

УДК 330.322:669

ДОСЛІДЖЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ МЕТАЛУРГІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Горова О.А., асистент кафедри
Донбаський державний технічний університет

В статье приведены результаты исследования инвестиционной привлекательности металлургических предприятий.

In the article the results of research of investment attractiveness of metallurgical enterprises are resulted.

Постановка проблеми. Інвестиції є одним з найважливіших чинників розвитку національних економік, галузей виробництва. Ефективна інвестиційна діяльність підприємства неможлива без постійного залучення позикових коштів. Використання позикового капіталу дозволяє істотно розширити обсяг інвестиційної діяльності підприємства, забезпечити ефективне використання власного капіталу, прискорити формування різних цільових фондів фінансування інвестицій, та в підсумку – підвищити ринкову вартість підприємства. Форми, види, визначення понять, що пов'язані з позиковим капіталом, хоча і трактуються різними авторами неоднозначно, але все-таки мають достатню ясність, що не можна однозначно сказати про виявлення сутності поняття "інвестиційна привабливість". Проблема полягає не тільки у визначенні поняття, але і сферах та масштабах обхвату, складових, принципах. Виявлення підходів до визначення інвестиційної привабливості і складових даного поняття необхідне для формування стратегічного фінансового планування діяльності підприємства, формування організаційних і економічних програм залучення інвесторів. З цією метою необхідно провести аналіз стану інвестиційної привабливості підприємств: необхідно визначити чинники, що впливають на інвестиційну привабливість, встановити основні складові інвестиційної привабливості, виявити основні цілі інвесторів та підприємств, що потребують інвестицій у галузі інвестування.

Аналіз досліджень і публікацій. Для залучення інвестицій необхідно зацікавити інвестора до вкладення коштів у підприємство. Інвестор повинен мати внутрішню і зовнішню мотивацію до інвестування коштів у підприємство. Задача підприємства полягає у створенні передумов для формування сприятливих обставин інвестування в нього. Дослідження показали, що нині відсутнє єдине трактування поняття інвестиційної привабливості в економічній літературі. Через недостатній ступінь опрацювання цього поняття недостатньо вивченими залишаються, зокрема, чинники впливу на інвестиційну привабливість, а також її складові.

Під інвестиційною привабливістю підприємства В.А. Пахомов розуміє сукупність характеристик, що дозволяє потенційному інвестору оцінити, наскільки той або інший об'єкт інвестицій привабливіше інших для вкладення наявних коштів [6].

С.С. Донцов під інвестиційною привабливістю підприємства розуміє набір характеристик фінансової стійкості і економічної ефективності підприємства [2].

Інвестиційна привабливість підприємства характеризується Н.Ю. Трясціною як комплекс показників його діяльності, який визначає для інвестора область переважних значень інвестиційної поведінки [9].

На думку Е. Маленко і В. Хазанова, інвестиційна привабливість підприємства для кожної з груп інвесторів визначається рівнем доходу, який інвестор може одержати на вкладені кошти [5].

Кластерна сегментація конкурентних переваг підприємства є інвестиційною привабливістю підприємства, на думку Н.А. Брусенко [8].

В.Г. Федоренко визначає, що інвестиційна привабливість підприємства – це його "економічний паспорт", який містить дані про підприємство та його діяльність [10].

В.І. Глазунов стверджує, що оцінка інвестиційної привабливості повинна дати відповідь на питання куди, коли і скільки ресурсів може спрямувати інвестор у процесі здійснення інвестицій. Цим самим досліджуваний процес в основному зводиться до зіставлення інвестиційних можливостей суб'єкта з потребами в інвестиціях [8].

Під інвестиційною привабливістю підприємства розуміється узагальнена характеристика з погляду перспективності, вигідності, ефективності і мінімізації ризику вкладення інвестицій у його розвиток за рахунок власних коштів і коштів інших інвесторів [1].

Н.О. Руснак і В.А. Руснак зводять визначення інвестиційної привабливості об'єктів переважно до евристичних методів, пов'язаних з ранжуванням досліджуваних об'єктів на підставі оцінки спеціаліс-

тів. Звідси, інвестиційна привабливість стосується порівняння кількох об'єктів із метою визначення кращого, середнього, гіршого [7].

Мета статті – проаналізувати результати проведення опитування щодо стану та процесу формування інвестиційної привабливості підприємств.

Основний матеріал досліджень. Дослідження сутності інвестиційної привабливості, її складових та інших аспектів не дало можливості однозначного визначення сутності поняття, до того ж, не всі літературні джерела з цього питання мають зв'язок і посилання на практичну діяльність підприємств. Тому є необхідність більш об'єктивного дослідження сутності та складових інвестиційної привабливості підприємства. З метою об'єктивного встановлення чинників, що впливають на інвестиційну привабливість підприємства, виявлення цілей інвестування в інвесторів, виявлення складових інвестиційної привабливості було проведено опитування серед експертів металургійних і промислових підприємств. Експертами, що взяли участь в опитуванні, були співробітники середньої і вищої ланок управління підприємств Луганської та Донецької областей.

В ході проведення опитування експертам було запропоновано дати відповідь на запитання спеціально підготовленої анкети. Серед основних запитань анкети були такі:

- Визначте основні складові інвестиційної привабливості.
- Вкажіть чинники зовнішнього середовища в найбільш впливові на інвестиційну привабливість підприємства.
- Вкажіть чинники внутрішнього середовища в найбільш впливові на інвестиційну привабливість підприємства.
- Цілі, що має Ваше підприємство як інвестор.
- Види інвестицій, що найбільше поширені або мають місце на підприємстві.
- Основні джерела інвестування підприємства.
- Критерії вибору інвестора.
- Частка залучених інвестицій у загальному обсязі інвестування та інші.

Опитані експерти підприємств у ході анкетування виступали і як інвестори, оскільки підприємства металургійної галузі досить великі і мають можливість інвестувати, а з іншого боку, респонденти визначали точку зору підприємств, що потребують інвестицій. За підсумковими даними в результаті аналізу проведеного опитування встановлено, що 85 % підприємств потребують інвестицій. Також виявлено, що причини і мотиви інвестора різні, відрізняються і цілі інвестування, а відповідно, різняться і способи залучення інвестора. Встановлено, що формування інвестиційних передумов і мотивів до інвестування залежить від чинників впливу зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства. Відповідно до чинників впливу, що мають постійний характер впливу, змінюються і цілі інвестування. Одноставною думкою більшості респондентів була лише одна мета, яка не змінюється під впливом чинників зовнішнього і внутрішнього середовища – це мета одержання прибутку від інвестування. Іншими основними цілями інвестування, з точки зору інвестора, респонденти назвали такі (рис. 1).



Рис. 1. Основні цілі інвестування з боку інвестора

Одержання прибутку як мету інвестування визначили 55 % респондентів, "інакше немає сенсу інвестувати" – заявили респонденти. 22 % опитаних керівників метою інвестування визначили можливість використання конкурентних переваг об'єкту інвестування, тобто технології та ринкові позиції,

нематеріальні ресурси та інші переваги, що доцільно використати як при власній діяльності, так і при діяльності підприємства, що одержало інвестиції.

З точки зору інвесторів, 11 % респондентів метою інвестування визначили використання можливостей об'єкта інвестування. До таких віднесли виробничі площі і земельні ресурси підприємства, збутові мережі об'єкта інвестування, НДКР, ресурси підприємства тощо. Регулювання конкуренції на певному ринку як мету визначили 5 %. Однак регулювання конкуренції опитані керівники визначили як більш теоретичну мету, оскільки це є складною задачею для опитаних підприємств через відсутність достатніх коштів, спеціального апарату управління і відповідних фахівців. Як таку ж теоретичну мету, яка, між іншим, може мати певне практичне впровадження, опитані фахівці визначили стримування технічного і наукового розвитку підприємства і регіону для просування власних продуктів – 4 %. Інвестування коштів у підприємство з метою його подальшого закриття є реальною метою підприємств для просування власної продукції, використовуючи збутові мережі та інші канали придбаного підприємства. Таку стратегію використали, наприклад, компанії: німецька Daimler AG по відношенню до американської Chrysler. Інші цілі, до яких віднесли розміщення вільного капіталу, диверсифікацію, інвестування в сировинну базу або фінансування НДКР тощо, становили в сукупності 3 %.

З точки зору підприємств, що потребують інвестицій, опитані керівники визначили такі цілі інвестування (див. рис. 2).

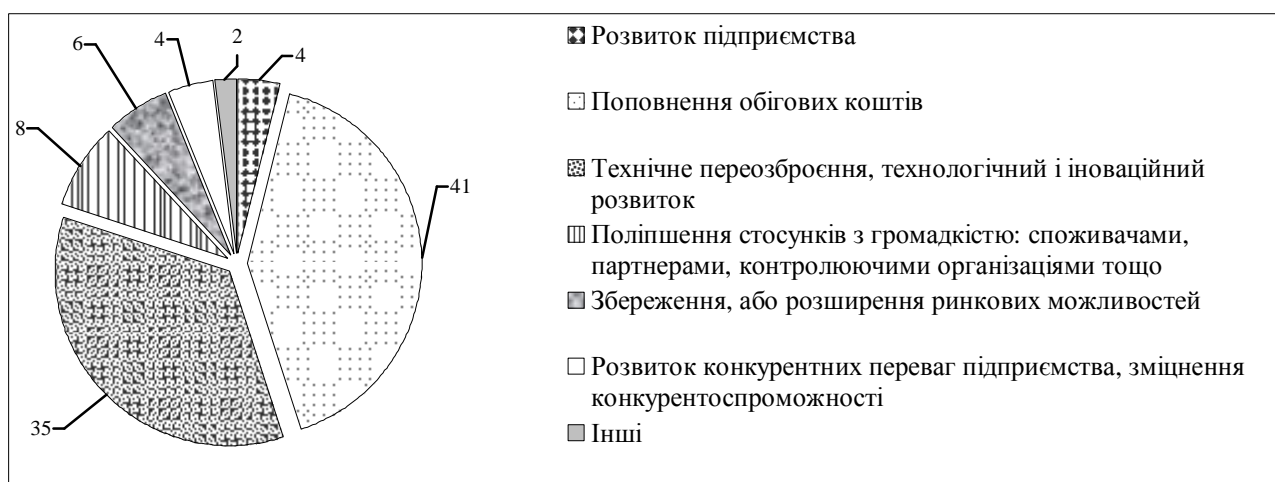


Рис. 2. Основні цілі інвестування з боку підприємства, що потребує інвестицій

За результатами опитування більшість фахівців анкетованих підприємств має потребу в залученні коштів для поповнення обігових коштів. З такою метою інвестицій потребують 41 % підприємств.

На технічне переозброєння, технологічний і інноваційний розвиток потребують інвестицій 35 % підприємств.

Вісім процентів респондентів залучили б інвестиції для поліпшення стосунків з громадськістю. Стосунки з громадськістю розглядаються в тому числі і з боку поліпшення стосунків зі співробітниками, тобто інвестування в об'єкти соціальної сфери підприємства: внутрішню медицину, освіту, систему відпочинку: здравпункти, клініки, профілакторії, оплата навчання, перепідготовки, підвищення кваліфікації персоналу, придбання таборів відпочинку, харчових підприємств тощо. До того ж опитаними керівниками береться до уваги і налагодження зв'язків з аудиторіями зовнішнього середовища. Вкладання коштів в соціальну і публічну діяльність – це важлива і відносно нова справа для українських підприємств. Такий напрям в інвестиційній діяльності є актуальним і відповідальним, адже увага адміністрації підприємства повинна приділятися як внутрішнім контактним аудиторіям, так і зовнішнім. Внутрішні аудиторії – співробітники є основними носіями інформації про підприємство – як позитивної, так і негативної. І частіше довіра потенційного інвестора виникає до внутрішніх джерел, ніж до зовнішніх, через те що зовнішні джерела інформації мають зацікавленість змінити вартість і привабливість підприємства на власну користь – переманити інвестора. Від того, наскільки внутрішні аудиторії настроєні на співпрацю з керівництвом, залежить успіх впровадження інвестиційних змін на підприємстві, оскільки інвестиційні процеси супроводжуються певними опорами персоналу до змін. Отже, діяльність з налагодження внутрішнього сприятливого середовища до змін є суттєвою. Не менш значущими є зв'язки із зовнішнім середовищем. Як зазначили опитані керівники, вартість підприємств останнім часом все більше залежить не від їх реальної вартості, а від оцінки корисності з боку зовніш-

нього середовища. Тому нова для українських підприємств сфера досліджень – публічна діяльність має бути взята до уваги і знайти впровадження на підприємствах.

Збереження або розширення ринкових можливостей також потребує інвестицій – так відповіли 6 % опитаних. Оскільки впровадження нової продукції, залучення нових споживачів і партнерів потребують певного фінансування.

Розвиток конкурентних переваг і розвиток підприємства турбує відповідно по 4 % потенційних одержувачем інвестицій. Ці відповіді найбільш нечіткі у сфері напряму розподілу і використання одержаних інвестицій. Серед найбільш популярних пояснень є розвиток іміджу підприємства, розширення збутових мереж, програми пошуку до нових споживачів і ринку збуту, впровадження управлінських технологій та ін.

Як зазначили керівники, інвестиційна привабливість підприємства також змінюється в залежності від виду інвестора. В залежності від виду інвестора змінюється як поняття "інвестиційна привабливість", так і його структура. Наприклад, для потенційного кредитного інвестора (банка) і потенційного інституційного інвестора (акціонер, партнер у спільному підприємстві) поняття "інвестиційна привабливість" має абсолютно різний сенс. Якщо для банку основним пріоритетом у розгляді привабливості підприємства є його платоспроможність (оскільки банк зацікавлений у своєчасному поверненні основної суми грошей і виплати відсотків і не бере участь у прибутку від реалізації проекту), то для інституційного інвестора акценти зміщуються у бік ефективності господарської діяльності реципієнта (прибуток на сукупні активи).

Джерелами інвестиційної привабливості респонденти визначили такі (див. рис. 3).



Рис. 3. Джерела інвестиційної привабливості підприємств

На підставі опитування одержані відповіді можливо поділити як джерела внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства.

Більшість опитаних фахівців до внутрішніх джерел інвестиційної привабливості віднесли: наявність портфеля замовлень, якісну виробничу і сировинну базу, трудовий потенціал, наявність власних наукових розробок, імідж підприємства, збутову та сервісну мережі, частку ринку, якість та перспективність продукції та ін.

До зовнішніх джерел респонденти віднесли: привабливість галузі, перспективність галузі та сировинної бази, стратегічність продукції для ринку, рівень розвитку ринку, експортна орієнтація підприємства, угруповання або об'єднання, до якого належить підприємство, та ін.

Аналіз наведених та інших джерел інвестиційної привабливості підприємств надає можливість групувати їх не тільки за внутрішніми та зовнішніми ознаками, а також за ознаками матеріальними, соціальними або нематеріальними (рис. 4).



Рис. 4. Групи джерел інвестиційної привабливості

Соціалізація інвестиційної привабливості або її залежність від матеріальної або нематеріальної бази обумовлюється спеціалізацією підприємства, рівнем розвитку ринку, на якому працює підприємство, перспективністю розвитку продукції та сировинної бази, наявністю власних НДКР та інших джерел інвестиційної привабливості.

Основною складовою з джерел інвестиційної привабливості є економічні і матеріальні складові, оскільки саме економічний інтерес формує мотиваційну систему інвестора. Соціальні і нематеріальні складові, хоча і вважаються другорядними, але також відіграють велику роль у формуванні інвестиційної привабливості, тому що суспільна думка, імідж та бренд підприємства іноді відіграють першорядну роль перед економічними і матеріальними чинниками.

Однак, за підсумковими даними опитаних фахівців, все ж таки в останні роки зміщення акцентів джерел інвестиційної привабливості переходить до нематеріальних і соціальних джерел, які, у свою чергу, суттєво підвищують вартість підприємств.

У процесі проведення анкетування значна частина опитаних фахівців зазначили, що інвестиційна привабливість підприємства є складною категорією, що під впливом багатьох чинників зовнішнього і внутрішнього характеру змінює свою структуру. Структура інвестиційної привабливості також різна і в іншій площині: інвестор – об'єкт інвестування – держава. Тобто сукупність складових залежить від інтересів інвестора стосовно об'єкта інвестування, а також умов, що надає або формує держава стосовно інвестора. Цілі інвестування інвестора та об'єкта інвестування можуть співпадати (наприклад розвиток підприємства) або не співпадати (наприклад, коли інвестор бажає закрити або зменшити обсяги виробництва підприємства з метою зменшення конкуренції на сформованих ринках). Різноманітність цілей інвестора та об'єкта інвестування визначає різноманітність складових інвестиційної привабливості.

Складним залишається питання складових інвестиційної привабливості підприємства і з точки зору самого об'єкта інвестування, в тому сенсі, що залежно від виду його діяльності: послуги, виробництво, комерційна діяльність – об'єкт має певні складові характеристики. Також від розміру підприємства, ринку залежить його внутрішня структура. Тобто, чи має об'єкт інвестування якісь властивості, корисні для перспективної діяльності інвестора, адже інвестор бажає одержати не тільки дивіденди, а й певні переваги для свого бізнесу, наприклад ресурсну базу, додаткові виробничі або сервісні площі, інтелектуальний потенціал тощо. А для цього об'єкт інвестування має володіти або виробничими площами, або сервісною чи збутовою мережею, мати НДР тощо.

Інвестиційна привабливість та її складові не отримали в наукових публікаціях одностайного та чіткого визначення, не має чіткої структури, тому що інвестиційна привабливість залежить від багатьох джерел та чинників. З практичної точки зору, опитані фахівці до складових інвестиційної привабливості віднесли такі (див. рис. 5).

До основних складових інвестиційної привабливості підприємств, з точки зору інвесторів, фахівці опитаних підприємств віднесли наступні: нематеріальні активи, НДКР, соціальні відносини, ресурсна база, географічно-територіальне розташування, промислові потужності, наявність та кваліфікація персоналу, стан матеріальної бази, ефективність роботи підприємства в динаміці, фінансовий і майновий стан, репутація (імідж) підприємства, супутній дохід від інфраструктури, експортного потенціалу, частки ринку продукції та ін.

Рейтинг складових інвестиційної привабливості за ступенем значущості, складений за результатами опитування, наведений на рис. 6.

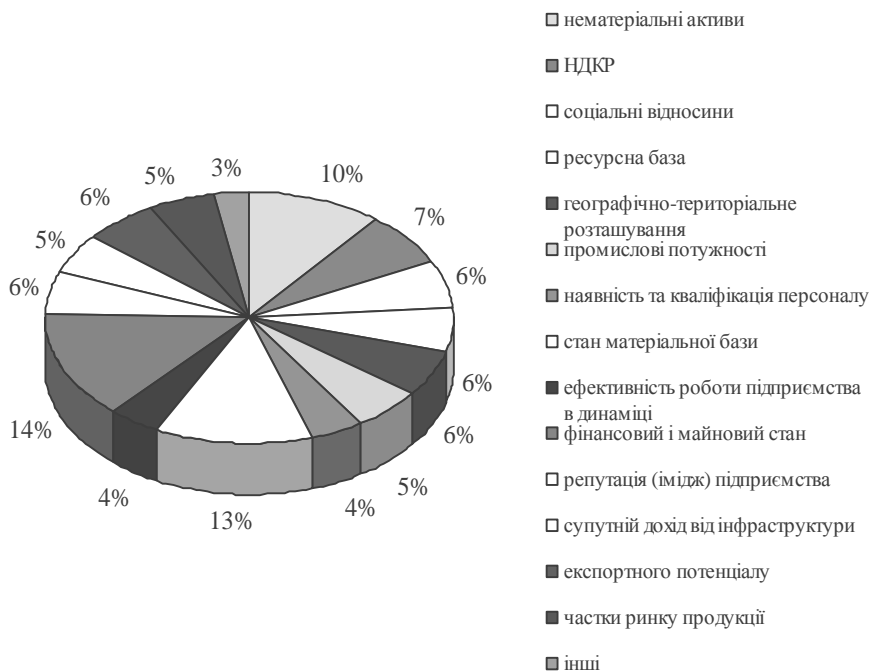


Рис. 5. Визначення основних складових інвестиційної привабливості підприємств

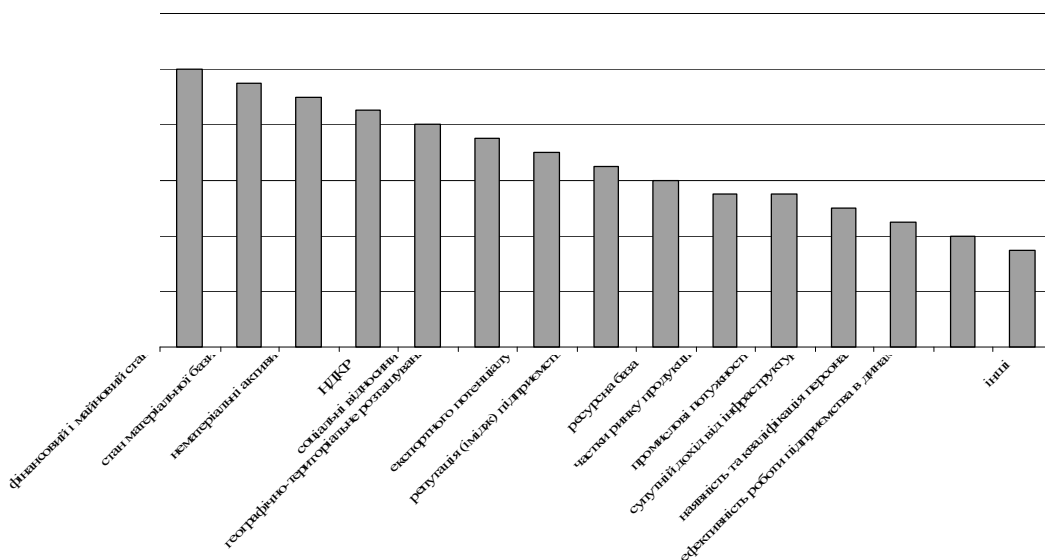


Рис. 6. Визначення рейтингу основних складових інвестиційної привабливості підприємств

Перше місце в рейтингу займає фінансовий й майновий стан підприємства як основа його діяльності. Причому іноді інвесторів, особливо тих, хто бажає змінити профіль діяльності інвестованого підприємства, цікавить майновий стан з точки зору приміщень, земельних ділянок устаткування, що може бути використано для продажу або в подальшій діяльності. Фінансовий стан цікавить з точки зору відсутності боргів та кредитів як небажаних зобов'язань для подальшої діяльності. Друге місце рейтингу займає така складова, як стан матеріальної бази, наявність засобів виробництва, технологій та фінансових коштів для подальшого використання. Нематеріальні активи посіли третє місце в рейтингу складових інвестиційної привабливості. Все частіше інвестори стали орієнтуватися на бренди, репутацію, якість продукції підприємств.

Науково-дослідні та конструкторські розробки, інновації є основою стратегічного розвитку підприємства і свідчать про перспективність і потенціал підприємства, тому відіграють немаловажну роль в інвестиційній привабливості підприємства. Соціальні відносини останнім часом мають певний вплив на інвестиційну привабливість підприємств, адже формують суспільну думку і думку професійних кіл про підприємство, його діяльність, перспективність та інші життєво важливі аспекти для формування інвестиційної привабливості.

Територіальне і географічне розташування підприємства, хоча і не принципово суттєво для інвесторів, проте немаловажне. Металургійна галузь специфічна, тому ресурсне забезпечення, інфраструктура і способи доставки продукції мають особливу увагу з боку інвесторів.

Експортний потенціал металургійних підприємств є суттєвою складовою інвестиційної привабливості через обмеженість внутрішнього ринку і перспективи роботи на міжнародних, тому імідж підприємства на національних і міжнародних ринках за якість продукції, стабільність постачань і інші корисні властивості теж має певне місце в рейтингу складових інвестиційної привабливості.

Ресурсна база, частки ринку продукції, промислові потужності, супутній дохід від інфраструктури, наявність та кваліфікація персоналу, ефективність роботи підприємства в динаміці – ці та інші складові, хоча і мають значення для інвестора, проте дуже варіативні і залежать від цілей інвестора, майбутньої діяльності і профілю підприємства та його подальшого розвитку, тому фахівці їх і визначають як складові, але не завжди суттєвими.

Оцінка інноваційних складових здійснюється, виходячи з особливості продукції підприємства, оцінка рівня інноваційних розробок підприємств проводиться за двома напрямками – оцінка конструкторської і технологічної підготовки виробництва.

Оцінка підприємства як об'єкта інвестування може здійснюватися на підставі аналізу технічного рівня устаткування, завантаження промислових площ, ресурсних та інших обмежень діяльності, інноваційного доробку і рівня управління в рамках об'єктного аналізу, дає змогу одержати комплексну характеристику підприємства як об'єкта інвестування, використовувану як базу при формуванні інвестиційної привабливості підприємства.

Висновки. Як свідчить аналіз літературних джерел, більшість науковців розглядають інвестиційну привабливість з економічної, фінансової і матеріальної точок зору. В той же час нематеріальні і соціальні джерела інвестиційної привабливості залишаються недостатньо дослідженими. Результати проведених опитувань свідчать, що акцент інвестиційної привабливості поступово зміщується до нематеріальних складових, тому останнім часом все більше керівників підприємств приділяють увагу саме нематеріальним джерелам інвестиційної привабливості підприємств.

ЛІТЕРАТУРА

1. Гончаров В.Н., Иванов В.Л., Автономов С.В. Управление финансовою деятельностью инвестиционной компании: Монография. – Донецк: СПД Куприянов В.С., 2006. – 200 с.
2. Донцов С.С. Оценка инвестиционной привлекательности предприятия посредством анализа надежности его ценных бумаг // Финансовый менеджмент. – № 3. – 2003 (<http://www.ipnou.ru/articlep.php?idarticle=001174>).
3. Козленко М.П., Арзуманян А.М. Необходимость оценки инвестиционной привлекательности субъектов малого предпринимательства // Материалы X региональной научно-технической конференции "Вузовская наука – Северо-Кавказскому региону". Северо-Кавказский государственный технический университет. – 2006. – С. 42 – 43. (<http://www.ncstu.ru>).
4. Крылов Э.И., Власова В.М., Егорова М.Г. Анализ финансового состояния и инвестиционной привлекательности предприятия. – М.: Финансы и статистика, 2003(<http://www.ecsocman.edu.ru/db/msg/57043.html>).
5. Маленко Е., Хазанов В. Инвестиционная привлекательность и ее повышение // Автоматизация управления компаниями. – 2007 (<http://www.insapov.ru/investment-attraction.html>).
6. Пахомов В.А. Инвестиционная привлекательность предприятий – исполнителей контрактов как экономическая категория // <http://www.cfin.ru/bandurin/article/sbrn08/16.shtml>.
7. Руснак Н.О., Руснак В.А. Конкурентна свідомість: За матер. I Устан. конф. Міжнародної мережі з питань конкуренції // Конкуренція. – 2003. – № 1. – С. 56 – 57.
8. Тенденции развития экономики и формирование современной системы управления внешнеэкономическими связями: региональный аспект. Монография / Под общ. ред. д.э.н., проф. В.И. Крамаренко. – Симферополь: Культура народов Причерноморья, 2007. – 263 с.
9. Трясцина Н.Ю. Комплексная оценка инвестиционной привлекательности предприятий // <http://www.fin-izdat.ru/journal/analiz/detail.php?ID=2888>.
10. Федоренко В.Г. Інвестування: Підручник. – К.: Алерта, 2006. – 443 с.
11. Щиборщ К.В. Оценка инвестиционной привлекательности предприятий // "Банковские Технологии". – № 4. – 2000 (<http://www.bizcom.ru/analysis/2000-04/tab11.html>).