

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДИЗАЙНУ

Факультет управління та бізнес-дизайну

Кафедра управління та смарт-інновацій

Випускна бакалаврська робота

На тему:

«Формування та оцінка інвестиційного потенціалу підприємства»

Виконала: студентка групи: БМН 1-19

Спеціальності: 073 Менеджмент

Освітньої програми: Менеджмент

Ірина МОМОТ

Керівник: к.е.н., доцент Наталія БУГАС

Київ-2023

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДИЗАЙНУ

Факультет управління та бізнес-дизайну

Кафедра управління та смарт-інновацій

Спеціальність 073 «Менеджмент»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри УСІ

_____ проф. Алла КАСИЧ

01 червня 2023 року

З А В Д А Н Н Я
НА ДИПЛОМНУ БАКАЛАВРСЬКУ РОБОТУ СТУДЕНТУ

Момот Ірині Сергіївні

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи Формування та оцінка інвестиційного потенціалу підприємства Науковий керівник роботи Бугас Наталія Валеріївна, к.е.н., доцент

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом вищого навчального закладу від 08.11. 2022 року № 224-уч

2. Строк подання студентом роботи 01 червня 2023 р.

3. Вихідні дані до роботи Законодавчі та нормативні акти України, статистичні щорічники, підручники, посібники, монографії, фахові наукові видання, словники, дані фінансової та нефінансової звітності Expedia Group, комплекс економічних показників, організаційна структура управління.

4. Зміст бакалаврської роботи (перелік питань, які потрібно розробити)

Розділ 1. Теоретичні аспекти інвестиційного потенціалу міжнародних корпорацій та система його оцінки. 1.1. Підходи до розкриття сутності інвестиційного потенціалу. 1.2. Система оцінки інвестиційного потенціалу підприємства. Розділ 2. Аналіз міжнародної діяльності корпорації McDonalds у контексті формування і оцінки інвестиційного потенціалу. 2.1. Аналіз міжнародної діяльності McDonalds. 2.2. Оцінка інвестиційного потенціалу корпорації McDonalds. Розділ 3. Напрями підвищення інвестиційного потенціалу корпорації McDonalds. 3.1. Аналіз факторів, що впливають на інвестиційний потенціал McDonalds. 3.2. Рекомендації щодо покращення інвестиційного потенціалу корпорації McDonalds

5. Консультанти розділів випускної бакалаврської роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада Консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Вступ	Бугас Н.В., доцент		
Розділ 1	Бугас Н.В., доцент		
Розділ 2	Бугас Н.В., доцент		
Розділ 3	Бугас Н.В., доцент		
Висновки	Бугас Н.В., доцент		

6. Дата видачі завдання 08.11.2022 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів випускної роботи	Терміни виконання етапів	Примітка про виконання
1	Вступ	01.03 – 20.03.2023	виконано
2	Розділ 1. Теоретичні аспекти інвестиційного потенціалу міжнародних корпорацій та система його оцінки	21.03- 15.04.2023	виконано
3	Розділ 2. Аналіз міжнародної діяльності корпорації McDonalds у контексті формування і оцінки інвестиційного потенціалу	16.04-31.04.2023	виконано
4	Розділ 3. Напрями підвищення інвестиційного потенціалу корпорації McDonalds	02.05 – 26.05.2023	виконано
5	Висновки	02.05 – 26.05.2023	виконано
6	Оформлення бакалаврської роботи (чистовий варіант)	27.05 – 30.05.2023	виконано
7	Здача бакалаврської роботи на кафедрі для рецензування (за 10 днів до захисту)	до 01.06.2023	виконано
8	Перевірка кваліфікаційної роботи на наявність текстових співпадінь та помилок (за 10 днів до захисту)	до 01.06.2023	виконано
9	Подання випускної роботи на затвердження завідувачу кафедри (за 7 днів до захисту)	до 05.06.2023	виконано

Студент

_____ (підпис)

Ірина МОМОТ

_____ (ініціали та прізвище)

Науковий керівник
роботи

_____ (підпис)

Наталія БУГАС

_____ (ініціали та прізвище)

Гарант освітньої
програми

_____ (підпис)

Тетяна ЦАЛКО

_____ (ініціали та прізвище)

АНОТАЦІЯ

Момот І.С. Формування та оцінка інвестиційного потенціалу підприємства. – Рукопис.

Кваліфікаційна робота бакалавра зі спеціальності 073 – «Менеджмент». Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, 2023 рік.

Випускню бакалаврську роботу присвячено дослідженню формування та оцінки інвестиційного потенціалу підприємства. Вивчено та досліджено основні аспекти інвестиційного потенціалу в галузі швидкого обслуговування. Проведено аналіз інвестиційного потенціалу досліджуваного підприємства «McDonalds». Розроблено ефективні стратегії формування та оцінки інвестиційного потенціалу з метою покращення якості обслуговування відвідувачів і оптимізації витрат підприємства.

Ключові слова: аналіз, інвестиційний потенціал, ефективна стратегія інвестиційного потенціалу підприємства.

ABSTRACT

Momot I. Formation and assessment of the investment potential of the enterprise. - Manuscript.

Bachelor's qualifying work on specialty 073 – «Management». Kyiv National University of Technology and Design, Kyiv, 2023.

The final bachelor's thesis is devoted to the study of the formation and assessment of the investment potential of the enterprise. The main aspects of the investment potential in the fast service industry have been studied and researched. An analysis of the investment potential of the investigated enterprise «McDonalds» was carried out. Effective strategies for the formation and assessment of investment potential have been developed in order to improve the quality of visitor services and optimize the company's costs.

Keywords: Keywords: analysis, investment potential, effective strategy of the investment potential of the enterprise.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ МІЖНАРОДНИХ КОРПОРАЦІЙ ТА СИСТЕМА ЙОГО ОЦІНКИ	8
1.1. Підходи до розкриття сутності інвестиційного потенціалу	8
1.2. Система оцінки інвестиційного потенціалу підприємства	17
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МІЖНАРОДНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ КОРПОРАЦІЇ MCDONALDS У КОНТЕКСТІ ФОРМУВАННЯ І ОЦІНКИ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ	24
2.1. Аналіз міжнародної діяльності McDonalds	24
2.2. Оцінка інвестиційного потенціалу корпорації McDonalds	32
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ КОРПОРАЦІЇ MCDONALDS	37
3.1. Аналіз факторів, що впливають на інвестиційний потенціал McDonalds	41
3.2. Рекомендації щодо покращення інвестиційного потенціалу корпорації McDonalds	49
ВИСНОВКИ.....	54
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	57

ВСТУП

Актуальність дослідження. Сучасний розвиток економіки визначається інтенсивністю інвестиційних процесів в ній, їх спрямованістю і можливістю регулювання для вирішення пріоритетних завдань. Ринкові умови господарювання вимагають від підприємств самостійного визначення напрямів інвестиційної діяльності. Поясненням цього служить той факт, що за її допомогою досягається найважливіший критерій довгострокового розвитку і стабільного функціонування підприємства – конкурентоспроможність, або, іншими словами, результат конкурентних переваг управління підприємством. Розвиток підприємства знаходиться у функціональній залежності від рівня використання його інвестиційного потенціалу. Крім того, ефективність діяльності підприємства, його рентабельність і фінансова стійкість, в свою чергу, впливають на формування інвестиційного потенціалу.

Сучасний етап економіки відрізняється глобальними змінами внаслідок усунення бар'єрів на шляху переміщення товарів та послуг, зростання відкритості економік багатьох країн. Особливістю глобалізації є висока мобільність капіталу і злиття інвестиційних ринків. Характерною рисою є збільшення кількості об'єктів, суб'єктів та форм міжнародного інвестування.

Глобалізація відкрила більше можливостей для покращення інвестиційного клімату світової економіки. Внаслідок чого необхідно шукати нові концептуальні підходи.

В теоретичному плані необхідно поглиблено досліджувати глобалізацію та різні економічні процеси, а у практичному – безперервно спостерігати за змінами глобального інвестиційного процесу.

Мета дослідження: з'ясувати особливості формування та оцінки інвестиційного потенціалу міжнародної корпорації.

Завдання дослідження:

- розкрити підходи до розкриття сутності інвестиційного потенціалу;
- надати систему оцінки інвестиційного потенціалу підприємства;

- здійснити аналіз міжнародної діяльності McDonalds;
- провести оцінку інвестиційного потенціалу корпорації McDonalds;
- провести аналіз факторів, що впливають на інвестиційний потенціал McDonalds;
- надати рекомендації щодо покращення інвестиційного потенціалу корпорації McDonalds.

Об'єкт дослідження: формування інвестиційного потенціалу міжнародної компанії.

Предмет дослідження: формування та оцінка інвестиційного потенціалу міжнародної корпорації McDonalds.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ МІЖНАРОДНИХ КОРПОРАЦІЙ ТА СИСТЕМА ЙОГО ОЦІНКИ

1.1. Підходи до розкриття сутності інвестиційного потенціалу

Перед компаніями стоїть серйозне завдання підвищення ефективності відтворення капіталу, а тому вони повинні приділяти більше уваги зміцненню своїх інвестиційних процесів, формуванню та реалізації свого інвестиційного потенціалу. Оскільки інвестиційний потенціал компанії може визначати її здатність досягати поставлених цілей та обсяг необхідного зовнішнього залучення, необхідно розглянути підхід до визначення та оцінки інвестиційного потенціалу компанії. Це важливе питання, і першим кроком у його вирішенні є правильне розуміння сутності цього поняття.

Дослідження інвестиційного потенціалу як економічної категорії розпочалися в 1970-х роках, і лише відносно недавно науковці почали розглядати інвестиційний потенціал як економічну категорію. В економічній літературі існують різні підходи до визначення сутності та основних характеристик поняття "інвестиційний потенціал", які систематизовано в таблиці 1.1.

Узагальнюючі підходи до визначення сутності інвестиційного потенціалу підприємства, можна виокремити три основні підходи до інвестиційного потенціалу: ресурсний, цільовий (або відтворювальний) та результативний. Представники ресурсного підходу акцентують увагу на наявних матеріальних, нематеріальних, трудових та організаційно управлінських ресурсах підприємства [30].

Таблиця 1.1

Систематизація визначень сутності поняття «інвестиційний потенціал підприємства»

Автор	Інвестиційний потенціал підприємства- це
Т.О Макух [22]	сукупність наявних матеріальних та нематеріальних, трудових та організаційно-управлінських ресурсів підприємства, що характеризують його спроможність прийняти та освоїти інвестиційні кошти
І.Ю. Бережна [4]	відповідним чином організована динамічна сукупність інвестиційних ресурсів власне підприємства та інвестиційних ресурсів, залучених ззовні, що перебувають у його розпорядженні та можуть бути на певних умовах задіяні в інвестиційній діяльності задля досягнення стратегічних і тактичних цілей підприємства у майбутньому, враховуючи при цьому стан і характеристики макроекономічного середовища, в якому безпосередньо функціонує підприємство
Н.В. Сабліна [39]	сукупність економічних ресурсів, що можуть бути мобілізовані суб'єктом господарювання та як можливості підприємства використовувати ці ресурси для досягнення стратегічної мети
У.П. Нечитайло [32]	здатність досягти бажаного результату через реалізацію та управління інвестиційними можливостями, що містяться в інвестиційних ресурсах
Г.Ю. Кучерук та О.М. Вовк [20]	організована сукупність наявних економічних можливостей, які створюють умови для розвитку та реалізації стратегічних та тактичних цілей підприємства в сфері інвестиційної діяльності; сукупність необхідних ресурсів і можливостей для здійснення інвестиційної діяльності й досягнення цілей виробництва (природними ресурсами, робочою силою, основними фондами, інфраструктурою і т. п.), споживчий попит населення й інші показники розвитку підприємства
В.М. Гриньова та О.П. Коюда [10, с. 358]	можливість вкладення капіталу з метою наступного його збільшення або інвестиційні можливості щодо ведення, підтримки чи збереження чого-небудь
І.М. Мягих [29]	можливості щодо формування та відновлення основних фондів з метою забезпечення необхідного рівня конкурентоспроможності робіт та послуг

Інвестиційний потенціал є, з одного боку, результатом використання місцевих потенціалів, а з іншого - фактором подальшого саморозвитку в результаті інвестиційної діяльності. Таким чином, потенціал є показником, що відображає не тільки стан суб'єкта, а головне - сутність методологічної основи багатьох реальних процесів і явищ [8].

Відповідно до цільового або відтворювального підходу інвестиційний потенціал визначається як сукупність ресурсів для довгострокового інвестування для досягнення мети відтворення господарської діяльності підприємства.

Представники результативного підходу акцентують увагу на результатах діяльності підприємства.

Цільовий підхід найбільш повно визначає сутність інвестиційного потенціалу підприємства. Інвестиційний потенціал є визначальним у забезпеченні економічного зростання підприємства та відіграє важливу роль у розвитку інших потенціалів підприємства (виробничого, інноваційного, фінансового, маркетингового тощо) через інвестиційну діяльність.

Економічна категорія "інвестиційний потенціал підприємства" настільки багатогранна, що можна виділити три основні аспекти, які слід враховувати в цьому понятті [22]:

- здатність реалізовувати реальні інвестиційні проекти (інвестиції);
- здатність залучати зовнішні джерела інвестицій, тобто бути привабливим для інвесторів; та
- здатність здійснювати фінансові інвестиції як додаткове джерело доходу.

На формування інвестиційного потенціалу впливають позитивні та негативні фактори, які можна поділити на дві групи: зовнішні та внутрішні. У сучасних економічних умовах на формування інвестиційного потенціалу впливає мікро- та макросередовище підприємства, оскільки постійно присутні фактори з усіх секторів. Залежно від співвідношення факторів з обох груп приймається рішення про доцільність інвестування та формування інвестиційного потенціалу проекту або підприємства.

На думку О.Г. Назарової, основними елементами інвестиційного потенціалу підприємства є фінансовий потенціал, майновий потенціал, кадровий потенціал та виробничий потенціал [31].

Під фінансовим потенціалом розуміють сукупність фінансових ресурсів за рахунок ефективного раціонального використання, що дозволяє підприємству досягти максимально можливого фінансового результату шляхом отримання прибутку, досягнення цілей своєї діяльності, використання наявного власного капіталу та отримання додаткових коштів на найбільш вигідних для підприємства умовах [25, с. 125].

Майновий потенціал розглядається як сукупність ресурсів, контрольованих підприємством у результаті минулих подій, які функціонують у матеріальній, нематеріальній та фінансовій формах і від використання яких підприємство очікує отримати економічні вигоди в майбутньому [36].

Кадровий потенціал - це інтегрована трудова спроможність підприємства, наявна сьогодні та очікувана в майбутньому, що характеризується наявністю на підприємстві кваліфікованих кадрів, їх рівнем освіти та професійно-кваліфікаційного складу та іншими якісними характеристиками [35].

Під виробничим потенціалом слід розуміти можливості підприємства використовувати свої виробничі ресурси та потужності (сукупність знань, досвіду та компетенцій учасників виробничого процесу) найбільш ефективним чином для виробництва заданого асортименту конкурентоспроможної продукції [9].

Таким чином, інвестиційний потенціал є комплексним поняттям і під ним слід розуміти можливості розвитку підприємства, що досягаються за рахунок реалізації можливостей мобілізації внутрішніх і зовнішніх інвестиційних ресурсів для досягнення стратегічних і тактичних цілей підприємства через організаційну сукупність наявних ресурсів (фінансових, майнових, кадрових, виробничих) та інвестиційних механізмів.

Залежно від співвідношення внутрішніх і зовнішніх факторів, що впливають на інвестиційний потенціал, виділяють три основні варіанти формування інвестиційного потенціалу [13, 17]:

– якщо внутрішні негативні фактори переважають, а зовнішні сприятливі, інвестиційні можливості можуть бути реалізовані шляхом оптимізації бізнесу незалежно від зовнішнього середовища. У цьому випадку наявні інвестиційні можливості можуть бути реалізовані досить швидко, а інвестиційний потенціал, як правило, є помірним;

– У випадку поєднання несприятливих зовнішніх та сприятливих внутрішніх факторів для реалізації інвестиційного потенціалу необхідне покращення інвестиційного середовища, але інвестиції в таких випадках є дуже ризикованими. Незважаючи на вплив несприятливих зовнішніх факторів, інвестиційний потенціал може досягти значних розмірів за короткий час. Інвестори, які можуть адаптуватися до такого бізнес-середовища та отримати максимально сприятливий режим з боку державних інституцій, мають явну перевагу;

– У випадку несприятливих внутрішніх та зовнішніх факторів інвестиційний потенціал досягає високого рівня, але інвестування є дуже ризикованим (контрагенти намагатимуться уникати інвестування). Таким чином, формування інвестиційного потенціалу відбувається в процесі накопичення інвестиційних можливостей під впливом зовнішніх і внутрішніх факторів.

Таким чином, під інвестиційним потенціалом підприємства слід розуміти організовану сукупність наявних економічних ресурсів і можливостей розвитку підприємства, що досягається за рахунок реалізації можливостей мобілізації внутрішніх і зовнішніх інвестиційних ресурсів для досягнення стратегічних і тактичних цілей підприємства через інвестиційні механізми.

Інвестиційний потенціал можна розглядати з точки зору його складових: формування інвестиційного потенціалу і використання цього потенціалу. Формулювання завдання розвитку може виглядати в такий спосіб: необхідно вибрати варіант розвитку, при якому наявний потенціал допускав хоча б один

спосіб досягнення необхідних результатів діяльності. Якщо інвестиційним потенціалом є максимально можливий результат при існуючих ресурсах, то він виражає насамперед не повну скоординованість використання інвестиційних ресурсів, не оптимальність організації інвестиційного процесу, а наявні можливості підвищення результативності інноваційної діяльності підприємства шляхом формування інвестиційних ресурсів [4]. Тому інвестиційний потенціал визначає сукупну здатність підприємства здійснювати інвестиційну діяльність, а ефективність цієї діяльності детермінується рівнем та обсягом використання цього потенціалу.

Виходячи з дослідження сутності інвестиційного потенціалу підприємства його структура має наступний вигляд (рис. 1.1).



Рис. 1.1. Структура інвестиційного потенціалу підприємства

Такий підхід до структурного формування інвестиційного потенціалу підприємства розглядає його як комплекс взаємопов'язаних складових

зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства, досліджує тенденції формування складових та їх вплив на потенціал, виявляє сильні та слабкі сторони підприємства у сфері інвестування та визначає напрями ефективного створення та реалізації ІПП.

Поняття інвестиційного потенціалу передбачає не тільки статичні (фіксовані) характеристики нових видів діяльності, а й їх динамічні характеристики. Інвестиційна стратегія підприємства - це принципи, критерії, стратегічні показники, пріоритети та цінності матеріально-технічної інвестиційної діяльності всього підприємства та його НПП, а також програма розвитку їх реалізації [3, с. 81].

Інвестиційна стратегія підприємства формується та реалізується на трьох рівнях організації та управління (вищий менеджмент, менеджмент СГД та менеджмент інвестиційних підрозділів і проектів), які виконують управлінські функції стратегічного аналізу, планування та контролю. Пріоритети фінансування інвестиційної діяльності є елементом стратегії компанії, а конкретні обсяги є предметом стратегічного планування та стратегічного інвестиційного аналізу.

Інший аспект інвестиційного потенціалу полягає в тому, що інвестиції є дуже дорогим бізнес-процесом, а неминучі ризики чітко і несприятливо визначені. Можна сказати, що прийнятний рівень ризику в інвестиційному процесі відображає прийнятну ймовірність позитивного результату від інноваційного розвитку. Нормальним рівнем реалізації інвестиційного потенціалу є 50-70-відсоткова ймовірність позитивного результату, а найбільш "віддані" учасники інвестиційної діяльності готові йти на ризик, навіть якщо їхня впевненість у позитивному результаті становить 30 відсотків [2, с. 62].

Третьою характеристикою інвестиційного потенціалу є мінливість та взаємозамінність його елементів. Як одну з форм взаємозамінності елементів інвестиційного потенціалу необхідно враховувати економію виробничих ресурсів у результаті використання нової техніки, технології, енергії, інформаційних ресурсів та методів управління і виробництва. При цьому

ступінь взаємозамінності не є постійним і залежить від економічної ситуації, рівня розвитку потенціалу та особливостей системи. Слід також розуміти, що навіть елементи з теоретично необмеженою взаємозамінністю мають межі своєї сумісності в реальності. Загалом ця характеристика надає елементам потенціалу здатність підтримувати збалансовану рівновагу між собою.

Четвертою системною характеристикою інвестиційного потенціалу є закономірність взаємозв'язку та взаємодії його елементів. Це якісна і кількісна характеристика взаємовідносин і виражається в ступені взаємності і співвідношення факторів виробництва. Інтегративна дія факторів свідчить про наявність структури виробничого потенціалу, що відповідає їх мінімальній і максимальній віддачі.

Формування та розвиток інвестиційного потенціалу підприємства відбувається в певних обмеженнях або з урахуванням принципів, що визначають його використання:

1. при формуванні та розвитку інвестиційного потенціалу підприємства повинні враховуватися стратегічні цілі підприємства розмір потенціалу повинен бути достатнім для забезпечення ефективного розвитку підприємства відповідно до обраної стратегії та інвестиційної стратегії підприємства. Третьою характеристикою інвестиційного потенціалу є мінливість та взаємозамінність його елементів. Як одну з форм взаємозамінності елементів інвестиційного потенціалу необхідно враховувати економію виробничих ресурсів у результаті використання нової техніки, технології, енергії, інформаційних ресурсів та методів управління і виробництва. При цьому ступінь взаємозамінності не є постійним і залежить від економічної ситуації, рівня розвитку потенціалу та особливостей системи. Слід також розуміти, що навіть елементи з теоретично необмеженою взаємозамінністю мають межі своєї сумісності в реальності. Загалом ця характеристика надає елементам потенціалу здатність підтримувати збалансовану рівновагу між собою.

Четвертою системною характеристикою інвестиційного потенціалу є закономірність взаємозв'язку та взаємодії його елементів. Це якісна і кількісна

характеристика взаємовідносин і виражається в ступені взаємності і співвідношення факторів виробництва. Інтегративна дія факторів свідчить про наявність структури виробничого потенціалу, що відповідає їх мінімальній і максимальній віддачі.

Формування та розвиток інвестиційного потенціалу підприємства відбувається в певних обмеженнях або з урахуванням принципів, що визначають його використання:

1. при формуванні та розвитку інвестиційного потенціалу підприємства повинні враховуватися стратегічні цілі підприємства розмір потенціалу повинен бути достатнім для забезпечення ефективного розвитку підприємства відповідно до обраної стратегії та інвестиційної стратегії підприємства.

2. забезпечення гнучкості інвестиційного потенціалу під впливом факторів внутрішнього та зовнішнього середовища. При здійсненні інвестиційної діяльності компаніям необхідно швидко реагувати на зміни в інвестиційному середовищі та появу нових інвестиційних можливостей.

3. необхідність забезпечення використання інвестиційного потенціалу в різних галузях, тобто сприяння перерозподілу невикористаних ресурсів між різними видами діяльності та забезпечення повного використання фінансового, виробничого і трудового потенціалу підприємств

4. враховувати стадії життєвого циклу підприємства при використанні його інвестиційного потенціалу. Кожна стадія життєвого циклу має свої особливості при здійсненні інвестиційної діяльності підприємствами.

5. необхідність оптимізації структури інвестиційного потенціалу підприємства. Для забезпечення фінансової стійкості підприємства та підвищення рентабельності власного капіталу необхідно визначити оптимальне співвідношення власних, позикових та інвестиційних коштів.

6. Мобільність та ліквідність інвестиційного потенціалу: Інвестиційний потенціал дозволяє швидко мобілізувати ресурси та трансформувати їх у форми, необхідні для реалізації інвестиційних можливостей у короткі терміни. Таким чином, на нашу думку, інвестиційний потенціал - це здатність

підприємства реалізувати комплекс інвестиційних можливостей з метою мобілізації всіх наявних ресурсів для ефективного генерування додаткових потоків капіталу з метою збільшення вартості інвестицій. Формування інвестиційного потенціалу - це створення додаткових інвестиційних можливостей, які підприємство може реалізувати шляхом мобілізації внутрішніх інвестиційних ресурсів або залучення зовнішніх інвестиційних ресурсів.

7. врахування та оцінка ризиків при прийнятті рішення про використання інвестиційного потенціалу. Інвестиційні потенціали рекомендується поділяти на дві категорії: внутрішні та зовнішні, залежно від джерела їх формування.

1.2. Система оцінки інвестиційного потенціалу підприємства

Інвестиційний потенціал є основою для формування інноваційної стратегії підприємства та важливим чинником забезпечення інноваційної діяльності. Слід зазначити, що інноваційна діяльність є контрпродуктивною по відношенню до розвитку інвестиційного потенціалу, оскільки ефективне впровадження інновацій дозволяє підприємствам краще накопичувати матеріальні, технологічні та фінансові ресурси, необхідні для розвитку інвестиційного потенціалу. При цьому слід враховувати особливості конкретних галузей. Склад факторів, що впливають на інвестиційний потенціал підприємств, значно варіюється залежно від галузі, в якій вони функціонують.

Для того, щоб оцінити інвестиційний потенціал підприємства, слід враховувати наступні фактори

- здатність залучати інвесторів;
- наявність спеціальних та вигідних пропозицій для інвестування в проект

– постійне зростання вартості бізнесу на фінансовому ринку.

Це найважливіші фактори, які необхідно враховувати при аналізі інвестиційного потенціалу. На практиці факторів набагато більше. Для того, щоб оцінити цей потенціал на практиці, а не в теорії, слід враховувати особливості кожного виробництва. Наприклад, сферу діяльності та місцезнаходження компанії. Чим більше особливостей і факторів ви врахуєте при оцінці потенціалу, тим ближче ви підійдете до реальної вартості. Слід також зазначити, що інвестиційний потенціал компанії дуже тісно пов'язаний з інвестиційним потенціалом інших компаній, регіонів або країн. Слід також мати на увазі, що інвестиційний потенціал підприємства дуже тісно пов'язаний з інвестиційним потенціалом інших підприємств, регіонів і країн, які в сукупності складають інвестиційний потенціал економіки.

При оцінці інвестиційного потенціалу особливу увагу слід приділяти показникам, що базуються на моделях формування потенціалу, які враховують не тільки динаміку розвитку, але й існуючі теоретичні припущення.

При оцінці інвестиційного потенціалу особливу увагу слід приділяти показникам, що базуються на моделях формування потенціалу, які враховують не тільки динаміку розвитку, але й існуючі теоретичні припущення. Це пов'язано з тим, що невелика частина прибутку після сплати податків є джерелом генерування інвестицій для підприємств. Однак для оцінки інвестиційного потенціалу також необхідно використовувати різні методичні підходи. Отже, методичний підхід до оцінки інвестиційного потенціалу підприємства - це метод, який використовується в процесі оцінки потенціалу підприємства і спрямований на отримання конкретного результату. Основними методичними підходами до оцінки інвестиційного потенціалу підприємства та його складових є витратний підхід, експертна оцінка, оцінка на основі узагальнюючих показників та комплексний підхід:

1. У рамках витратного підходу інвестиційний потенціал визначається як різниця між майбутньою вартістю підприємства та його теперішньою

вартістю, виходячи з припущення, що реалізація інвестиційного проекту призводить до зміни вартості [13]:

$$\Pi = \text{РВП1} - \text{РВП0}, (1)$$

де Π – величина інвестиційного потенціалу;

РВП1 – максимально можлива ринкова вартість підприємства, що може бути досягнута завдяки реалізації інвестиційних можливостей,

РВП0 – поточна ринкова вартість підприємства.

Цей метод найбільш повно відображає економічну сутність інвестиційного потенціалу.

2. Експертна оцінка - визначення рівня інвестиційного потенціалу групою експертів відповідної кваліфікації на основі певного переліку показників. При цьому інвестиційний потенціал може оцінюватися як на узагальненій основі, так і на основі окремих складових.

3. Оцінка на основі узагальнених показників - це вказівка на обґрунтований обсяг додаткових інвестицій, який гарантує найвищий рівень прибутковості інвестицій, вкладених у конкретне підприємство [11].

4. Комплексний підхід - передбачає всебічну оцінку інвестиційного потенціалу на основі комплексу показників, що передбачає залучення експертів. До його переваг можна віднести можливість повного врахування всіх аспектів інвестиційного потенціалу та вдосконалення методики з урахуванням спектру діяльності компанії. Цей метод широко використовується в інвестиційних фондах і не виключає часткового застосування описаного вище підходу. Водночас він розумно поєднує різні методичні підходи (графіки, матриці, факторний аналіз тощо) до оцінки ефективності діяльності економічних суб'єктів. Вони органічно доповнюють один одного в оцінці різних складових інвестиційного потенціалу. Водночас недоліком цього підходу є його трудомісткість, що пояснюється тривалістю часу, необхідного для збору вихідної інформації та проведення детальних попередніх розрахунків. Тому найважливішим завданням при використанні

цього підходу є оптимізація кількості показників для оцінки та ефективне поєднання найбільш доцільних часткових методичних прийомів [10].

Оцінка інвестиційного потенціалу підприємства може здійснюватися на основі кількісних та якісних показників; кількісна оцінка ІПП повинна базуватися на інтегральних показниках, що характеризують потенціал і здатність підприємства до розробки та реалізації інвестицій. Якісна оцінка визначається як показник готовності до інвестиційної діяльності та визначає майбутній ступінь її ефективності.

З метою ефективного управління формуванням та реалізацією інвестиційного потенціалу підприємства необхідно визначити алгоритм його оцінки (рис. 1.2).



Рис. 1.2. Алгоритм оцінки ІПП та вибору підходу до його управління

Таким чином, комплексний алгоритм оцінки інвестиційного потенціалу підприємства складається з чотирьох етапів:

- 1) Оцінка фінансово-господарської діяльності підприємства;

Оцінка фінансово-господарської діяльності підприємства базується на системі показників, які дають змогу оцінити рівень фінансово-господарської діяльності та місце інвестиційної діяльності в ній. Якщо результати показників є незадовільними, оцінка ППЕ не проводиться, оскільки за відсутності загальних умов діяльності підприємства неможливо оцінити інвестиційну складову.

2) Оцінка сформованості ППЕ.

Оцінка рівня сформованості ППВ та рівня його реалізації здійснюється на основі інтегральних показників інвестиційних ресурсів та результатів інвестиційної діяльності. Інтегральні показники визначаються на основі методу коефіцієнтів зв'язку зі зваженими балами. У процесі оцінювання визначається вага кожної складової в загальному рівні ППД та визначається резерв зростання ППД та її структурних складових; рівень сформованості ПП свідчить про ступінь готовності підприємства до інвестиційної діяльності.

3) Оцінка рівня реалізації ППІ;

Рівень реалізації вказує на ступінь використання сформованих інвестиційних ресурсів у діяльності підприємства. Його особливістю є те, що він визначає оптимальну інвестиційну стратегію підприємства на основі ранжування значення рівня сформованості ППІ (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

Рівень формування або реалізації ППІ та вид інвестиційної стратегії підприємства

Зважені бали	Рівень формування / реалізації ППІ	Вид інвестиційної стратегії підприємства відповідно до рівня формування ППІ
0	Нульовий	Стратегія «топтання на місці»
0,01–30,00	Низький	Стратегія незначних модифікацій
30,01–50,00	Середній	Стратегія послідовника (імітаційна)
50,01–80,00	Високий	Стратегія проходження за лідером (оборонна)
80,01–100,00	Максимальний	Стратегія лідера (наступальна, піонерська)

4) Необхідність оцінки показників та критеріїв ефективності реалізації ППІ пов'язана з тим, що для підприємств більш важливим є досягнення

максимальних результатів у вигляді ефективного використання та інвестування ІПП, ніж їх формування.

Це дозволяє обирати напрями інвестиційної діяльності відповідно до фактично сформованих інвестиційних ресурсів, способи організації процесу створення та реалізації ІПП, передбачати ризики в інвестиційній сфері та визначати альтернативні варіанти управління ними.

Підхід до оцінки інвестиційного потенціалу дозволяє не тільки виміряти його формування та реалізацію, а й якісно дослідити тенденції розвитку цих процесів на основі класів та сценаріїв. Класи сценаріїв відповідають низькому, середньому, високому та максимальному рівням ІПП: А, В, С і D. Сценарні класи для нульового рівня ІПП не наводяться, оскільки аналізувати тенденції за відсутності ІПП було б недоцільно. Кожному класу відповідає шість з дев'яти сценаріїв, які розкривають тенденції формування та реалізації ІСЦ.

Використання сценаріїв є виправданим з наступних причин:

- 1) Розширення бази знань для управління ДПП на основі порівняння фактичних та еталонних значень аналізованих показників;
- 2) оцінити стан ІПП; та
- 3) підвищення якості управлінських рішень у сфері інноваційної діяльності.

Методика оцінки рівня формування та реалізації інвестиційного потенціалу підприємств характеризується такими особливостями

– Визначення кількісного значення рівня сформованості ІПП як сукупності накопичених інвестиційних ресурсів (основних і допоміжних) та рівня реалізації ІПП як результату їх використання за допомогою інтегрального показника;

– ранжування значень інтегральних показників формування та реалізації ІПП за різними рівнями (нульовий, низький, середній, високий та максимальний);

- визначення типу інвестиційної стратегії підприємства відповідно до рівня прояву ІПП;

- поглиблене дослідження тенденцій формування та реалізації ІПП (негативна, стабільна, позитивна) на основі класів та сценаріїв. Таким чином, такий підхід дозволяє виміряти наявні інвестиційні ресурси підприємства, як окремі, так і сукупні, та порівняти їх з результатами їх використання.

Необхідно окреслити недоліки існуючих методичних підходів до оцінки формування інвестиційних потенціалів:

- розглядаючи поняття повноти інвестиційного потенціалу та ефективності використання, відсутня методика їх визначення в контексті підтримки прийняття управлінських рішень;

- не розроблено методологію оцінки економічних сил, здатних оптимально і раціонально трансформувати інвестиційний потенціал в економічні вигоди;

- алгоритми визначення показників для оцінки інвестиційного потенціалу визначаються з використанням примітивних статистичних методів зі значними методологічними недоліками.

Отже, проблема діагностики інвестиційного потенціалу може бути вирішена шляхом застосування інформаційного підходу, який є найбільш точним з методологічної точки зору і може слугувати основою для розвитку відповідного потенціалу підприємств. Такий підхід не є новим для економічної теорії, але в контексті інвестиційної теорії ці проблеми розглядаються під новим кутом зору.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ МІЖНАРОДНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ КОРПОРАЦІЇ MCDONALDS У КОНТЕКСТІ ФОРМУВАННЯ І ОЦІНКИ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ

2.1. Аналіз міжнародної діяльності McDonalds

McDonald's є найбільшою мережею закладів швидкого харчування у світі як за доходами, так і за кількістю ресторанів. Компанія працює в 121 країні. Більшість ресторанів компанії є окремо розташованими приміщеннями; однак компанія також керує міні-ресторанами в Wal-Mart, на автозаправних станціях/ресторанах Chevron та на інших сайтах. Компанія також володіє та керує мережею Donatos Pizza та мережею Boston Market.

Тенденція до доходів стабільно зростала протягом усього п'ятирічного періоду (1997-2001) аналізу. Валовий прибуток також мав тенденцію до зростання протягом усього періоду аналізу. Проте EBITDA, EBIT, EBT і чистий прибуток мали тенденцію до зниження. Ці показники вказують на те, що неопераційні витрати компанії зростають швидше, ніж її доходи. Це питання з числа тих, що потребують уваги керівництва підприємства. Станом на 31 грудня 2022 року чистий прибуток MacDonal'd's становив 26,65%. Компанія є одним із найуспішніших ресторанів у світі, її вартість становить приблизно 193,05 мільярда доларів. Середній річний обсяг продажів McDonald's у 2021 році з понад 10 000 місць у Сполучених Штатах становив понад 3 мільйони доларів.

Для франчайзерів McDonald's є дуже прибутковим бізнесом із чистим доходом понад 2 мільярди доларів. Середній дохід за 2019, 2020 та 2021 роки становив 2,480 мільярда доларів. Хоча успіх для франчайзі McDonald's не гарантований, бренд має солідний рекорд прибутковості. Франчайзі, які

інвестують у бізнес McDonald's, можуть отримати хороший прибуток від інвестицій.

Звіти показують, що середньостатистичний ресторан MacDonalд's щорічно генерує приблизно 2,7 мільйона доларів США. Хоча деякі франшизи McDonald's заробляють більше, ніж інші, більшість із них приносить приблизно 150 000 доларів США річного прибутку. Ця цифра може змінюватись залежно від місця розташування ресторану та досвіду власника. Наприклад, франшизи McDonald's у таких великих містах, як Сан-Франциско та Нью-Йорк, можуть приносити більше доходу та прибутку, ніж їхні аналоги в менших містах. Крім того, відомі власники франшизи McDonald's, ймовірно, зароблять більше, ніж нові підприємства.

У 2022 році McDonald's оприлюднив фінансовий звіт, у якому показано збільшення глобальних доходів на 23,2 мільярда доларів порівняно з попереднім роком (рис. 2.1).

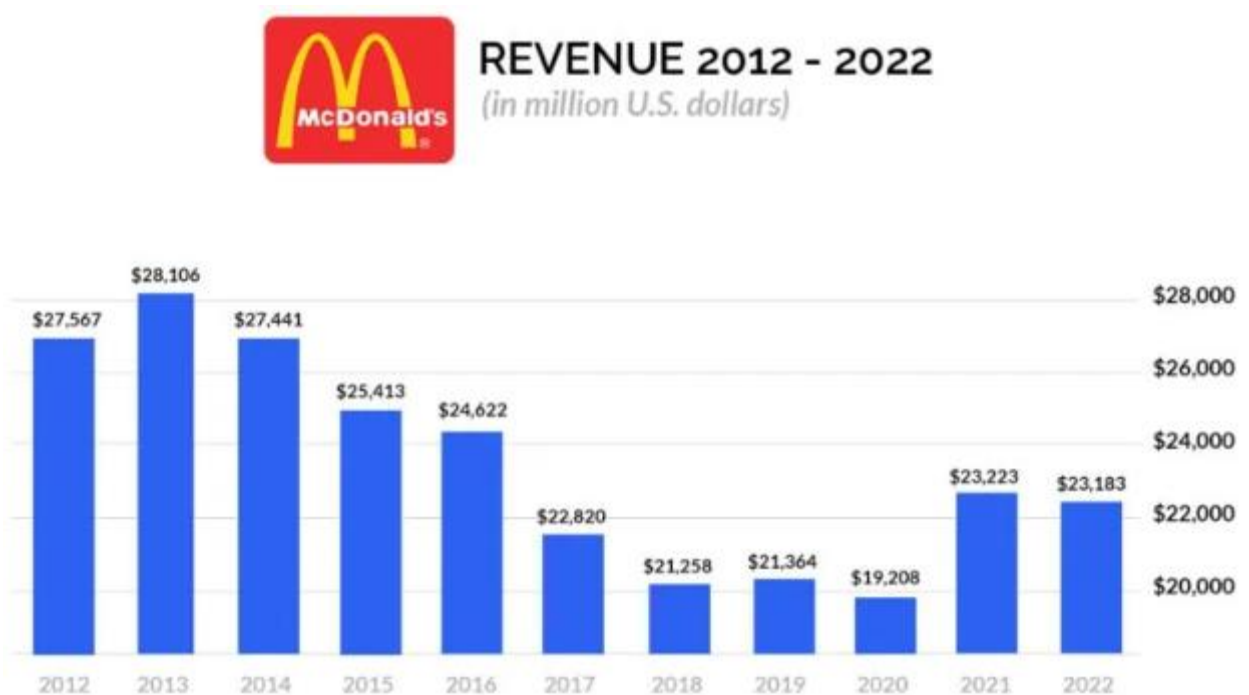


Рис. 2.1. Доходи міжнародної корпорації McDonald's

Джерело: <https://businessmodelanalyst.com/is-mcdonalds-profitable/>

Ще було зростання на 21% порівняно з 2019 роком і найвище зростання з тих пір, як компанія досягла \$24,6 млрд у 2016 році. Прибуток у 2021 р. зріс на 59% порівняно з попереднім роком і досяг \$7,5 млрд. (рис. 2.2).

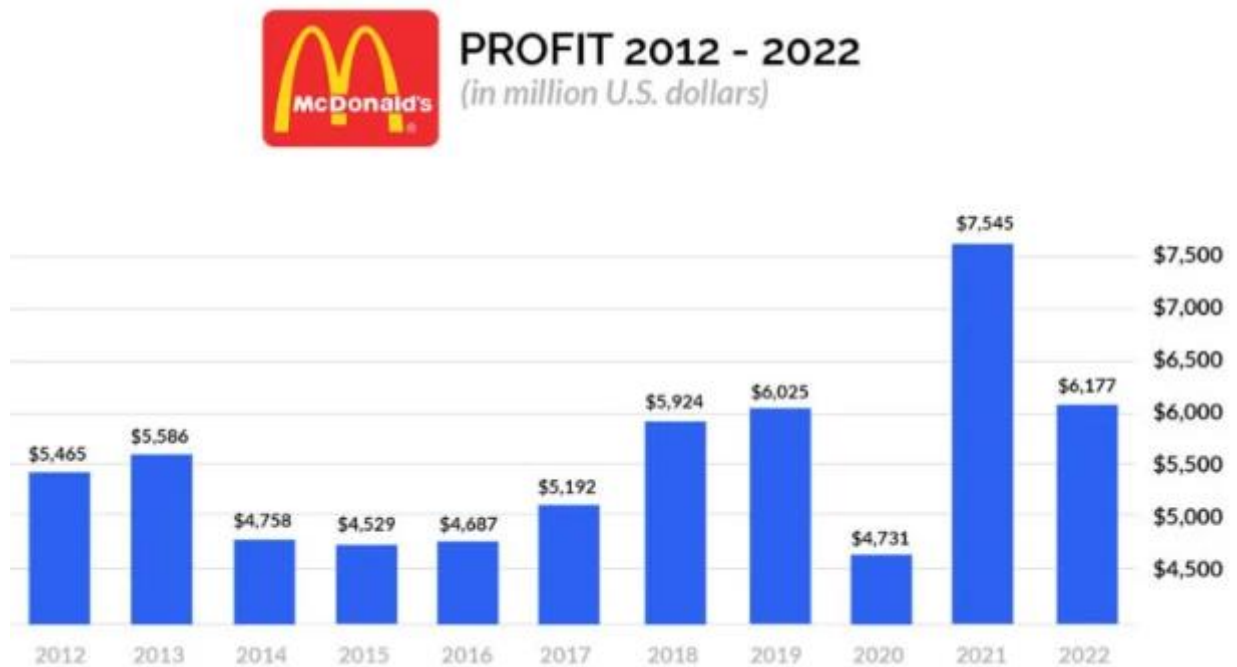


Рис. 2.2. Прибуток міжнародної корпорації McDonald's

Джерело: <https://businessmodelanalyst.com/is-mcdonalds-profitable/>

Валовий прибуток за четвертий квартал, який закінчився 31 грудня 2022 року, склав 3,409 доларів США, збільшившись на 4,54% порівняно з аналогічним періодом минулого року. Річний валовий прибуток за 2022 рік склав 13,207 мільярда доларів США, що на 4,98% більше, ніж у минулому році. Валовий річний прибуток McDonald's за 2021 рік збільшився на 29% порівняно з попереднім роком до 21,58 мільярда доларів США, тоді як прибуток за 2020 рік склав 9,752 мільярда доларів США, що на 12,77% менше, ніж у 2019 році.

Порівнянні продажі ресторанів McDonald's у США за четвертий квартал зросли на 13,8% порівняно з попереднім роком. За словами Чіса Кемпчінського, 2021 рік був «знаменним роком для McDonald's, незважаючи на триваючі збої».

Чистий прибуток компанії за четвертий квартал 2022 року склав 1,9 мільярда доларів, збільшившись порівняно з 1,64 мільярда доларів у попередньому році. Чистий обсяг продажів впав на 1% до 5,93 мільярда доларів, але зріс на 5% після усунення зміни валюти. У четвертому кварталі продажі в одному ресторані зросли на 12,6%. Це пояснюється високим попитом на ринках США та Європи. Підвищений попит і високі ціни на меню на внутрішньому ринку McDonald's підштовхнули зростання продажів у тому ж ресторані на 10,3%. Компанія зазнала більшого, ніж очіувалося, зростання за межами США.

McDonald's сподівається на плідний 2023 рік, плануючи відкрити 1900 нових ресторанів до кінця року. У 2023 році компанія планує використати до 2,4 мільярда доларів на капітальні витрати. McDonald's також планує надати європейським франчайзі, які потребують фінансової допомоги, від 100 до 150 мільйонів доларів у 2023 році.

Глобальні порівняльні продажі за четвертий квартал, що закінчився 31 грудня 2022 року, зросли на 12,6%, продемонструвавши стабільні порівняльні продажі в усіх сегментах. Тоді як продажі в США зросли на 10,3%, сегмент International Developmental Licensed Markets зріс на 16,5%. Системні продажі зросли на 5% і 13% у незмінних валютах. Консолідований операційний дохід зріс на 8% і 16% у незмінних валютах.

Продаж McD Tech Labs збільшив консолідований операційний дохід на 5% і 14% у незмінних валютах. Розводнений прибуток на акцію McDonald's зріс на 19% і 26% у постійних валютах і досяг 2,59 доларів США. Глобальні порівняльні продажі за весь 2022 рік зросли на 10,9%. Консолідований операційний дохід за 2022 рік впав на 10% і 3% у незмінних валютах.

Результати за 2022 рік включали витрати на 1,3 мільярда доларів, пов'язані з продажем бізнесу McDonald's у Росії, і прибуток у розмірі 271 мільйона доларів, пов'язаний з продажем бізнесу компанії Dynamic Yield. Розбавлений прибуток на акцію за рік становив 8,33 дол. США, падіння на 17% і 12% у незмінних валютах.

Операційні витрати McDonald's за 2020 рік скоротилися на 3,34% порівняно з попереднім роком і склали 11,884 мільярда доларів. У 2021 році річні операційні витрати компанії склали 12,867 мільярда доларів, що на 8,27% більше, ніж у попередньому році. Річні операційні витрати у 2022 році зросли на 7,34% і досягли 13,812 мільярда доларів, тоді як ті самі витрати за квартал, що закінчився 31 грудня 2022 року, знизилися на 7,43% порівняно з аналогічним періодом минулого року до 3,34 мільярда доларів. Податок на прибуток у 2020 році знизився на 29,23% порівняно з попереднім роком до 1,41 мільярда доларів.

McDonald's витрачає на 12,23% більше, ніж у попередньому році, що еквівалентно 1,58 мільярду доларів. Річні податки на прибуток у 2022 році зросли на 4,13% порівняно з попереднім роком до 1,648 мільярда доларів. У кварталі, що закінчився 31 грудня 2022 року, податки на прибуток склали 0,436 мільярда доларів США, що на 7,14% менше, ніж у минулому році. У 2020 році витрати McDonald's зросли на 14,18% і досягли 2,546 мільярда доларів.

Ті самі витрати зросли на 6,36% порівняно з 2020 роком до 2,708 мільярда доларів США, тоді як загальні та адміністративні витрати у 2021 році становили 2,863 мільярда доларів США, що на 5,73% більше, ніж у попередньому році. Річні загальні та адміністративні витрати за 2022 рік зросли на 2,35% порівняно з попереднім роком і досягли 2,771 мільярда доларів. У четвертому кварталі, який закінчився 31 грудня 2022 року, McDonald's витратив 0,720 мільярда доларів США на загальні та адміністративні витрати, що на 14,44% менше, ніж у минулому році.

McDonald's може вживати різних заходів для збільшення своїх прибутків. Наприклад, він може прийняти нові програми для зміцнення постачальників і забезпечення стабільності своїх ланцюжків поставок. Компанія також може придбати фірми, пов'язані з її бізнес-моделлю, для досягнення вертикальної інтеграції. Наприклад, McDonald's може викупити борошнопереробні компанії, щоб посилити контроль над ланцюгом поставок і зменшити ризики, пов'язані з нестабільністю постачання сировини.

Продукція McDonald's McCafé процвітає на ринку, що свідчить про те, що компанія може розвивати свій бізнес споживчих товарів. Маркетингова концепція компанії 4Ps може допомогти в роботі зі споживчими продуктами щодо дизайну та розробки продукту. Зростання бізнесу споживчих товарів може підвищити доходи McDonald's і, зрештою, збільшити прибуток.

Фінансовий аналіз McDonald's показав, що корпорація McDonald's залишається головним гравцем у галузі швидкого харчування у всьому світі. Проте компанія демонструє ознаки уповільнення зростання, що може означати, що або компанія, або галузь переходять у зрілу стадію життєвого циклу. Також може бути правдою те, що і компанія, і галузь вступають у зрілу стадію життєвого циклу. Існують дії, які керівництво компанії може вжити для підвищення рентабельності власного капіталу (наприклад, зменшення рівня основних засобів компанії); однак процес дозрівання в галузі чи середовищі компанії може вказувати на те, що McDonald's стане кращою інвестицією для прибутку, ніж інвестицією у зростання.

McDonald's — одна з найбільших і найуспішніших мереж швидкого харчування в світі. Протягом багатьох років компанія зберігала фінансову стабільність, незважаючи на періодичне закриття. Оскільки ресторанна індустрія стає надмірною конкуренцією, McDonald's має впроваджувати правильні стратегії, щоб випередити своїх конкурентів і збільшити прибуток.

З огляду на стрімке зростання звичайних цін на продукти харчування в багатьох регіонах (через війну в Україні, а також Covid), ця цифра може бути більшою, оскільки більше людей звертаються до дешевих закладів швидкого харчування.

McDonald's, яка має найбільшу частку ринку серед усіх компаній швидкого харчування (більше 21%), має ідеальну позицію, щоб скористатися цим прогнозованим зростанням.

Як провідна компанія швидкого харчування, McDonald's взяла існуючу франчайзингову бізнес-модель і доповнила її простими, але незабутніми

маркетинговими стратегіями. Результат - бренд, який впізнають майже в будь-якій точці світу: від Коста-Ріки до Японії.

Хоча McDonald's стикається з конкуренцією з боку таких компаній, як Burger King і Yum!, загроза втрати частки ринку на користь конкурента менша, ніж загроза державних постанов щодо нездорової їжі, м'яса та навколишнього середовища.

McDonald's має зосередитися на інноваціях, щоб зробити свою продукцію здоровішою та екологічнішою, забезпечуючи таку ж низьку ціну та чудовий смак. Це дозволить компанії узгодити себе з поточними суспільними цінностями.

Список основних конкурентів McDonald's:

- Burger King
- Бренди Yum (Taco Bell, KFC, Pizza Hut)
- Метро
- Чипотл
- Starbucks

Корпорація McDonald's є багатонаціональною мережею закладів швидкого харчування з понад 36 000 ресторанів, які щодня обслуговують понад 70 мільйонів клієнтів.

Бізнес-стратегія McDonald's зосереджена на тому, щоб зробити їжу доступною для споживачів за конкурентоспроможною ціною, без необхідності сидати в ресторан. Їжа дуже швидко готується і вживається. Щоб зробити цю амбіцію глобальною реальністю, компанія використовує міжнародні стратегії розширення ринку та лідерство у витратах у тандемі.

Бізнес-модель франшизи виявилася надзвичайно успішною для McDonald's. Згідно з цією моделлю, індивіди платять компанії за використання її бренду, керуючи власними ресторанами McDonald's.

Бізнес-стратегія McDonald's складається з чотирьох сегментів:

- США (найбільший ринок для компанії)

- Ринки, що швидко розвиваються (території зі значним потенціалом, такі як Китай, Корея, Італія та Нідерланди)
- Основні ринки та корпоративні (більшість із них мають високий рівень франшизи)
- Провідні міжнародні ринки (наприклад, Канада, Австралія та Франція)

Успіх франчайзингу компанії можна частково пояснити суворими критеріями для франчайзі, включаючи ліквідність і чистий капітал. Коли франчайзі відкриває новий ресторан McDonald's, він несе відповідальність за все: від виплати зарплати до замовлення товарів; якщо вони роблять це добре, їхній успіх гарантує високу маржу.

Стратегія зростання McDonald's – The Velocity Growth Plan , яку компанія запустила в 2017 році – підтримує підхід, орієнтований на клієнта:

- перетворення випадкових клієнтів на відданих за рахунок побудови міцніших відносин;
- повернути клієнтів, які відвідують рідше, зосередившись на високоякісній їжі;
- утримання клієнтів, зосереджуючись на таких сильних сторонах, як сімейні заходи.

У 2020 році компанія оновила цю стратегію за допомогою Accelerating the Arches, яка передає оновлене відчуття мети та оновлені цінності. Існує три стовпи цієї стратегії:

- максимізація маркетингу шляхом інвестування в нові підходи до передачі цінностей бренду McDonald's культурно прийнятним способом
- відданість основному бізнесу, використовуючи попит клієнтів на звичне
- подвоєння 3 D: цифровий, доставка та проїзд

Хоча у 2021 році Starbucks заробив більше, він є непрямим конкурентом McDonald's. З іншого боку, Burger King є найбільшим прямим конкурентом McDonald's, і обидві компанії мають схожі бізнес-пропозиції.

Одна з речей, яка найбільше виділяє McDonald's, це здатність компанії врівноважувати одноманітність із локалізованими продуктами. Бренд і його ресторани майже ідентичні в усьому світі, і ви завжди знаєте, що в меню буде Біг Мак, але в таких країнах, як Таїланд, ви можете отримати продукти, які також є специфічними для місцевості, як-от бургери зі свининою самураїв.

Така регіональність дозволяє споживачам відчувати зв'язок із брендом, незважаючи на те, що вони усвідомлюють його масовий статус.

McDonald's найбільш відомий виробництвом недорогих гамбургерів, особливо знаменитого Біг Мак. Хоча їжа, яку виробляє McDonald's, перш за все нездорова, вона також смачна і дешева, тому так багато людей її купують.

2.2. Оцінка інвестиційного потенціалу корпорації McDonalds

Акції «Макдональдс» — надійний актив, який вибирають великі і починаючі інвестори по всьому світу, в тому числі і в Україні. Торгуються на біржі NYSE під тикером MCD. Цінні папери емітента включені в ряд шанованих індексів, серед них Dow Jones, S&P 500 і S&P 100, NYSE US 100. Завдяки цьому купити акції «Макдональдс» часто прагнуть організації зі сфери колективних інвестицій, однак і в очах приватних інвесторів вони є привабливим об'єктом для вкладень.

За результатами 4 фінансових кварталів 2020 року капіталізація McDonald's Corporation досягла \$160 млрд.

Основний напрямок діяльності корпорації — продаж франшиз на відкриття ресторанів під брендом McDonald's. Цікаво, що сфера інтересів компанії лежить не стільки в області швидкого харчування, скільки в нерухомості. Згідно з умовами, компанія купує або орендує будівлі під новий заклад. В результаті виручка McDonald's Corporation складається з плати за

користування нерухомістю та торговою маркою, яку отримує від власників своєї франшизи.

Франшиза McDonald's є американської мережі ресторанів швидкого харчування.

McDonald's є франчайзинговою компанією з 1955 року і покладається на те, що її франчайзі відіграють важливу роль в успіху системи. В даний час близько 95% усіх ресторанів США працюють за франшизою незалежних франчайзі, а близько 5% знаходяться у власності компаній. Франчайзингові ресторани приносили найбільший дохід у середньому близько 5 мільярдів доларів на рік. Загальна сума інвестицій для початку роботи традиційної франшизи McDonald's коливається від 1 314 500 до 2 313 295 доларів США . Це включає початкову комісію за франшизу в розмірі 45 000 доларів США , яку необхідно сплатити франчайзеру.

Нижче наведено розбивку загальної вартості франшизи McDonald's (табл. 2.1):

Таблиця 2.1

Розбивка загальної вартості франшизи McDonald's

Тип видатків	Сума	Спосіб оплати	У термін	Кому має бути здійснена оплата
Початкова плата за франшизу	45 000 доларів США; 22 500 доларів США; Від 0 до 500 доларів	Паушальна сума	На відкриття	Макдональдс
Нерухомість і Будівля — Оренда 3 міс	Базова орендна плата від \$0 до \$229 000; від \$0 до \$60 000; від \$0 до \$75 000; Орендна плата від 0,00% до 0,28%; від 0,00% до 0,15%; від 0,00% до 20,25%	Щомісяця	База: поточний місяць, базова орендна плата, 1-е число місяця; Відсоток: 10 числа наступного місяця	Макдональдс
Вивіски, сидіння, обладнання та декор	від 950 000 до 1 550 000 доларів США; від 640 000 до 1 150 000 доларів США; Від 325 000 до 495 000 доларів США	Паушальна сума	Перед відкриттям	Продавці

Відкрити інвентар	від 20 000 до 39 000 доларів; від 13 500 до 23 000 доларів США; Від 10 000 до 29 000 доларів	Паушальна сума	Перед відкриттям	Продавці
Різні витрати на відкриття	Від 46 500 до 58 195 доларів США	Як виникло	Як виникло	Постачальники комунальних послуг
Витрати на проїзд та проживання під час подорожі	Від 3000 до 37 100 доларів	Як виникло	Як виникло	Авіалінії Готелі Ресторани
Додаткові кошти — 3 місяці	від 250 000 до 355 000 доларів; від 185 000 до 225 000 доларів США; Від 80 000 до 110 000 доларів	Як виникло	Як виникло	Співробітники Постачальники Комунальні послуги
РАЗОМ	від 1 314 500 до 2 313 295 доларів США; від 910 500 до 575 795 доларів; Від 464 500 до 804 795 доларів США			

Джерело: <https://www.visafranchise.com/blog/buying-a-mcdonalds-franchise> <https://www.visafranchise.com/blog/buying-a-mcdonalds-franchise>

Вимоги для відкриття франшизи McDonald's:

Значний діловий досвід:

- бізнес-план
- хороша кредитна історія
- висококласний фінансовий менеджмент

Вартість франшизи McDonald's: поточні збори.

Плата за обслуговування: щомісячна плата у розмірі 4% від валового обсягу продажів.

Реклама та просування займають понад 4% від валових продажів.

Середній річний обсяг продажів франчайзингових ресторанів McDonald's, відкритих щонайменше 1 рік, станом на 31 грудня 2020 року становив 2 908 000 доларів США.

Нижче наведено результати аналізу часу, щоб окупити інвестиції, використовуючи середній річний обсяг продажів і середню інвестицію в 1 813 897 доларів США (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Окупність франшизи від McDonald's

Початкова інвестиція (середина)	% Прибуток середніх продажів франшизи	Приблизний прибуток	Час окупності інвестицій (включаючи 2,5 роки для розширення)
1 813 897 доларів США	10%	290 800 доларів США	8,5 років
	15%	436 200 доларів США	6,5 років
	20%	581 600 доларів США	5,5 років

З нормою прибутку 10% або більше знадобиться приблизно 8,5 років або менше, щоб окупити початкові інвестиції.

Якщо продати франшизу McDonald's на основі середнього кратного 0,34 і чистих продажів у 2 908 000 доларів США у 2020 році, вона буде продана за 988 720 доларів США. Це приблизно на 800 тис. доларів США нижче середньої початкової інвестиції в 1 813 897 доларів США. Таким чином, ваш бізнес продаватиметься за меншу суму ваших початкових інвестицій.

Однак, якщо чистий обсяг продажів перевищує 5 мільйонів доларів США, медіанний множник зростає до 0,86. Отже, володіння декількома франшизами, середній чистий обсяг продажів яких перевищує 5 мільйонів доларів США, принесе більший дохід. Наприклад, якщо ви володієте 10 торговими точками, орієнтовний чистий обсяг продажів становитиме приблизно 29 080 000 доларів США. Із середнім кратним 0,86 продажів вартість перепродажу цього багатосистемного бізнесу становитиме 25 008 000 доларів США. Ця цифра перевищує орієнтовні початкові інвестиції в 18 138 970 доларів США. Таким чином, бізнес коштуватиме понад 6 мільйонів доларів США більше, ніж початкові інвестиції.

Кількість франчайзингових торгових точок у США продовжує зростати, окрім 2019 і 2020 років, коли закрилося 207 торгових точок. Це можна пояснити негативними економічними наслідками пандемії COVID-19, яка призвела до закриття багатьох малих підприємств по всій країні. Для

франчайзера McDonald's — це дуже прибутковий бізнес із чистим прибутком в середньому понад 2 мільярди доларів на рік.

У 2019 McDonald's Corporation увійшла в список найбільших американських підприємств за версією Fortune 500, зайнявши 149 місце. За версією Forbes торгова марка входить в топ-10 найдорожчих брендів світу в 2020 році і оцінюється в \$46,1 млрд.

Приватні інвестори вибирають як портфельні, так і внутрішньоденні стратегії щодо акцій McDonald's. В обох випадках важливо оцінювати і правильно інтерпретувати ряд факторів, включаючи як пов'язані безпосередньо до емітента, так і більш глобальні тренди.

McDonald's Corporation регулярно виплачує дивіденди, чим ще раз підтверджує статус своїх акцій як надійного і привабливого активу. У грудні 2019 акціонери отримали 1,25 дол. США на акцію (що дорівнює 5 дол. США на акцію щорічно).

McDonald's не є акціями ані зростання, ані цінними. Це якісний запас. І грудневий квартал компанії підтвердив цю тезу: у 4 кварталі 2022 року McDonald's не досяг привабливого зростання та не показав привабливої прибутковості порівняно з вартістю власного капіталу фірми. Проте, як і очікувалося, прибутки залишаються стійкими, незважаючи на триваючі макроекономічні проблеми.

Акції McDonald's у кращому випадку «тримають», враховуючи проблеми з оцінкою. Якщо оцінювати акції MCD за моделлю залишкового прибутку, то справедлива передбачувана ціна акції становить 213,74 дол.

McDonald's продовжує захищати капітал інвесторів під час стресу на фондових ринках: McDonald's торгується майже без змін протягом останніх дванадцяти місяців, порівняно зі втратою близько 9% для S&P 500 (SPY) (рис. 2.3).



Рис. 2.3. Котирування акцій McDonald's

У IV кварталі McDonald's показав хороші результати, незважаючи на складну макроекономічну ситуацію. Протягом періоду з вересня до кінця грудня загальний дохід McDonald's склав близько 5,9 мільярдів доларів США, що відображає скорочення прибутку приблизно на 1% порівняно з тим самим періодом минулого року. Що стосується рентабельності, компанія отримала майже 2,6 мільярда доларів операційного доходу порівняно з 2,4 мільярда доларів у 2021 році, що на 16% більше, ніж у минулому році. Так само чистий прибуток зріс приблизно на 19% за рік до 1,9 мільярда доларів США (2,59 долара на акцію) (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

Результати роботи McDonald's

	Quarters Ended December 31.				Years Ended December 31.			
	2022	2021	Inc/ (Dec)	Inc/(Dec) Excluding Currency Translation	2022	2021	Inc/ (Dec)	Inc/(Dec) Excluding Currency Translation
Revenues	\$ 5,926.5	\$ 6,009.1	(1)%	5%	\$ 23,182.6	\$ 23,222.9	— %	6%
Operating income	\$ 2,582.7	\$ 2,397.1	8%	16%	\$ 9,371.0	\$ 10,356.0	(10)%	(3)%
Net income	\$ 1,903.4	\$ 1,638.8	16%	24%	\$ 6,177.4	\$ 7,545.2	(18)%	(13)%
Earnings per share-diluted	\$ 2.59	\$ 2.18	19%	26%	\$ 8.33	\$ 10.04	(17)%	(12)%

Джерело: <https://seekingalpha.com/article/4575445-mcdonalds-hard-to-argue-investment-thesis>

Примітно, що McDonald's перевершив консенсус-оцінки аналітиків за 4 квартал як щодо доходів, так і прибутків. Згідно з даними, зібраними Refinitiv,

аналітики оцінили приблизно 5,75 мільярда доларів доходу (перевищення в 180 мільйонів доларів), а прибуток на акцію – близько 2,45 долара на акцію (перевищення на 14 центів).

У 2022 фінансовому році провідний світовий бренд швидкого харчування зафіксував 23,2 мільярда доларів доходу групи та 9,3 мільярда доларів операційного доходу. Після врахування відсотків і податкових витрат чистий прибуток склав 6,2 мільярда доларів. Незважаючи на значний результат, я хотів би зазначити, що порівняно з 2021 роком виручка залишилася приблизно незмінною, а операційний прибуток і чистий прибуток знизилися приблизно на 10% і 18% відповідно.

McDonald's завершила 2022 фінансовий рік із дещо погіршеним балансом: станом на 31 грудня компанія зафіксувала 2,6 мільярда доларів США грошових коштів та їх еквівалентів/короткострокових інвестицій у порівнянні з приблизно 48 мільярдами доларів США загального фінансового боргу. Однак, враховуючи 7,4 мільярда доларів операційного грошового потоку, фінансовий леверидж повинен бути легко стійким.

Зростання продажів McDonald's швидко відновилося після пандемії завдяки збільшенню зовнішнього бізнесу, особливо завдяки доставці та замовленням на автомобілі. У міру пом'якшення обмежень, пов'язаних із COVID, відкладений попит на їжу вдома, а також імпульс поза приміщенням сприяли зростанню продажів McDonald's.

У четвертому кварталі 2022 року імпульс зростання від локальних приміщень та хорошого попиту продовжився в усіх географічних регіонах. Крім того, зростання цін і позитивна кількість гостей також сприяли зростанню продажів компанії. Однак зустрічні вітри в іноземній валюті з лишком компенсували ці попутні вітри. Це призвело до зниження продажів на 1,4% у порівнянні з аналогічним періодом минулого року до \$5,927 млрд, тоді як у постійній валютній основі продажі зросли на 5% р/р. На основі продажів у тих самих ресторанах глобальні порівняльні продажі зросли на 12,6%, що

відображає двозначне порівняльне зростання продажів у всіх операційних сегментах (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Порівняльні продажі McDonald's

Net Revenue (In USD Million)	FY 2020	Q1 2021	Q2 2021	Q3 2021	Q4 2021	FY 2021	Q1 2022	Q2 2022	Q3 2022	Q4 2022	FY 2022
U.S.	7,656	2,039	2,236	2,218	2,218	8,711	2,133	2,368	2,414	2,507	9,421
Y/Y growth	↓ -2.3%	↑ 11.4%	↑ 30.2%	↑ 8.1%	↑ 7.8%	↑ 13.8%	↑ 4.6%	↑ 5.9%	↑ 8.8%	↑ 13.0%	↑ 8.2%
Comparable Sales	↑ 0.4%	↑ 13.6%	↑ 25.9%	↑ 9.6%	↑ 7.5%	↑ 13.8%	↑ 3.5%	↑ 3.7%	↑ 6.1%	↑ 10.3%	↑ 5.9%
International Operated Markets	9,462	2,524	3,046	3,340	3,184	12,094	2,884	2,719	2,785	2,776	11,164
Y/Y growth	↓ -17.0%	↑ 6.1%	↑ 91.6%	↑ 18.6%	↑ 19.0%	↑ 27.8%	↑ 14.3%	↓ -10.7%	↓ -16.6%	↓ -12.8%	↓ -7.7%
Comparable Sales	↓ -15.0%	↑ 0.6%	↑ 75.1%	↑ 13.9%	↑ 16.8%	↑ 21.6%	↑ 20.4%	↑ 13.0%	↑ 8.5%	↑ 12.6%	↑ 13.3%
International Developmental Licensed Markets & Corporate	1,747	476	513	550	529	2,068	549	552	598	570	2,269
Y/Y growth	↓ -4.8%	↑ 12.1%	↑ 36.7%	↑ 19.0%	↑ 9.1%	↑ 18.4%	↑ 15.3%	↑ 7.6%	↑ 8.6%	↑ 7.9%	↑ 9.7%
Comparable Sales	↓ -10.5%	↑ 6.4%	↑ 32.3%	↑ 16.7%	↑ 14.2%	↑ 16.6%	↑ 14.7%	↑ 16.0%	↑ 16.7%	↑ 16.5%	↑ 16.0%
Total Other revenues	343	86	93	93	79	350	100	79	76	74	329
Y/Y growth	19.1%	6.3%	16.5%	6.7%	-17.9%	2.0%	17.2%	-15.3%	-17.9%	-6.2%	-6.0%
Total Revenues	19,208	5,125	5,888	6,201	6,009	23,223	5,666	5,718	5,872	5,927	23,183
Y/Y growth	↓ -10.1%	↑ 8.7%	↑ 56.5%	↑ 14.5%	↑ 13.1%	↑ 20.9%	↑ 10.6%	↓ -2.9%	↓ -5.3%	↓ -1.4%	↓ -0.2%
Comparable Sales	↓ -7.7%	↑ 7.5%	↑ 40.5%	↑ 12.7%	↑ 12.3%	↑ 17.0%	↑ 11.8%	↑ 9.7%	↑ 9.5%	↑ 12.6%	↑ 10.9%

Джерело: <https://seekingalpha.com/article/4593659-mcdonalds-good-growth-prospects-but-fairly-valued>

В даний час McDonald's торгується за форвардним P/E, кратним 26,87x FY23, консенсусна оцінка EPS в \$ 10,59, що узгоджується з його історичним середнім 5-річним показником 26,44x. Крім того, у порівнянні з аналогами, компанія торгується з премією на основі форвардних співвідношень EV/EBITDA та форвардних P/E (табл. 2.5).

Таблиця 2.5

Форвардні співвідношення

	FY23 FWD EV/EBITDA	FY23 FWD P/E	FY23 P/S	Зростання EPS у 23 фінансовому році	Зростання продажів у 23 фінансовому році
Компанія Венді (WEN))	15.28x	22.40x	2.10x	13.89%	5.56%
Ресторанні бренди Inc (QSR)	14.49x	22.06x	3.02x	-3.33%	5.63%
Ням! Brands Inc (YUM)	19.20x	25.50x	5.07x	14.42%	6.34%
Корпорація Макдональдс (MCD))	18.48x	26.87x	8.54x	4.80%	5.16%

Джерело: <https://seekingalpha.com/article/4593659-mcdonalds-good-growth-prospects-but-fairly-valued>

Отже, не дивлячись на перспективи зростання McDonald's, його стійкість навіть в умовах рецесії та лідируючі позиції на ринку, ці позитивні моменти, здається, вже враховані в його поточній оцінці. Краще дочекатися більш привабливої точки входу для цього гіганта QSR, і поки що McDonald's оцінюється як нейтральний.

РОЗДІЛ 3

НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ КОРПОРАЦІЇ MCDONALDS

3.1. Аналіз факторів, що впливають на інвестиційний потенціал McDonalds

Для того, щоб отримати загальну картину діяльності підприємства, необхідно проаналізувати фактори зовнішнього та внутрішнього середовища, що впливають на підприємство. Як самостійний суб'єкт господарювання, підприємство зазнає прямого та опосередкованого впливу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища. Під факторами зовнішнього середовища зазвичай розуміють фактори, від яких залежить діяльність підприємства [44].

До факторів внутрішнього середовища відносять ті фактори, від яких залежать результати діяльності підприємства.

Зовнішні фактори інвестиційної привабливості складаються з трьох великих груп: інвестиційна привабливість країни, інвестиційна привабливість регіону та інвестиційна привабливість галузі, в якій працює компанія. Рейтингові агентства оцінюють інвестиційну привабливість країн, регіонів та організацій.

Інвестиційна привабливість держави оцінюється сукупністю таких факторів (рис. 3.1):

Соціально-політична стабільність країни	<ul style="list-style-type: none"> • Цей чинник має на увазі здатність структури державної влади, використовуючи наявні матеріальні ресурси, до контролю та регулювання внутрішньої соціально-політичної ситуації, визначенню грамотного курсу стосовно суб'єктам федерації та її центру у разі виникнення критичних подій.
Економічна стабільність	<ul style="list-style-type: none"> • Цей фактор є інтеграцією таких показників, як стійке зростання національної валюти, щорічне зростання ВВП країни, зменшення видатків державного бюджету.
Розвиток кредитно-фінансової систем	<ul style="list-style-type: none"> • Система методів формування, перерозподілу та витрачання фондів грошових коштів як держави, так і підприємства, та система їх кредитування.
Правове поле.	<ul style="list-style-type: none"> • Воно характеризується системою існуючих норм права у державі.
Рівень корупції	<ul style="list-style-type: none"> • Ступінь зловживання своїми посадовими обов'язками з метою особистої вигоди.
Податкова політика	<ul style="list-style-type: none"> • Сукупність процедур, що проводяться державою у сфері оподаткування, побудована з дотриманням балансу інтересів між державою та платниками податку.
Технологічний прогрес	<ul style="list-style-type: none"> • Чинник, який відбиває безперервний розвиток науки, технології та техніки, показує рівень технологічного розвитку країни.
Державне регулювання економіки	<ul style="list-style-type: none"> • Виявляється в системі законодавчих, контролюючих та виконавчих заходів для стабілізації та адаптації соціально-економічної системи до мінливої обстановки.
Розвиненість ринку	<ul style="list-style-type: none"> • Характеризує економічну мобільність у країні та можливість її адаптації до умов, що змінюються

Рис. 3.1. Фактори інвестиційної привабливості держави

Інвестиційна привабливість регіону характеризується набором наступних чинників (рис. 3.2):



Рис. 3.2. Фактори інвестиційної привабливості регіону

Остання група чинників характеризує зовнішні чинники – це інвестиційна привабливість галузі. Її складовими є (рис. 3.3):

Ємність ринку	<ul style="list-style-type: none"> • Відображає гранично допустиму кількість реалізованих товарів чи послуг, за заданого рівня цін
Конкуренція у галузі	<ul style="list-style-type: none"> • Характер конкуренції та кількість конкуруючих між собою підприємств
Бар'єри входження у галузь	<ul style="list-style-type: none"> • Сукупність певних обставин, що перешкоджають новому підприємству конкурувати з підприємствами, що працюють у галузі.
Еластичність цін галузі	<ul style="list-style-type: none"> • Відбиває рівень чутливості попиту за зміни ціни товару
Капіталомісткість галузі	<ul style="list-style-type: none"> • Наявність галузей, які мають більшу частину основних фондів у структурі активів
Доступність ресурсів	<ul style="list-style-type: none"> • Наявність та легкий доступ до ресурсів, у тому числі, спеціалізованих ресурсів у регіоні
Амортизаційна політика	<ul style="list-style-type: none"> • Особливості управління амортизаційними відрахуваннями
Технології у галузі	<ul style="list-style-type: none"> • Визначення провідної технології у галузі, наприклад, машинобудування, приладобудування, нафтовидобуток тощо

Рис. 3.3. Фактори інвестиційної привабливості галузі

Сукупність усіх цих зовнішніх факторів формує інвестиційний клімат компанії. Інвестиційний клімат визначає якість бізнес-інфраструктури, ефективність і доцільність інвестицій, а також ступінь ризику, пов'язаного з втратою коштів при інвестуванні [**Error! Reference source not found.**].

Внутрішні фактори інвестиційної привабливості прийнято поділяти на сім груп (рис. 3.4):

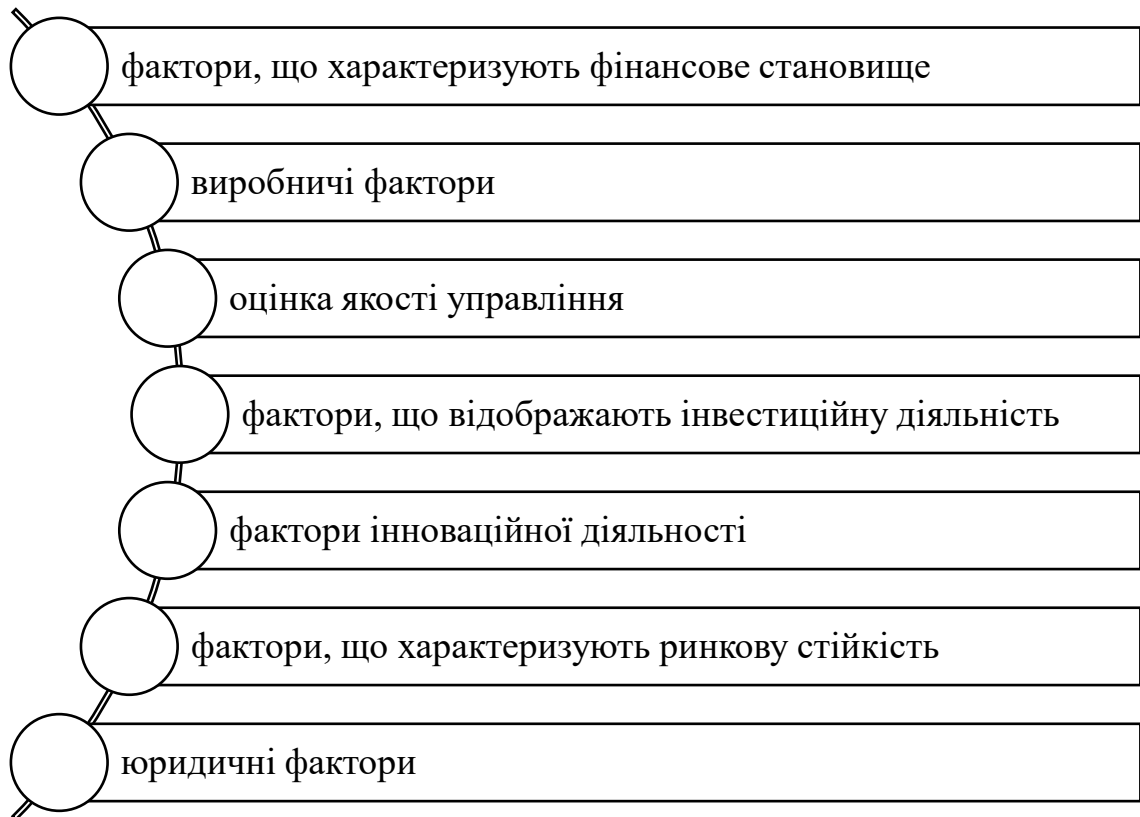


Рис. 3.4. Внутрішні фактори інвестиційної привабливості підприємства

Фінансовий стан включає оцінку ліквідності, платоспроможності, рентабельності, оборотності оборотних активів, розрахунок коефіцієнтів фінансової стійкості, визначення якості та структури власного капіталу і характеристик грошових потоків.

Фактори виробництва включають оцінку засобів і предметів праці, якості трудових ресурсів, виробничих потужностей підприємств і технічного рівня виробництва.

Якість управління включає оцінку перспектив розвитку менеджменту, корпоративної стратегії, гудвілу, тобто ділової репутації підприємства, рівня клієнтоорієнтованості підприємства, чутливості до змін, оцінку конкурентоспроможності продукції, стабільності відносин з існуючими постачальниками ресурсів та характеристики бізнес-процесів підприємства.

Фактори інвестиційної активності включають оцінку наявності інвестиційної програми, стратегії та політики підприємства, обсягу інвестицій, їх характеристик, набору методів прийняття рішень та ефективності управління інвестиціями.

Інноваційна активність визначається наявністю або відсутністю інноваційних програм і стратегій, оцінкою методів стимулювання інноваційної діяльності, рівнем інноваційної активності на підприємстві, науково-технічного потенціалу та науково-дослідних і дослідно-конструкторських розробок.

Найважливішими інвестиційними показниками для вітчизняних та європейських компаній є рентабельність інвестицій та період окупності. Японські організації віддають перевагу стратегічній оцінці ринкової позиції компанії. У США для оцінки інвестиційної діяльності компанії здебільшого використовують показники ефективності інвестицій та залишкової рентабельності [12].

Фактори ринкової стійкості включають оцінку параметрів компанії, типу та розміру компанії, умов маркетингу та проникнення на ринок.

Правові фактори об'єднують тип правової форми, структуру власності, історію приватизації, права на капітал, землю та майно.

Поєднання внутрішніх факторів дає найбільш повну та достовірну картину бізнесу компанії та її становища на момент проведення аналізу.

Недоліком комплексного підходу до вивчення інвестиційної привабливості компаній є суб'єктивність, яка виникає при використанні експертних даних, опитувань та анкетування, що знижує точність цього методу [18].

Важливо розуміти, що різні галузі та регіони мають свої індивідуальні рівні інвестиційної привабливості, які характеризують інвестиційну привабливість компаній та проектів. Кожен учасник інвестиційного ринку має власну інвестиційну привабливість, тоді як інші знаходяться в так званому "інвестиційному просторі". Тому на будь-який бізнес безпосередньо впливатимуть інвестиції як з боку галузі, так і з боку регіону та держави.

Однак об'єднання підприємств також формують галузі та впливають на інвестиційну привабливість регіону в цілому. У свою чергу, інвестиційна привабливість регіону є складовою інвестиційної привабливості держави. Зміни, трансформації та модифікації у верхній системі, такі як нестабільність політичної системи, зміни в податковій системі, збільшення або зменшення доходів населення, тарифів на продукцію певних галузей тощо, мають безпосередній вплив на інвестиційну привабливість підприємств.

З вищесказаного можна зробити висновок, що підприємства є одночасно і об'єктами, і суб'єктами інвестиційного ринку, а тому повинні займати центральне місце в інвестиційному процесі.

McDonald's має репутацію виробника нездорової, дешевої їжі, яка відштовхує частину населення (особливо сьогодні, оскільки, здається, тенденція спрямована на здорове харчування та чистий спосіб життя).

Нижче наведено SWOT-аналіз McDonald's, який висвітлює сильні та слабкі сторони, можливості та загрози компанії (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

SWOT-аналіз McDonald's

Сильні сторони	Слабкі сторони
<p>Сильна впізнаваність бренду в усьому світі; це 9-й за вартістю бренд McDonald's має багатомільярдну імперію нерухомості</p> <p>Це провідна у світі мережа ресторанів швидкого обслуговування</p> <p>Бренд викликає лояльність споживачів</p> <p>Франчайзингова бізнес-модель приносить високий дохід</p> <p>McDonald's має широкий асортимент продукції з деякими варіаціями для окремих регіонів</p> <p>Компанія продає продукти, які швидко та дешево готуються</p> <p>Ефективний маркетинг дозволяє McDonald's охопити цільову аудиторію за допомогою ефективних кампаній</p> <p>Успішне впровадження технології покращення бізнес-процесів</p>	<p>На ділові операції можуть вплинути нові норми та закони в різних країнах.</p> <p>Імідж компанії нездорової їжі означає, що деякі люди ніколи не будуть там їсти</p> <p>Він вразливий до порушення ланцюга поставок</p> <p>У франчайзингових бізнес-моделях важко стежити за якістю та діяльністю.</p> <p>Невдоволення співробітників</p>
Можливості	Загрози
<p>McDonald's міг би продовжувати заробляти на переході до веганства/вегетаріанства, випускаючи нові продукти.</p> <p>Експансія в країни, що розвиваються</p> <p>Попит на онлайн-доставку їжі стрімко зростає</p> <p>Країни переживають повільне економічне зростання після пандемії; багатьом людям доводиться шукати дешеві альтернативи, щоб заощадити гроші</p>	<p>Багато західних урядів виступають за те, щоб люди їли менше м'яса та вибирали здоровіше.</p> <p>McDonald's зазнав критики через нездоровий характер своєї продукції та її внесок у ожиріння.</p> <p>Швидко зростаюча конкуренція</p>

Джерело: <https://businesschronicler.com/competitors/mcdonalds-competitors-analysis/>

Отже, в найближчі десять років McDonald's доведеться суттєво адаптуватися, щоб зробити свій асортимент здоровішим і різноманітнішим. Уряди все більше регулюють доступність фаст-фуду, і це виклик, який Макдональдсу, ймовірно, доведеться подолати.

3.2. Рекомендації щодо покращення інвестиційного потенціалу корпорації McDonalds

Очікується, що корпорація McDonald's Corporation (NYSE:MCD) спостерігатиме зростання доходів у результаті підвищення цін і стійкості споживчого попиту на продукти харчування на винос і ресторани швидкого обслуговування навіть під час рецесії, оскільки люди віддають перевагу менш дорогим і зручнішим закладам харчування. Крім того, цифрове розширення MCD, реклама основного меню та прискорення розвитку нових ресторанів повинні залучити додатковий попит і сприяти зростанню доходів у найближчі роки.

На фронті маржі франчайзингова бізнес-модель McDonald's є відносно стійкою. Однак інфляційний тиск на маржу ресторану, що належить компанії, і додаткові витрати, пов'язані з підтримкою зростання франшизи, можуть чинити тиск на маржу. Цей тиск має бути компенсований за рахунок важелів продажів і підвищення цін, що призведе до рівномірної маржі.

Хоча перспективи зростання доходів компанії хороші, акції котируються відповідно до своїх історичних середніх показників і з премією до аналогів. Тому акції оцінюються як нейтральні.

McDonald's продовжить забезпечувати зростання продажів у тих самих ресторанах у найближчі роки. Дохід компанії повинен отримати вигоду від зростання цін, стійкості споживчого попиту на ресторани швидкого обслуговування, цифрової експансії, зосередження уваги на основних товарах і зростання нових підрозділів.

Щоб захистити себе від інфляційних витрат, McDonald's підвищив ціни на меню в усьому світі за останній рік, як і інші гравці галузі. Це допомогло компанії збільшити середню кількість чеків гостей і підтримати зростання продажів. Перехідний вплив минулорічного зростання цін, поряд з подальшим зростанням цін, повинні допомогти компанії забезпечити зростання продажів у майбутньому.

Очікується, що попит на ресторани швидкого обслуговування залишатиметься дещо стійким у умовах рецесії, оскільки споживачі усвідомлюють цінність і шукають доступні та зручні варіанти обіду. Крім того, компанія постійно інвестує у свої цифрові платформи, щоб збільшити залучення споживачів, насамперед через додаток McDonald's. Основна увага в цьому розширенні приділяється програмі лояльності, яка надає різні пропозиції та бали лояльності, які можна використати в майбутніх транзакціях. Ця програма покращує споживчий досвід, дозволяючи більше налаштувань у пропонуванні продуктів, товарів та знижок на основі індивідуальних переваг клієнтів, що має збільшити частоту відвідувань. Крім того, ці цифрові інвестиції допомагають компанії краще отримати доступ до інформації споживачів і використовувати дані для досягнення верхньої лінії. За словами керівництва, програма лояльності доступна через додаток McDonald's на більш ніж 50 ринках, з більш ніж 50 мільйонами активних споживачів лояльності на шести найбільших ринках, які становили 35% загальносистемних продажів на цих ринках. Компанія націлена на подальше розширення програми та залучення більшої кількості учасників лояльності на інших ринках.

Крім того, McDonald's орієнтований на рекламу своїх основних пунктів меню, таких як Біг Мак, Мак Нагетс або Мак Чікен. Споживачів більше приваблюють знайомі товари, які, як вони знають, забезпечать цінність під час інфляційного середовища, і їх реклама є хорошим способом компенсувати певний вплив макроекономічного уповільнення.

Очікується, що ця цифрова експансія та основна реклама меню допоможуть компанії збільшити попит, навіть якщо в 2023 році відбудеться потенційна рецесія.

Нарешті, розвиток нових ресторанів також допоміг компанії збільшити свою глобальну присутність і стимулювати зростання топ-лінії. З 2017 року McDonald's збільшив свої ресторани підрозділи приблизно на 8% до 40 275. Компанія прискорює розвиток нових ресторанів на 2023 рік і планує відкрити

близько 1,900 валових ресторанів у поточному році (~1,500 чистих відкриттів через очікуване закриття ресторанів). З цих вакансій понад 400 будуть у сегментах США та MOM, а решта 1 500 – у сегменті IDL, у тому числі близько 900 – у Китаї (рис. 3.5).

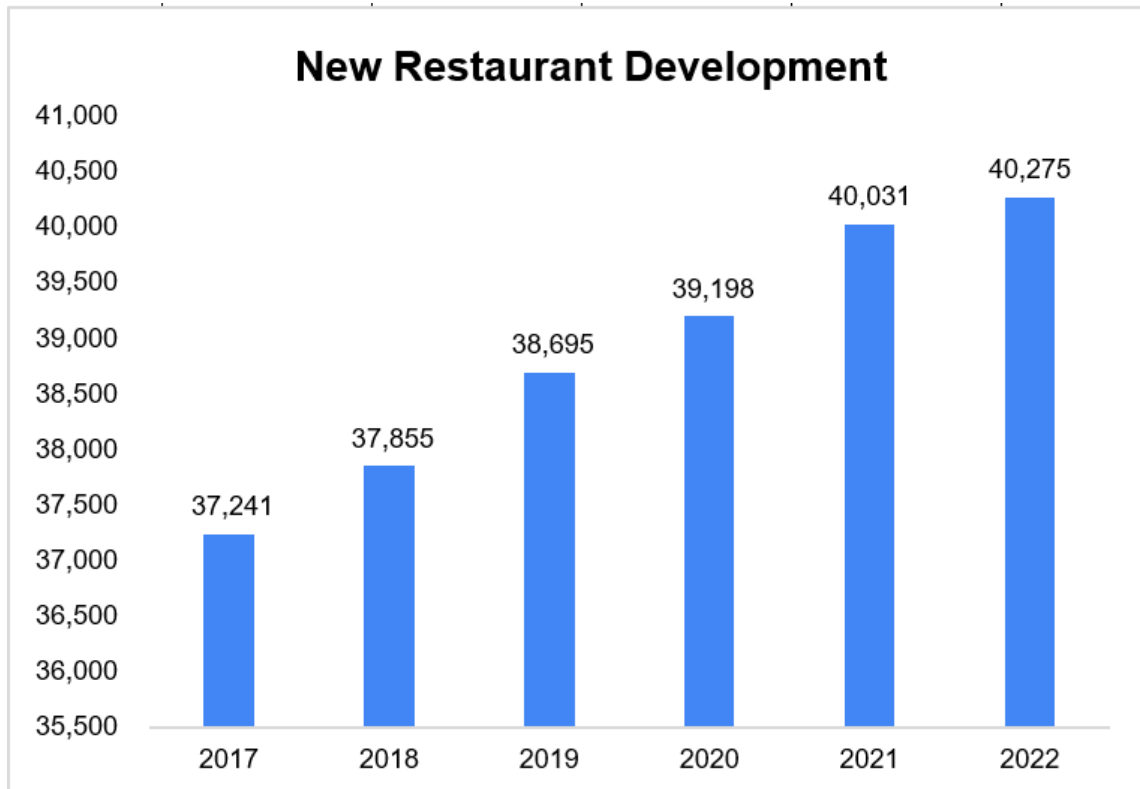


Рис. 3.5. Динаміка розвитку нових ресторанів

Джерело: <https://seekingalpha.com/article/4593659-mcdonalds-good-growth-prospects-but-fairly-valued>

Крім того, з повторним відкриттям китайської економіки, очікується, що це стане значним драйвером зростання сегмента IDL разом із відкриттям нових ресторанів. Керівництво очікує, що нові відкриття в 2023 році і ресторани, відкриті в 2022 році, повинні внести приблизно 1,5% в загальносистемне зростання продажів в поточному році. У середньостроковій і довгостроковій перспективі розвиток нових ресторанів, ймовірно, продовжить підтримувати зростання продажів McDonald's. Тому я з оптимізмом дивлюся на перспективи зростання продажів компанії в найближчі роки.

В умовах інфляції протягом останніх кількох років франчайзингова бізнес-модель McDonald's разом із зростанням цін допомогла їй зберегти маржу. Протягом четвертого кварталу 2022 року, незважаючи на інфляційний тиск, компанія змогла збільшити скориговану операційну маржу р/р завдяки важелям продажів та зростанню цін. У результаті скоригована маржа операційного прибутку зросла на 280 б.п. до 43,6% (рис. 3.6).

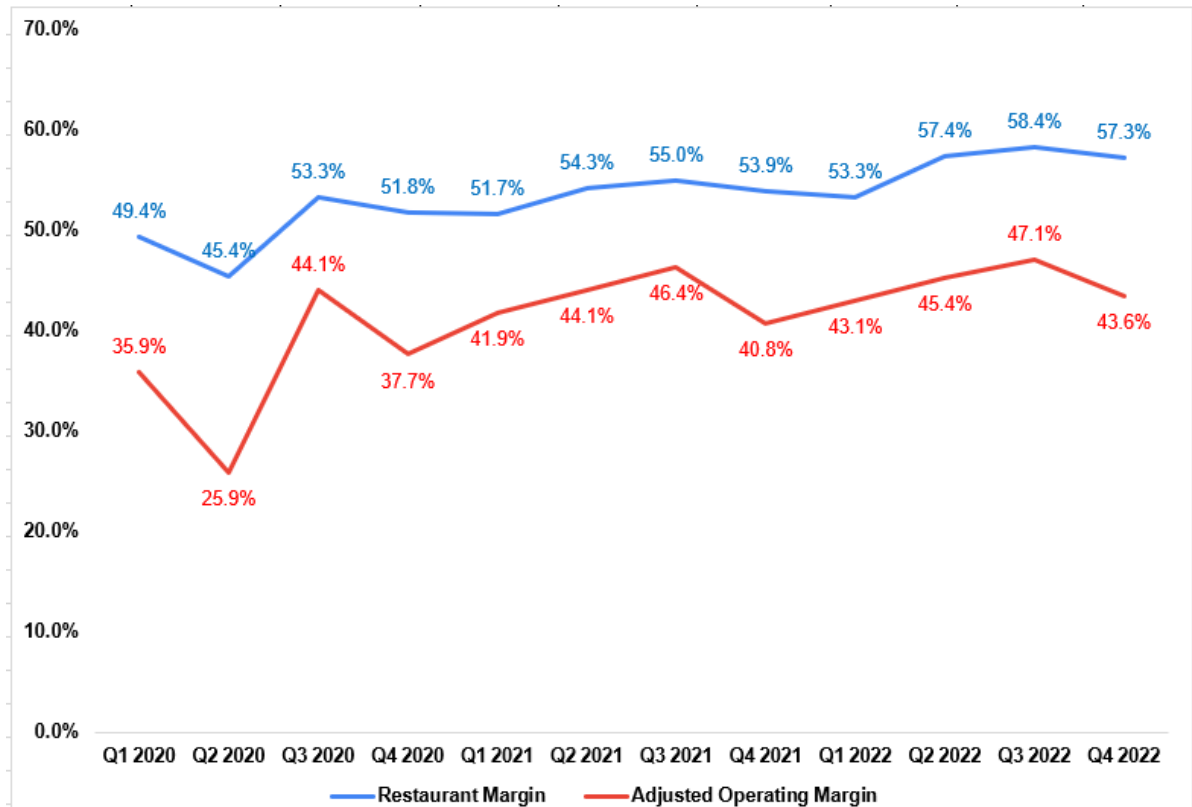


Рис. 3.6. Динаміка маржі McDonald's

Джерело: <https://seekingalpha.com/article/4593659-mcdonalds-good-growth-prospects-but-fairly-valued>

Отже, McDonald's зможе зберегти свою маржу завдяки своїй високоефективній моделі франчайзингу. У 2022 році франшиза забезпечила приблизно 90% операційного доходу, а решту генерувала маржа, що належить компанії. Важіль обсягу через зростання продажів і зростання цін також повинен приносити користь маржі з плином року. Однак ці прибутки будуть частково компенсовані інфляційним тиском з боку сировинних товарів та заробітної плати на маржу, що належить компаніям. Крім того, очікується, що

компанія понесе додаткові витрати в розмірі 100-150 мільйонів доларів у 2023 році для підтримки розвитку франшизи в поточному інфляційному середовищі. Це також має певною мірою вплинути на зростання маржі. Загалом, я очікую, що скоригована операційна маржа компанії залишиться незмінною приблизно на рівні середини 40-х років у 2023 році. Після 2023 року ми можемо побачити деяке розширення маржі в міру ослаблення інфляційних зустрічних вітрів.

ВИСНОВКИ

Підводячи підсумки проведеного дослідження, можна зробити наступні висновки:

Дослідження інвестиційного потенціалу як економічної категорії розпочалися в 1970-х роках, і лише відносно недавно науковці почали розглядати інвестиційний потенціал як економічну категорію. Узагальнюючі підходи до визначення сутності інвестиційного потенціалу підприємства, можна виокремити три основні підходи до інвестиційного потенціалу: ресурсний, цільовий (або відтворювальний) та результативний. Представники ресурсного підходу акцентують увагу на наявних матеріальних, нематеріальних, трудових та організаційно управлінських ресурсах підприємства.

При оцінці інвестиційного потенціалу особливу увагу слід приділяти показникам, що базуються на моделях формування потенціалу, які враховують не тільки динаміку розвитку, але й існуючі теоретичні припущення. Це пов'язано з тим, що невелика частина прибутку після сплати податків є джерелом генерування інвестицій для підприємств. Однак для оцінки інвестиційного потенціалу також необхідно використовувати різні методичні підходи. Отже, методичний підхід до оцінки інвестиційного потенціалу підприємства - це метод, який використовується в процесі оцінки потенціалу підприємства і спрямований на отримання конкретного результату.

McDonald's є найбільшою мережею закладів швидкого харчування у світі як за доходами, так і за кількістю ресторанів. Компанія працює в 121 країні. Більшість ресторанів компанії є окремо розташованими приміщеннями; однак компанія також керує міні-ресторанами в Wal-Mart, на автозаправних станціях/ресторанах Chevron та на інших місцях. Компанія також володіє та керує мережею Donatos Pizza та мережею Boston Market. Звіти показують, що середньостатистичний ресторан McDonald's щорічно генерує приблизно 2,7

мільйона доларів США. Хоча деякі франшизи McDonald's заробляють більше, ніж інші, більшість із них приносить приблизно 150 000 доларів США річного прибутку. Ця цифра може змінюватись залежно від місця розташування ресторану та досвіду власника. Наприклад, франшизи McDonald's у таких великих містах, як Сан-Франциско та Нью-Йорк, можуть приносити більше доходу та прибутку, ніж їхні аналоги в менших містах. Крім того, відомі власники франшизи McDonald's, ймовірно, зароблять більше, ніж нові підприємства.

Акції «Макдональдс» — надійний актив, який вибирають великі і починаючі інвестори по всьому світу, в тому числі і в Україні. За результатами 4 фінансових кварталів 2020 року капіталізація McDonald's Corporation досягла \$160 млрд. Основний напрямок діяльності корпорації — продаж франшиз на відкриття ресторанів під брендом McDonald's. Цікаво, що сфера інтересів компанії лежить не стільки в області швидкого харчування, скільки в нерухомості. Згідно з умовами, компанія купує або орендує будівлі під новий заклад. В результаті виручка McDonald's Corporation складається з плати за користування нерухомістю та торговою маркою, яку отримує від власників своєї франшизи. Середній річний обсяг продажів франчайзингових ресторанів McDonald's, відкритих щонайменше 1 рік, станом на 31 грудня 2020 року становив 2 908 000 доларів США. Приватні інвестори вибирають як портфельні, так і внутрішньоденні стратегії щодо акцій McDonald's. В обох випадках важливо оцінювати і правильно інтерпретувати ряд факторів, включаючи як пов'язані безпосередньо до емітента, так і більш глобальні тренди.

Для того, щоб отримати загальну картину діяльності підприємства, необхідно проаналізувати фактори зовнішнього та внутрішнього середовища, що впливають на підприємство. В найближчі десять років McDonald's доведеться суттєво адаптуватися, щоб зробити свій асортимент здоровішим і різноманітнішим. Уряди все більше регулюють доступність фаст-фуду, і це виклик, який Макдональдсу, ймовірно, доведеться подолати.

Очікується, що корпорація McDonald's Corporation (NYSE:MCD) спостерігатиме зростання доходів у результаті підвищення цін і стійкості споживчого попиту на продукти харчування на винос і ресторани швидкого обслуговування навіть під час рецесії, оскільки люди віддають перевагу менш дорогим і зручнішим закладам харчування. Крім того, цифрове розширення MCD, реклама основного меню та прискорення розвитку нових ресторанів повинні залучити додатковий попит і сприяти зростанню доходів у найближчі роки.

На фронті маржі франчайзингова бізнес-модель McDonald's є відносно стійкою. Однак інфляційний тиск на маржу ресторану, що належить компанії, і додаткові витрати, пов'язані з підтримкою зростання франшизи, можуть чинити тиск на маржу. Цей тиск має бути компенсований за рахунок важелів продажів і підвищення цін, що призведе до рівномірної маржі. Хоча перспективи зростання доходів компанії хороші, акції котируються відповідно до своїх історичних середніх показників і з премією до аналогів. Тому акції оцінюються як нейтральні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Авдющенко А.С. Визначення результативності діяльності підприємств: роль та підходи. Держава та регіони. 2010. №2. С.10–17.
2. Алексеєнко І.І., Гресь М.С. Узагальнення теоретико-методичних підходів до оцінки інвестиційної привабливості підприємства. Економіка та суспільство. Мукачівський держ. ун-т. 2017. № 9. С. 952–956. URL: <http://economyandsociety.in.ua/index.php/journal-9>
3. Алексеєнко Л. М. Фінансові аспекти оцінки інвестиційної привабливості підприємства. Економічний форум. 2009. № 3. С. 94–102.
4. Бережна І.Ю. Теоретико-економічні підходи до обґрунтування змісту інвестиційного потенціалу. Держава та регіони. Сер.: Економіка та підприємство. 2010. № 6. С. 253-258.
5. Бікулов Д. Т. Стратегічний менеджмент портфеля брендів структурного підрозділу ТНК на локальному ринку. Наукові праці Національного університету харчових технологій. 2020. Т. 26, № 2. С. 80-89.
6. Вірянська О.В. Оцінка інвестиційної привабливості. URL: <https://nau.edu.ua/ua/>.
7. Войнаренко М. П. Управління інвестиційною діяльністю промислових підприємств: монографія. Вінниця: ВНТУ, 2011. 188 с.
8. Гавриш В.П. Методичні основи формування інвестиційного потенціалу підприємства. Матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції (7-8 жовтня 2010 р.). Інвестиції та інновації. Дніпропетровськ, 2010. Т. 3. С. 11-15.
9. Гончарук О.В. Методичні положення щодо оцінки виробничого потенціалу металургійних підприємств. Глобальні та національні проблеми економіки. 2015. Вип. 5. С. 355-358.
10. Гриньова В. М Інвестування. К.: Знання, 2008. 358 с.

11. Гурочкіна В.В. Інвестиційне забезпечення розвитку промислових підприємств в економіці емерджентного типу. Підприємництво та інновації. Випуск 11-2, 2020. С. 13-22.
12. Євась Т.В., Соколовський В.С. Інвестиційна привабливість підприємства та фактори, що на неї впливають. Подільський науковий вісник. 2017. № 2. С. 61—64.
13. Заїка С.О. Інвестиційний потенціал підприємства та варіанти його формування. Науковий вісник Херсонського державного університету. Економічні науки. 2015. Вип. 13. Ч. 1. С. 84-86.
14. Історія найвідоміших брендів світу. URL: <http://www.brandreport.ru/volkswagen/>
15. Ковтун Н.В. Використання системного підходу в статистичному дослідженні інвестиційного процесу та інвестиційної діяльності // Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія: економіка. – Тернопіль: Видавничий відділ ТНПУ.2004. № 17. С. 230–235.
16. Коренюк П. Концептуальні підходи та методи визначення інвестиційної привабливості національної економіки. Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. 2018. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ehcenu_2018_2_10.
17. Костюк Т.І. Інвестиційна привабливість економіки України: реалії та перспективи. Вісник Донецького інституту соціальної освіти .2005. Т. № 1. С. 48–58
18. Крамаренко К. М. Інвестиційна привабливість підприємства та методичні підходи до її визначення. Причорноморські економічні студії. – 2016. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses_2016_10_22.
19. Кривов'язюк І.В. Інвестиційна діяльність підприємства: сутність, методика аналізу та шляхи підвищення її ефективності. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». 2018. (31) С. 83-90.

20. Кучерук Т.Ю. Економічне обґрунтування комплексної оцінки інвестиційного потенціалу авіапідприємства. Економіка. Фінанси. Право. 2008. № 3. С. 11-15.
21. Лайко Г.П. Формування інвестиційної привабливості підприємств АПК. К. ННЦ ІАЕ. 2005. 200 с.
22. Макух Т.О. Інвестиційний потенціал як фактор підвищення ефективності використання фінансових ресурсів. Фінанси України. 2009. № 9. С. 67-77.
23. Малахова Ю. А., Хобта М. О., Гончар Т. М. : Зарубіжний досвід стимулювання інвестиційної активності підприємств. Ефективна економіка. 2021. № 2. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8655>
24. Маслак І.О. Особливості оцінювання фінансового потенціалу промислових підприємств. Вісник КрНУ імені Михайла Остроградського. 2012. Вип. 6 (77). С. 124-129.
25. Мельник О.Г. Гармонізація інформаційного та методичного забезпечення діагностики інвестиційної привабливості бізнес. 2022. С. 5-11.
26. Методика інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємств та організацій, затверджена Наказом Агентства з питань запобігання банкрутству підприємств та організацій “22 від 23.02.1998р. URL: www.zakon.rada.gov.ua.
27. Методичні рекомендації до виконання випускної кваліфікаційної роботи на здобуття освітнього ступеня «бакалавр» спеціальності 292 «Міжнародні економічні відносини» освітньо-професійної програми «Міжнародна економіка» денної форми навчання [Електронний ресурс] / уклад. Гуткевич С.О., Каїра Л.Г. К.: НУХТ, 2021. 41 с.
28. Моторнюк У. Сучасні тенденції транснаціоналізації світової економіки. Соціально-економічні проблеми і держава. 2018. Вип. 2 (19). С. 13-25.
29. Мягких І.М. Аналіз і оцінка використання ресурсного потенціалу в системі споживчої. Актуальні проблеми економіки. 2009. № 1. С. 136-142.

30. Назарова О.Г. Вартісний підхід до управління інвестиційним потенціалом підприємства дис. канд. екон. наук.: 08.00.04 Краматорськ, 2015. 235 с.
31. Науменко Н.С. Міжнародні ТНК: механізм функціонування та вплив на сучасний інвестиційний ринок. Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія : Економіка і управління. 2020. Т. 31(70), № 1. С. 8-14.
32. Нечитайло І.П. Аналіз сучасних підходів до визначення інвестиційного потенціалу регіону. Фінансові ринки і цінні папери. 2010. № 24. 13-19.
33. Офіційний сайт компанії lifecell. – URL: http://www.lifecell.ua/uk/pro_lifecell/kompaniia-sogodni/lifecell-sogodni
34. Пазєєва Г.М. Кадровий потенціал системи економічної безпеки дистриб'юторських компаній. URL: http://thesis.at.ua/publ/2014_r_bezpekoznavstvo_teorija_ta_praktika_15_03_5_04/pazeeva_g_m_kadrovij_potencial_sistemi_ekonomichnoji_bezpeki_distrib_jutorskikh_kompanij/1010336
35. Партин Г.О. Економічна сутність майнового потенціалу підприємства. Бізнес Інформ. 2013. № 6. С. 296-301.
36. Програма розвитку інвестиційної діяльності в Україні на 2002-2010 рр.: Постанова Кабінету Міністрів України від 28 грудня 2001 р. № 1801.
37. Пруненко Д.О., Грицьков Є.В., Алиреза А. Аналіз теоретикометодичних положень до оцінки інвестиційної привабливості підприємств. Економічний аналіз. 2018. Т. 28, № 1. С. 18–22. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ ecan_2018_28%281%29__4
38. Рзаєв Г.І., Вакулова В.О. Методичні підходи оцінки інвестиційної привабливості підприємства. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2016. № 1. С. 141–149

39. Сабліна Н.В. Методичний підхід до управління інвестиційним потенціалом підприємства. Науковий вісник Херсонського державного університету. Економічні науки. 2015. Вип. 15. Ч. 3. С. 102-105.
40. Скалюк Р.В., Лоїк О.І. Оцінка інвестиційної привабливості підприємства. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2016. № 1. С. 115-122. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2016_1_21.
41. Соболева Г.Г. Сутність управління інвестиційною привабливістю підприємства. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2018. URL: http://www.easterneuropeebm.in.ua/journal/17_2018/62.pdf.
42. Стеблюк Н.Ф., Опаренко В. В.: Матрична модель оцінки інвестиційної привабливості промислових підприємств. Вісник економічної науки України. 2019. № 2. С. 176—178.
43. Янковська В.А., Гончарова Д.О. Основні умови інвестиційної привабливості українських підприємств. Інфраструктура ринку. 2019. № 33. С. 335—339.
44. Яцух О.О. Фінансовий стан підприємства та методика його оцінки. Гроші, фінанси і кредит. 2018. URL: http://econ.vernadskyjournals.in.ua/journals/2018/29_68_3/35.pdf.
45. Djedjula V. Investment in energy saving actions of industrial enterprises. Actual problems of economics. 2014. № 1 (151). P. 163-170.
46. X. Zeng, & Y. Liu, Horizontal product differentiation strategy-A case study of McDonald's and KFC in Guangzhou [J] Research on Economics and Management, vol 36, no.3, 2015, pp. 112-119.
47. J. Zhou, Price war and product differentiation-Take McDonald's and KFC as examples [J] Coastal Enterprises and Science & Technology, no.7, 2008, pp. 64-66.
48. K. L. Keller, Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity [J] Journal of Consumer Marketing, vol 17, no.3, 2008, pp.263- 272.

49. W. Yuan, Analyze integrated marketing tools to enhance corporate brand image-Take McDonald's as an example [J] *Journal of Brand Research*, no.24, 2021, pp.27-29.
50. H. Bo, McDonald's branding strategy and service quality assurance [J] *Modern Business*, no.20, 2016, pp.89-90.
51. W. Shou, Research on competitive advantage of McDonald's in Chinese market based on value chain [D] Guangdong: Sun Yat-sen University, 2009.
52. McDonald's China Announces Sustainability Action Plan, Focuses on Green Restaurants and Green Packaging. October 25, 2018. <https://www.mcdonalds.com.cn/news/mcdonaldschina-announces-scale-for-good-green-packageand-green-restaurant>.
53. McDonald's China Happy Land Meal Re-Upgrades. October 18, 2019. <https://www.mcdonalds.com.cn/news/2019-mcbanquet>.
54. J. Wang, McDonald's social responsibility performance in the China region [J] *CO-Operative Economy & Science*, no.10, 2015, pp.89-90.
55. McDonald's China Invests 100 Million RMB to Launch "Youth Unlimited" Talent Development Program. September 22, 2020. <https://www.mcdonalds.com.cn/news/2020-McBanquet-youth-unlimited>.
56. J. Pang, & X. Liang, The culture localization differences in China between McDonald's and KFC [J] *Journal of Cangzhou Teachers' college*, vol 27, no.1, 2011, pp. 54-58.
57. 12] J. Zhou, & H. Lu, Porter's Five Forces competition model and a comparative analysis of its expansion forms [J] *Academic Monthly*, no.2, 2004, pp.37-44.