке, например, создание и поддержание бренда, а также внедрение эффективных каналов сбыта требуют стратегического подхода и инвестиций.

Основными внешними факторами риска, которые могут повлиять на инвестиционную привлекательность ОАО «Воронежская кондитерская фабрика» являются: отраслевые, страновые и региональные, а также правовые риски. Осознавая наличие вышеперечисленных рисков, экономический субъект старается идентифицировать и минимизировать угрозы.

Далее в табл. 2 следует оценить отраслевые угрозы, которые влияют на инвестиционную привлекательность ОАО «Воронежская кондитерская фабрика».

Таблица 2

Отраслевые риски, влияющие на инвестиционную привлекательность  
ОАО «Воронежская кондитерская фабрика»

Наименование угрозы	Описание угрозы
Неустойчивость спроса	В целом по стране наблюдается незначительный рост производства кондитерских изделий
Снижение цен в результате прямой конкуренции	На рынке Центрально-Черноземного региона это явление не имеет существенного значения
Увеличение производства у конкурентов	Наблюдается незначительный прирост продаж у фабрик конкурентов – ЗАО «Кондитер Курск», компания «КДВ Групп»
Изменение цен на сырьё и материалы	В отчетном году наблюдались значительные колебания цен на сырьё и материалы

Макроэкономическая среда региона благоприятным образом сказывается на инвестиционной привлекательности ОАО «Воронежская кондитерская фабрика» и позволяет говорить об отсутствии специфических региональных рисков. Безусловно, нельзя исключить возможность дестабилизации экономической ситуации в стране, связанной с кризисом на мировых финансовых рынках, или же резким снижением цен на нефть.

Стоит отметить, что ОАО «Воронежская кондитерская фабрика» обладает определенным уровнем финансовой стабильности, чтобы преодолевать краткосрочные негативные экономические изменения в стране. В случае возникновения существенной политической нестабильности в России или в отдельно взятом регионе, которая негативно повлияет на деятельность и доходы компании, ОАО «Воронежская кондитерская фабрика» предполагает принятие ряда мер по антикризисному управлению с целью мобилизации бизнеса и максимального снижения возможности оказания негативного воздействия политической ситуации в стране и регионе на бизнес.

Правовая система в Российской Федерации находится в постоянном развитии, что приводит к созданию атмосферы неопределенности в области осуществления инвестиций и коммерческой деятельности. В обозримой перспективе риски, связанные с изменением валютного, налогового, таможенного и лицензионного регулирования, которые могут повлечь ухудшение инвестиционной привлекательности, являются незначительными.

ОАО «Воронежская кондитерская фабрика» строит свою деятельность на четком соответствии налоговому, таможенному и валютному законодательству, отслеживает и своевременно реагирует на изменение в них, а также стремится к конструктивному диалогу с регулирующими органами в вопросах интерпретации норм законодательства. Так как отдельные виды сырья, используемого ОАО «Воронежская кондитерская фабрика», напри-



мер, орехи, сухофрукты, являются импортными, то данные риски могут повлиять на компанию в части сроков оформления и получения поступающих импортных грузов, увеличения ввозных таможенных пошлин, что может негативно влиять на выполнение планов по производству продукции.

Далее проведем оценку внутренних факторов, которые могут повлиять на инвестиционную привлекательность ОАО «Воронежская кондитерская фабрика». В табл. 3 представлен расчет доли ОАО «Воронежская кондитерская фабрика» по объему производства на основе данных Росстата и годовой бухгалтерской (финансовой) отчетности компании.

Таблица 3

Доля ОАО «Воронежская кондитерская фабрика» по объему производства на отраслевом рынке

Показатель	2019 год	2020 год	2021 год	2022 год	2023 год	2024 год
Объем рынка кондитерских изделий, всего по России, тыс. т	2974	3074	2896	2896	2850	2849
Производство кондитерских изделий, ОАО «Воронежская кондитерская фабрика», тыс. т	26,6	27,2	26,0	26,3	24,6	25,5
Доля, %	0,89	0,88	0,84	0,91	0,86	0,89

По данным табл. 3 видно, что объем производства продукции ОАО «Воронежская кондитерская фабрика» за 2024 г. составил 25,8 тыс. т продукции, что на 3,8% больше предыдущего периода. Данный факт свидетельствует о наращивании производственных мощностей экономического субъекта, что положительно сказывается на инвестиционной привлекательности.

На рис. 2 представлена структура продаж ОАО «Воронежская кондитерская фабрика» на основе данных годовой бухгалтерской (финансовой) отчетности компании, из которого видно, что в отчетном периоде наибольший удельный вес (63%) всех продаж приходится на сегмент «Конфеты, карамель», на мучные и сахаристые изделия соответственно только 25 и 11% соответственно. Однако значительное повышение цен на какао-бобы, скорее всего, в перспективе повлияет на структуру рынка: ожидается существенное снижение объема продаж продуктов, содержащих в своем составе шоколад, и замещение этих объемов мучными и сахаристыми изделиями.

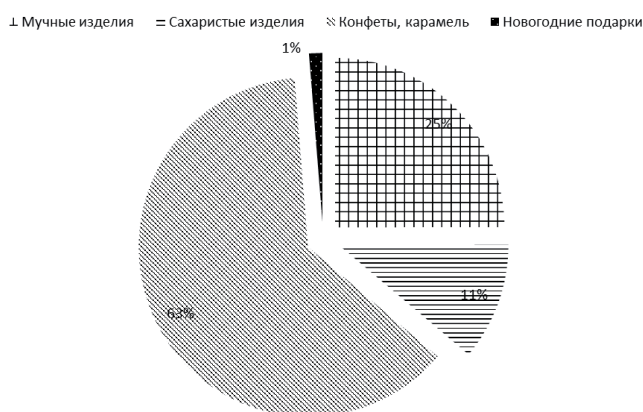


Рис. 2. Структура продаж кондитерских изделий  
ОАО «Воронежская кондитерская фабрика»

Сокращение импортных поставок не оказало существенного влияния на количество и ассортимент кондитерской продукции на внутреннем рынке на фоне расширения линейки локальных брендов.

Для минимизации действия негативных факторов, приводящих к снижению инвестиционной привлекательности ОАО «Воронежская кондитерская фабрика», в течение 2024 г. предпринимались следующие действия:

- оптимизация ассортиментного портфеля;
- разработка трейд-маркетинговых акций;
- модернизация цехов;
- разработка перспективных новинок формата «эконом» или «нижний ценовой сегмент»;
- улучшение качества продукции;
- совершенствование внешнего вида продукции (упаковка, дизайн упаковки);
- создание и укрупнение зонтичных брендов (торговых марок);
- увеличение численной дистрибуции в области и регионах;
- участие в международных выставках.

В течение всего 2025 г. эти мероприятия будут продолжены, основными факторами для обеспечения роста продаж на ОАО «Воронежская кондитерская фабрика» станут запуск в производство новинок, оптимизация ассортимента, проведение промо- и трейд-маркетинговых акций, участие в выставках, а также дооснащение (модернизация) линий.

В отчетном периоде также проводилась работа по повышению технического уровня и эффективности производственных мощностей ОАО «Воронежская кондитерская фабрика», повышению производительности труда, освоению новых видов продукции, повышению ее качества и улучшению условий труда.

Проводилась работа по совершенствованию технологических процессов ОАО «Воронежская кондитерская фабрика», оптимизации ассортимента в части развития перспективных товарных знаков и снятию с производства низкорентабельных, пользующихся низким спросом покупателей кондитерских изделий. Основным направлением было развитие продуктов в сегменте «Эконом» в связи со сложившейся экономической ситуацией на рынке.

В рамках маркетинговой деятельности в ОАО «Воронежская кондитерская фабрика» были проведены эффективные мероприятия по продвижению продукции, которые представлены в табл. 4 и раскрыты в финансовой отчетности компании.

Таблица 4

Маркетинговые мероприятия ОАО «Воронежская кондитерская фабрика»

Наименование контрагента (поставщика)	Предмет договора	Сумма договора, руб.
ООО «КВК «ИМПЕРИЯ ФОРУМ»	Участие в выставке «ПРОДЭКСПО 2024». Аренда выставочной площади	499 900,00
ООО «КВК «ИМПЕРИЯ ФОРУМ»	Участие в выставке «ПРОДЭКСПО 2024» услуги	264 140,00
ООО «Дека групп»	Участие в выставке «ПРОДЭКСПО 2024». Застройка стенда	378 688,00
ООО «Дека групп»	Участие в выставке «ПРОДЭКСПО 2024». Аренда оборудования	237 560,00

В рамках участия в выставке «Продэкспо» позволило ОАО «Воронежская кондитерская фабрика» осуществить более 5 тыс. контактов с потенциальными покупателями как в России, так и за рубежом, а также с поставщиками оборудования, сырья, материалов, упаковки.

Участие в масштабных городских мероприятиях, таких как: «Платоновский фестиваль искусств», «Межрегиональная спартакиада в г. Воронеже», Театральный фестиваль «Вербатим фест», Детский театральный фестиваль «МАРШАК». Все эти мероприятия имеют имиджевый характер, что усиливает лояльность жителей к домашнему бренду. Эффективность мероприятий определяется количеством контактов: более 5 000 на каждом из мероприятий. ОАО «Воронежская кондитерская фабрика» награждено дипломом финалиста в категориях: гастрономический сувенир (еда), высокая ценовая категория и эконом-класс. Данная маркетинговая стратегия положительно сказывается на инвестиционной привлекательности ОАО «Воронежская кондитерская фабрика».

Для обобщения внутренних и внешних факторов, влияющих на инвестиционную привлекательность, а также возможности развития ОАО «Воронежская кондитерская фабрика» необходимо провести матричный анализ с использованием таких методов, как: Swot-анализ. Swot-анализ даёт всестороннее представление о текущем состоянии как отрасли, так и компании, её будущих перспективах за счёт интеграции как внутренних, так и внешних факторов, также помогает обнаружить угрозы, которые могут повлиять на рынок и организацию, будь то регуляторные изменения, экономические колебания или другие факторы (рис. 3).

Сильные стороны	Слабые стороны
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Богатый опыт и устоявшиеся традиции в производстве</li> <li>2. Широкий ассортимент продукции</li> <li>3. Наличие устойчивой базы клиентов и репутации надежного производителя на региональном уровне</li> <li>4. Современное производственное оборудование</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ограниченное присутствие на национальном уровне, затрудняющее расширение географии продаж</li> <li>2. Недостатки в маркетинговой стратегии, влияющие на узнаваемость бренда за пределами региона</li> <li>3. Зависимость от поставщиков сырья, что может привести к рискам в стабильности производства</li> </ol>
Возможности	Угрозы
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Расширение ассортимента с учетом потребительских предпочтений, таких как здоровое питание</li> <li>2. Внедрение новых технологий в производство и упаковку для повышения инвестиционной привлекательности</li> <li>3. Увеличение присутствия в онлайн-каналах продаж, что может способствовать росту узнаваемости бренда</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Высокий уровень конкуренции как со стороны крупных международных корпораций, так и местных производителей</li> <li>2. Колебания цен на сырье могут существенно повлиять на себестоимость и рентабельность продукции</li> <li>4. Макроэкономическая нестабильность, способная повлиять на покупательную способность потребителей</li> </ol>

Рис. 3. Swot-анализ ОАО «Воронежская кондитерская фабрика»

Анализируя результаты проведенного Swot-анализа (рис. 3), можно сделать вывод, что ОАО «Воронежская кондитерская фабрика» обладает существенными внутренними преимуществами, такими как богатый опыт и широкая линейка продукции, что позволяет ей эффективно конкурировать в пределах занимаемой рыночной ниши. Однако ограниченная доля регионального рынка и маркетинговые ограничения указывают на необходимость стратегического пересмотра подходов к расширению и укреплению рыночных позиций. Внешние возможности, проявляющиеся в растущих трендах на здоровое питание и цифровизации продаж, предоставляют благоприятные условия для инноваций и расширения клиентской базы посредством внедрения современных технологий и новой продуктовой политики. Тем не менее интенсивная конкуренция и волатильность цен на сырье подчеркивают важность предиктивного контроля и адаптации бизнес-модели к динамике рынка.

Таким образом, анализируя внешнюю среду, было выявлено, что ры-

нок кондитерских изделий, при правильном подходе к инвестированию и управлению, обладает значительным потенциалом для роста, делая его привлекательным для стратегических и финансовых инвесторов. Оценив внутреннюю среду ОАО «Воронежская кондитерская фабрика», было выявлено, что у компании достаточно эффективная производственная и технологическая политика, которая способствует росту продаж. Главным конкурентом в рамках региона является ООО «КДВ Групп», которое занимает значительную рыночную долю в отрасли. Ограниченная известность и слабое представление бренда ОАО «Воронежская кондитерская фабрика» на национальном и международном уровнях снижают способность компании привлекать новые рынки и клиентов, что потенциально ограничивает рост доходов и снижает инвестиционную привлекательность в целом. Также было выявлено, что у ОАО «Воронежская кондитерская фабрика» недостаточно развитая и эффективная маркетинговая стратегия, что снижает привлечение инвестиций в компанию. Для повышения инвестиционной привлекательности экономическому субъекту необходимо сосредоточиться на стратегиях, направленных на усиление бренда, с помощью пересмотра маркетинговой политики, с целью повышения конкурентоспособности и укрепления позиции на отраслевом рынке.

### **Заключение**

Проведенное исследование позволяет сделать ряд выводов:

- на сегодняшний день отсутствует единый подход к оценке инвестиционной привлекательности организации;
- наиболее полную картину инвестиционной привлекательности дает проведение ее оценки на основе не только финансового состояния организации, но факторов внешней и внутренней среды функционирования;
- для определения уровня инвестиционной привлекательности наиболее распространенными способами являются комплексный подход, охватывающий оценку финансового состояния, рыночного окружения, развитие бизнеса организации, и проведение рейтинговой оценки на основе расчета интегрального показателя, при этом, как правило, прибегают к методам экспертной и балльной оценки;
- большинство заинтересованных лиц имеют ограничения в доступе к информации о деятельности организации – объекта инвестирования, в связи с чем возникает необходимость определения содержания анализа инвестиционной привлекательности на основе публичной информации.

Проведенное исследование показало, что даже в условиях имеющихся информационных ограничений имеется возможность получения достаточно обоснованной оценки уровня инвестиционной привлекательности организации.

## Список источников

1. Александров Г.А., Вякина И.В., Скворцова Г.Г. Методология диагностирования и оценки взаимосвязи: экономическая безопасность – инвестиционная привлекательность предприятия // *Экономические отношения*, 2020, no. 3, с. 919-936.
2. Александров Г.А. Модель устойчивого развития и инвестиционная привлекательность предприятий : экологический аспект / Г.А. Александров, И.В. Вякина // *Экономика, предпринимательство и право*, 2022, no. 2, с. 573-586.
3. Бессонова Е.А., Лопатина Н.Д. Формирование инвестиционного потенциала приграничных регионов в устойчивом развитии социально-экономических комплексов // *Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент*, 2025, no. 15 (4), с. 87-99.
4. Валинурова Л.С., Казакова О.Б. Оценка инвестиционной привлекательности регионов Приволжского федерального округа: факторы и условия привлечения инвестиций // *Региональная экономика и управление: электронный журнал*, 2013, no. 4 (36). Доступно: <https://eee-region.ru/article/3609/> (дата обращения: 10.11.2025).
5. Дудченко Е.И., Бессонова Е.А. Методика swot-анализа и pest-анализа для определения оценки инвестиционной привлекательности предприятия // *Материалы X Всероссийской молодежной научно-практической конференции с международным участием «Актуальные проблемы бухгалтерского учета, анализа и аудита»*, Курск, 2018, с. 259-262.
6. Ендовицкий Д.А., Бабушкин В.А., Батурина Н.А. и др. *Анализ инвестиционной привлекательности организации*. Москва, КНОРУС, 2020. 374 с.
7. Ендовицкий Д.А., Соболева В.Е. Методические подходы к оценке инвестиционной привлекательности компании-цели слияния/поглощения // *Экономический анализ: теория и практика*, 2008, no. 6, с. 2–14.
8. Ложкина Н.А., Соколова Н.Г. Формирование метода оценки инвестиционной привлекательности предприятия на основе открытой информации // *Orapev-online*, 2018. no. 1. Доступно: <https://sciup.org/formirovanie-metoda-ocenki-investicionnoj-privlekatelnosti-predpriyatija-na-147249488> (дата обращения: 08.11.2025).
9. Малей Е.А., Сергеева А.В. Подходы к оценке инвестиционной привлекательности организации: сравнительный анализ // *Известия Тульского государственного университета. Экономические и юридические науки*, 2015, no. 1-1, с. 80-93.
10. Ростиславов Р.А. Инвестиционная привлекательность предприятия и факторы, влияющие на нее // *Известия Тульского государственного университета. Экономические и юридические науки*, 2010, no. 2-1, с. 38-46.
11. Сергеева А.В., Шувалов И.М., Назаренко В.С. Комплексная методика балльной оценки инвестиционной привлекательности организации // *Экономика, предпринимательство и право*, 2024, т. 14, no. 10, с. 5963-5976.
12. Сергеева А.В. Методика сравнительного анализа инвестиционной привлекательности организаций / А.В. Сергеева // *Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: Экономика*, 2022, no. 2, с. 127-133.
13. Шеремет А.Д., Хоменко А.И. Анализ инвестиционной привлекательности компании // *Аудит*, 2020, no. 7, с. 28-31.



---

# **ANALYSIS OF FACTORS IN THE EXTERNAL AND INTERNAL ENVIRONMENT OF AN ORGANIZATION'S FUNCTIONING IN ASSESSING ITS INVESTMENT APPEAL BASED ON PUBLIC INFORMATION**

---

**Pozhidaeva Tatyana Alekseevna**, Cand. Sci. (Econ.)  
**Varnavskaya Polina Evgenievna**, M.A.

Voronezh State University, Universitetskaya Sq., 1, Voronezh, Russia, 394018; e-mail: pozhidaeva\_ta@econ.vsu.ru; p9544196@mail.ru

*Importance:* problems of assessing investment attractiveness, including the analysis of factors in the external and internal environment of an organization's functioning, by investors and other stakeholders who do not have access to internal data on its activities. *Purpose:* to summarize existing concepts of the content of the analysis of the investment attractiveness of an economic entity, to highlight the directions of its assessment based on public information, to disclose the procedures for analyzing the factors of the external and internal environment that affect the investment attractiveness of the company under study using information on the activities of a specific organization accessible to external users. *Research design:* in a crisis, one of the key problems remains the assessment of the investment attractiveness of organizations in order to minimize investment risks. Investors are often limited in obtaining a comprehensive set of information about the activities of the organization – the investment object. However, in the current conditions of posting accounting (financial) statements of economic entities, industry and other information on the official Internet resources, data on the activities of organizations on their official websites, it becomes possible to assess the investment attractiveness not only based on the analysis of its financial condition, but also on a study of external and internal environmental factors. In this regard, it is important to demonstrate how, in conditions of information restrictions, it is possible to objectively assess the level of investment attractiveness and the risks associated with capital investment. *Results:* based on a generalization of concepts of the content of the analysis of investment attractiveness, the stages of its implementation are identified based on public information; An assessment of the investment attractiveness of a specific organization was conducted based on a study of its external environment and internal operating factors.

**Keywords:** financial position analysis, investment risks, accounting (financial) reporting, level of competition, level of industry concentration

## References

1. Aleksandrov G.A., Vyakina I.V., Skvortsova G.G. Metodologiya diagnostirovaniya i ocenki vzaimosvyazi: ekonomicheskaya bezopasnost' – investicionnaya privlekatel'nost' predpriyatiya [Methodology for diagnosing and assessing the relationship: economic security - investment attractiveness of an enterprise]. *Ekonomicheskie otnosheniya*, 2020, no. 3, pp. 919-936. (In Russ.)
2. Aleksandrov G.A. Model' ustojchivogo razvitiya i investicionnaya privlekatel'nost' predpriyatij: ekologicheskij aspekt [Sustainable development model and investment attractiveness of enterprises: environmental aspect] / G.A. Aleksandrov, I.V. Vyatkina. *Ekonomika, predprinimatel'stvo i pravo*, 2022, no. 2, pp. 573-586. (In Russ.)
3. Bessonova E.A., Lopatina N.D. Formirovanie investicionnogo potentsiala prigranichnyh regionov v ustojchivom razvitii social'no-ekonomicheskikh kompleksov [Formation of investment potential of border regions in the sustainable development of socio-economic complexes]. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika. Sociologiya. Menedzhment*, 2025, no. 15 (4), pp. 87-99. (In Russ.)
4. Valinurova L.S., Kazakova O.B. Ocenka investicionnoj privlekatel'nosti regionov Privolzhskogo federal'nogo okruga: faktory i usloviya privlecheniya investitsij [Assessment of investment attractiveness of regions of the Volga Federal District: factors and conditions for attracting investment]. *Regional'naya ekonomika i upravlenie: elektronnyj zhurnal*, 2013, no. 4 (36). Available at: <https://eee-region.ru/article/3609/> (accessed: 10.11.2025). (In Russ.)
5. Dudchenko E.I., Bessonova E.A. Metodika swot-analiza i pest-analiza dlya opredeleniya ocenki investicionnoj privlekatel'nosti predpriyatiya [SWOT analysis and PEST analysis methodology for determining the assessment of the investment attractiveness of an enterprise]. *Materialy X Vserossijskoj molodezhnoj nauchno-prakticheskoy konferencii s mezhdunarodnym uchastiem «Aktual'nye problemy buhgalterskogo ucheta, analiza i audita»*. Kursk, 2018, pp. 259-262. (In Russ.)
6. Endovickij D.A., Babushkin V.A., Baturina N.A. i dr. *Analiz investicionnoj privlekatel'nosti organizacii* [Analysis of the investment attractiveness of an organization]. Moskva, KNORUS, 2020. 374 p. (In Russ.)
7. Endovickij D.A., Soboleva V.E. Metodicheskie podhody k ocenke investicionnoj privlekatel'nosti kompanii celi sliyaniya/pogloshcheniya [Methodological approaches to assessing the investment attractiveness of a company-target of a merger/acquisition]. *Ekonomicheskij analiz: teoriya i praktika*, 2008, no. 6, pp. 2-14. (In Russ.)
8. Lozhkina N.A., Sokolova N.G. Formirovanie metoda ocenki investicionnoj privlekatel'nosti predpriyatiya na osnove otkrytoj informacii [Formation of a method for assessing the investment attractiveness of an enterprise based on publicly available information]. *Ogarev-online*, 2018. no. 1. Available at: <https://sciup.org/formirovanie-metoda-ocenki-investicionnoj-privlekatel'nosti-predpriyatija-na-147249488> (accessed: 08.11.2025). (In Russ.)
9. Malej E.A., Sergeeva A.V. Podhody k ocenke investicionnoj privlekatel'nosti organizacii: sravnitel'nyj analiz [Approaches to Assessing the Investment Attractiveness of an Organization: A Comparative Analysis]. *Izvestiya Tul'skogo gosudarstvennogo universiteta. Ekonomicheskie i yuridicheskie nauki*, 2015, no. 1-1, pp. 80-93. (In Russ.)
10. Rostislavov R.A. Investicionnaya privlekatel'nost' predpriyatiya i faktory, vliyayushchie na nee [Investment Attractiveness of an Enterprise and Factors Influencing It]. *Izvestiya Tul'skogo gosudarstvennogo universiteta. Ekonomicheskie i yuridicheskie nauki*, 2010, no. 2-1, pp. 38-46. (In Russ.)
11. Sergeeva A.V., SHuvalov I.M., Nazarenko V.S. Kompleksnaya metodika ball'noj ocenki investicionnoj privlekatel'nosti organizacii [Comprehensive Methodology for Scoring the Investment Attractiveness of an Organization]. *Ekonomika, predprinimatel'stvo i pravo*, 2024, t. 14, no 10, pp. 5963-5976. (In Russ.)
12. Sergeeva A.V. Metodika sravnitel'nogo analiza investicionnoj privlekatel'nosti organizacij [Methodology for Comparative



Analysis of Investment Attractiveness of Organizations]. *Vestnik Astrahanskogo gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta. Seriya: Ekonomika*, 2022, no. 2, pp. 127-133. (In Russ.)

13. Sheremet A.D., Homenko A.I. Analiz investicionnoj privilekatel'nosti kompanii [Khomenko A.I. Analysis of the company's investment attractiveness]. *Audit*, 2020, no. 7, pp. 28-31. (In Russ.)