

вартості підприємства, побудовану на системі драйверів (факторів), які безпосередньо або опосередковано здійснюють вплив на створення або зміну вартості для власників підприємства, а також можуть слугувати конкретними інструментами поточного та стратегічного управління для менеджерів.

Література

1. Волков Д.Л. Показатели результатов деятельности: использование в управлении стоимостью компании / Д. Л. Волков // Российский журнал менеджмента. — 2005. — Том 3. — № 2. — С. 3—42.
2. Джонсон Дж. Корпоративная стратегия: теория и практика: 7-е издание / Дж. Джонсон, К. Шоулз, Р. Уиттингтон; пер. с англ. — М.: ООО «И.Д. Вильямс». — 2007. — 800 с.
3. Егеров И.А. Стоимость бизнеса: Искусство управления: Учеб. пособие / Егеров И.А. — М.: Дело, 2003. — 480 с.
4. Коупленд Т., Колер Т., Мурин Дж. Стоимость компаний: оценка и управление: 3-е изд., перераб. и доп. // Пер.с англ. / Коупленд Т., Колер Т., Мурин Дж. — М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2008. — 576 с.
5. Криворотов В., Мезенцева О. Управление стоимостью: оценочные технологии в управлении предприятием / Криворотов В., Мезенцева О. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. — 258 с.

Кубарева І.В.,
асистент ДВНЗ
«КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

Kubareva I.V., assistant
«Vadym Hetman Kyiv National
Economic University»

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ КОМПАНІЇ

Розглянуто інвестиційну привабливість на макро- та мікрорівні. Проаналізовано основні характеристики процесу залучення капіталу залежно від фаз життєвого циклу компанії.

THEORETICAL ASPECTS OF THE COMPANY'S INVESTMENT ATTRACTIVENESS

A company's investment attractiveness was examined at the macro level and at the micro level. Main characteristics of the investment process were analyzed depending on phases of the company's lifecycle.

Значний інтерес, що приділяється інвестиційній привабливості як України в цілому, так і галузей та окремих компаній,

зумовлений. з одного боку, глобальними процесами, що відбуваються на ринках капіталу, появою різних типів компаній — об'єктів інвестування і, як наслідок, появою нової генерації інвесторів з різними цілями інвестування; а, з іншого боку, зростаючими потребами України в інвестиційних коштах. У цьому контексті важливим завданням постає забезпечення інвестиційної привабливості на макrorівні (інвестиційна привабливість країни) та мікрорівні (інвестиційна привабливість компанії). Вони забезпечуються відповідно через державну економічну політику та цілеспрямоване формування інвестиційної привабливості безпосередньо на українських підприємствах.

Інвестиційна привабливість країни представляє собою її властивість щодо залучення та ефективного використання інвестиційних ресурсів, що зумовлена сукупністю характеристик макроекономічного становища, регіонального і галузевого розвитку, станом ринкової інфраструктури, ефективністю бізнесу тощо.

Інвестиційна привабливість компанії представляє собою її властивість щодо залучення та ефективного використання інвестиційних ресурсів, яка зумовлена сукупністю характеристик існуючих ресурсних, організаційно-управлінських та ринкових можливостей компанії. Говорячи про підходи щодо формування інвестиційної привабливості компаній, можна виділити два аспекти: пасивний, який розглядає її як побічний результат діяльності компанії щодо виконання стратегічних та поточних завдань свого функціонування та розвитку; та активний, що потребує від компанії певних маркетингово-стратегічних дій для цілеспрямованого залучення інвесторів. Слід зазначити, що важелі активного чи пасивного аспектів формування інвестиційної привабливості залежать як від типів інвесторів та джерел інвестування, так і від особливостей компанії — об'єкта інвестування.

Компанія на кожній стадії життєвого циклу використовує інвестиційні ресурси у різних обсягах та з різною інтенсивністю споживання, має різні співвідношення рівнів доходності та ризику інвестування, що приваблює різних типів інвесторів та зумовлює різні джерела фінансування. Так, Ф. Котлер та колектив авторів [1] дослідили, що на початковому етапі життєвого циклу компанії здійснюється оптимізація внутрішніх процесів із мінімальним залученням зовнішніх ресурсів («бутстрепінг») та залучаються приватні інвестори, що здійснюють прямі інвестиції

(«бізнес-ангели»); на етапі розширення бізнесу інвесторами виступають «венчурні капіталісти», що вкладають кошти третіх осіб у ризиковий бізнес; а на етапі зростання після ІРО — учасники ринку цінних паперів, що купують акції та облігації; на етапі уповільнення та зрілості, як правило, високі управлінські якості менеджменту компанії сприяють підвищенню її вартості (за рахунок створення додаткових грошових потоків), що є основним джерелом фінансування; а на етапі спаду власники акумулюють кошти шляхом оптимізації внутрішніх бізнес-процесів задля скорочення потреб у капіталі (аналогічно бутстрепінгу на початковому етапі розвитку) або відкривають нові напрямки діяльності чи здійснюють галузеву консолідацію. Окрім того, на кожній стадії свого життєвого циклу компанія може здійснити спробу отримати кошти у банку, через додатковий випуск акцій, залучення пенсійних фондів та страхових компаній до управління підприємством тощо.

Розвиток ринку капіталів обумовив появу різних компаній — об'єктів інвестування. У світі простежується тенденція щодо зміни переважаючих типів таких компаній та відповідних до цього інвестиційних інструментів [2]: окрім відкритих публічних компаній, на ринку з'являється все більше приватних партнерств, які надають перевагу приватним інвесторам, що здійснюють прямі реальні інвестиції.

Забезпечення інвестиційної привабливості компанії має відбуватися з урахуванням вищенаведених аспектів: стадії життєвого циклу та типу компанії, що залучає кошти; типу інвестора та джерел інвестування; рівня інвестиційної привабливості. Це дасть змогу розробити відповідний механізм управління інвестиційною привабливістю підприємства та побудувати гнучку та ефективну систему управління інвестиційним процесом у кожній компанії.

Література

1. *Филип Котлер*. Привлечение инвесторов. Маркетинговый подход к поиску источников финансирования / Филип Котлер, Хермаван Картаджайя, Давид Янг. — Альпина, 2008. — 200 с.
2. Для публичных компаний пришло время заката / *The Economist* // Инвестгазета. — 2010. — № 33. — <http://www.investgazeta.net/politika-i-ekonomika/dlja-publichnyh-kompanij-prishlo-vremja-zakata-159649/>