
ОЦЕНКА ИНВЕСТИЦИЙ

УДК 336.011 JEL G00

DOI 10.26425/1816-4277-2018-6-123-128

Волик Ольга Андреевна
студент, ФГБОУ ВО «Государственный
университет управления», г. Москва
e-mail: olga.volik.93@mail.ru

Солнцева Оксана Глебовна
канд. экон. наук, ФГБОУ ВО
«Государственный университет
управления», г. Москва
e-mail: og_solntseva@guu.ru

Цунаева Юлия Олеговна
ст. преподаватель, ФГБОУ ВО
«Государственный университет
управления», г. Москва
e-mail: tsunayev@mail.ru

Volik Olga
Student, State University
of Management, Moscow
e-mail: olga.volik.93@mail.ru

Solntseva Oksana
Candidate of Economic Sciences,
State University of Management,
Moscow
e-mail: og_solntseva@guu.ru

Tsunayeva Julia
Senior teacher, State University
of Management, Moscow
e-mail: tsunayev@mail.ru

ПОВЫШЕНИЕ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

***Аннотация.** Повышение инвестиционной привлекательности способствует успешному развитию и росту торгового предприятия, что позволяет функционировать в современных условиях высокой конкуренции. В статье рассмотрен вопрос привлечения инвестиций для эффективного функционирования предприятия, а также необходимые условия и факторы привлечений инвестиций. Особое внимание уделено оценке, позволяющей определить наиболее инвестиционно-привлекательные предприятия. В ходе анализа выявлен положительный опыт привлечения инвестиций на примере коммерческого проекта управления торговлей и складского учета. При обзоре международного и отечественного опыта сделан вывод, что для привлечения инвестиций предприятию следует придерживаться определенного алгоритма.*

***Ключевые слова:** инвестиционная привлекательность, конкуренция, стратегия, инвестиционный проект, инвестиции.*

THE INCREASE IN INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF COMMERCIAL ENTERPRISES

***Abstract.** The increase in investment attractiveness contributes to the successful development and growth of a commercial enterprise, allowing to function in modern conditions of high competition. The issue of attracting investment for the effective functioning of an enterprise as well as necessary conditions and factors of investment attraction is discussed in the article. Particular attention is paid to assessment which allows to identify the most attractive enterprises for investment. The positive experience of investment attraction on the example of commercial project of management in trade and warehouse accounting is analysed. The review of international and domestic experience concludes that to attract investment a company should adhere to a certain algorithm.*

***Keywords:** investment attractiveness, competitiveness, strategy, investment project, investment.*

Ежегодно конкуренция на международном и, соответственно, российском рынке усиливается, тем самым заставляя задуматься отечественных предпринимателей о предстоящей перспективе развития своих предприятий. Распространенным средством для дальнейшего успешного развития и роста предприятий являются поиск потенциальных инвесторов, привлечение зарубежных инвестиций и займы в кредитных организациях. Поэтому одной из главных задач современных предприятий стало эффективное управление их инвестиционной привлекательностью. Инвестиционная привлекательность зависит от множества различных факторов и является сложной многоплановой характеристикой хозяйствующего субъекта [8].

Под инвестиционной привлекательностью понимаем совокупную характеристику объектов инвестирования с точки зрения их перспективного развития, доходности инвестиций и уровня инвестиционных рисков. Инвестиционная привлекательность на макроуровне опирается на созданные государством условия, с целью развития национальной экономики для эффективного вложения инвестиций.

Инвестиционная привлекательность определяется сочетанием различного рода факторов, перечень и влияние которых могут изменяться и различаться. Они обусловлены как составом инвесторов, так и производственно-техническими характеристиками инвестируемого производства, специфики его технико-технологического и экономического развития в прошлом, в настоящем и будущем.

© Волик О.А., Солнцева О.Г., Цунаева Ю.О., 2018

В качестве базовых выделяют следующие факторы: «основные макроэкономические показатели; политическая стабильность и ее предсказуемость; степень совершенства налоговой системы в стране; наличие и степень совершенства нормативных актов в области инвестиционной деятельности» [2, с. 10]; социальная и криминальная обстановка в стране; степень инвестиционного риска.

Оценка инвестиционной привлекательности предприятия может рассчитываться через формирование факторов или показателей, по которым будет оцениваться привлекательность отрасли, рынка, продукта. Такими факторами могут быть: возможность расширения ассортимента, роста сбыта, уровень конкуренции, рентабельность, профессионализм персонала, техническая и технологическая оснащенность, возможности системы управления и т. п. Определяются весовые коэффициенты каждого показателя в общей оценке. Также показатель оценивается по степени его инвестиционной привлекательности для торгового предприятия. Она определяется в зависимости от того, какие он несет в себе возможности для достижения целей предприятия. В итоге получается обобщенная оценка привлекательности предприятия. Интегральная оценка позволяет определить наиболее инвестиционно привлекательные предприятия.

Главным моментом в повышении инвестиционной привлекательности, эффективного и конкурентоспособного развития предприятия является разработка стратегии, то есть модель длительных действий, которые необходимы предприятию для достижения поставленных целей. Это основной план, благодаря которому составляется последовательность реализации поставленных целей. Стратегическое развитие инвестиционной привлекательности использует методы управления, которые наилучшим образом будут влиять на конечный результат деятельности предприятия и возможности их достижения. Среди условий достижения инвестиционной привлекательности выделяют следующие: увеличение потенциала предприятия, интенсификации производства путем снижения материальных издержек, оптимизация развития, эффективное развитие может достигаться путем применения недоиспользованных ресурсов и ростом объема сбыта [1].

Сбыт занимает главную ступень и неотъемлемую часть перспективного развития каждого предприятия в условиях современной экономики. При правильной организации сбытовой деятельности и успешном сбыте продукции предприятие ждет коммерческий успех. Во взаимосвязи «производство-распределение-обмен-потребление» на долю продаж приходится три последних звена.

Работа предприятия будет считаться эффективной, только в случае если организовать правильное и продуманное обслуживание сбыта. Для этого предприятие в свою очередь должно провести ряд мероприятий, которые обеспечат перемещение товаров на рынок. Высокая эффективность сбыта будет достигнута, если коммерческая деятельность предприятия будет осуществляться профессионально.

При определении сбыта, ученые-экономисты выделяют два основных подхода. Для понимания термина «сбыт», можно рассмотреть широкое и узкое определение. В широком смысле термин «сбытовая операция» начинается с производства и завершается в момент передачи потребителю, а в узком смысле, заключается в том, что рассматривает только окончание процесса сбыта, т.е. прямую связь между продавцом и покупателем. Остальные операции связаны с движением продукта, и покупатель может выступать не конечным пользователем, а может покупать данный товар для дальнейшей перепродажи.

Для повышения инвестиционной привлекательности, эффективного и конкурентоспособного развития предприятия определяются цели, задачи и содержание управления продажами. Цель любого предприятия – доведение продукта и его потребительских свойств до конечного потребителя в полном объеме, в нужное время, в определенное место, а также с минимальными издержками. Задачи предприятия должны учитывать те задачи, которые были поставлены перед персоналом в отделе сбыта, а именно завоевание и расширение доли рынка на котором работает предприятие. Для этого необходимо искать новых клиентов, а также работать с существующими у предприятия клиентами.

Из вышесказанного можно сделать вывод о том, что основной задачей в сфере сбыта является определение интегрального результата приложенных усилий предприятия, которые были направлены на развитие торговой индустрии и получение максимальной прибыли.

В настоящее время имеются множество способов и методов построения систем и процессов управления сбытом. Варианты ориентированные на функции управления являются наиболее перспективными.

Как упоминалось выше, процесс определения целей и способов их достижений – функция управления сбытовой деятельностью, который представляет собой планирование продаж и позволяет повысить

инвестиционную привлекательность. Рыночная среда, стратегия прогнозирования и внутренняя среда к ним адаптируются конкретные функции, которые распределяют ресурсы. Создаются эффективные группы сотрудников в сфере сбыта, которые ориентируются на покупателей.

Не менее важным фактором инвестиционной привлекательности является кадровое обеспечение, которое занимается деятельностью связанной с поддержанием эффективности торгового персонала, а также с его привлечением к работе и развитием. Данная деятельность состоит из двух основных задач, таких как: планирование потребностей и планирование работы персонала. Первая задача заключается в том, что именно хочет персонал и в каком количестве, а вторая занимается отбором и социализацией в группе продавцов.

Обучая торговый персонал, у сотрудников формируется организационная культура и знания, которые в дальнейшем повлияют на эффективность продаж и на дальнейшую прибыль компании, а, следовательно, и на повышение инвестиционной привлекательности. Удовлетворение потребностей покупателей также будут зависеть от того, насколько будет качественно обучен персонал.

Отслеживание сбытовых отделов, позволяющих выяснить были ли поставлены цели предприятием или необходимо их корректно составить – данный процесс является контролирующим.

Сбыт на предприятии можно рассматривать как управление сбытовым персоналом, а также как процесс в сфере продаж, включая систему управления сбытом. Организацией сбытовых операций выступает регулирование взаимоотношений между отделами и отдельными работниками предприятия в процессе управления. Основные моменты в этом процессе представляются в виде разграничительных функций при формировании целей и плана продаж, так же формируются документы, нацеленные на стимулирование сбыта и формируется организационная структура службы продаж.

Мотивация представляет собой стимулирование участников к действиям в процессе сбыта, благодаря которым заключаются взаимовыгодные сделки. Умение качественно обслуживать клиентов – главная задача сотрудников, и при этом покупатель сможет удовлетворить свои потребности после приобретения продукции предприятия. Существует немалое количество методов, которые мотивируют персонал лучше продавать продукцию компании и при этом мотивируют покупать данный товар.

Мониторинг сбытовой деятельности обеспечивает достижение целей сбытовой деятельности, и при этом выступает элементом управления в сфере продаж для отслеживания количества действий. Он позволяет: отслеживать проблемы, возникающие при организации на рынке и при планировании продаж; контролировать объемы продаж и их соответствие стандартам; осуществлять контроль перемещения заказов и качество работы. Все это занимает основное место в системе управления сбытовой деятельностью предприятия и относится к процедурам по повышению инвестиционной привлекательности предприятия.

Методологическим обоснованием управления сбытовой деятельностью является система принципов. Данная система включает обширный перечень принципов. Общие принципы являются постоянными в любых условиях управления, включая: научный, систематический, интегрированный, эффективный, гибкий, принцип оптимального сочетания централизованного и децентрализованного управления, единоначалия. Особые принципы относят непосредственно к конкретным действиям предприятия, основываются при этом на особенностях управления объектом. Применяют следующие принципы [3]:

- принцип рыночной ориентации означает, что критерием принятия решений должен быть потребитель, модели его поведения;
- принцип организационной гибкости требует, чтобы система управления сбытовой деятельностью могла гибко реагировать на изменения рынка и разрабатывать эффективные меры по адаптации к рынку;
- принцип профессионализации продаж предполагает специальную подготовку торгового персонала, как только профессиональный менеджмент может добиться значительных результатов;
- принцип приоритизации, который направлен на постоянное изучение и знание всех функций и деталей управления продажами и определение наиболее приоритетных управленческих действий, которые способствуют достижению высокой эффективности продаж;
- принцип ориентации на управление рисками, согласно которому руководство компании должно иметь возможность предвидеть и предвидеть риски, связанные с высокой неопределенностью среды продаж;
- принцип личной инициативы предполагает, что каждый продавец должен не только выполнять должностные инструкции, но и проявлять инициативу;

- принцип ответственности за полномочия, которые были приняты, что обеспечивает высокую эффективность сбыта и, как следствие, высокую репутацию сотрудников в этой области;
- принцип организационной оптимизации, целью которого является формирование эффективной, в то же время гибкой и адаптивной структуры управления продажами.

Таким образом, можно сделать вывод, что сбыт подразумевает разнообразные виды деятельности, благодаря которым взаимодействует продавец и покупатель. Все методы и искусство продаж охватывают множество способов. Именно поэтому, для повышения инвестиционной привлекательности и успеха предприятия, нужно обладать этими методами, которые помогут в достижениях целей любого предприятия.

Рыночные процессы и конкуренция в торговле способствовали развитию интеграции в отрасли, переходу от неорганизованной ее формы к цивилизованным интегрированным структурам. Интеграция и укрупнение торговых предприятий позволяет сократить издержки за счет увеличения объемов сбыта, масштабов торговых партий товаров и прочих накладных расходов. Это снизит реализационные цены и улучшит позиции этих предприятий на рынке, что также повышает их инвестиционную привлекательность.

Безусловно, предпринимательская деятельность органически связана с инновационной деятельностью, а, следовательно, должен учитывать влияние фактора научно-технического прогресса, который обеспечивает поступательное, органически взаимосвязанное развитие науки и техники и приводит эволюционные или революционные изменения в пределах технологического способа производства. Научно-технический прогресс позволяет с каждым следующим шагом совершенствовать и комплексно использовать сырьевые и энергетические ресурсы, объем которых ограничен. А это, в свою очередь, является одной из основных и объективных причин объединения в большие организационные структуры: ассоциации, концерны, консорциумы, другие формы объединений [5].

Кроме того, часто именно объединение предприятий и организаций создает дополнительные условия для развития инновационной деятельности. Среди наиболее удачных и экономически выгодных комбинаций – присоединение группы промышленных предприятий к объединению, в котором уже работает научная-исследовательская или проектная организация. Это выгоднее, чем заключение ими договора со сторонней организацией о выполнении ею научно-исследовательских или поисковых работ, когда в основном приходится переплачивать за предоставленные услуги и без гарантии качественно выполненной работы. Такое объединительное сотрудничество особенно целесообразно, если это касается долгосрочных перспективных и прибыльных проектов или планов, поскольку обеспечит тем самым полноту условного цикла: потребность – наука – инновационная деятельность – инвестиционная деятельность – производство продукции, ее сбыт и потребление.

Согласно международному и отечественному опыту, разработка проекта является одним немаловажным условием привлечения инвестиций. Проект должен представлять собой комплексный перечень работ, которые являются обоснованием эффективности вложений в конкретное предприятие. Руководителям важно сразу определить цель инвестиционного проекта на его начальном этапе: оценить величину результатов, возможных к достижению в ходе реализации проекта. Инвестирование позволяет найти конкретный путь достижения оперативных и перспективных стратегических целей. На этапе разработки инвестиционного проекта инвестором и исполнителем определяется его уровень и масштабы. Также, на данном этапе необходимо обязательно согласовать инвестиционные перспективы со следующими целевыми параметрами: финансовое состояние предприятия, его отраслевая принадлежность, структура предприятия, профессионализм и квалификация персонала, прозрачность отчетности. Нередко, денежные средства привлекаются от иностранных инвесторов. В этом случае, важно предоставить всю отчетность предприятия в универсальном формате – в соответствии с международными стандартами финансового учета. Анонсируемый инвестиционный проект представляет план реализации предприятия и рассмотрение тех специфик, которые могут возникнуть в процессе исполнения проекта на этапе его разработки и подготовки, что позволит предусмотреть возможные способы преодоления трудностей, кроме того, гарантирует инвестору, что вложенные средства с высокой вероятностью принесут ожидаемый доход.

Реализация программы изыскания внутренних возможностей и резервов на предприятии также позволит увеличить инвестиционную привлекательность предприятия в глазах инвестора, так как такая программа направлена на повышение эффективности структуры управления и действенности системы управления финансами предприятия.

Одной из важных процедур по повышению инвестиционной привлекательности предприятия является проведение процесса реформирования. Данный процесс реформирования включает комплекс мероприятий по совокупному приведению деятельности предприятия к изменяющимся условиям рынка и выработанной стратегии его развития. Реформирование затрагивает следующие направления [4].

1. Формирование и оптимизация структуры акционерного капитала предприятия. Результатом оптимизации будет повышение управляемости предприятия.

2. Совершенствование методов управления и организационной структуры. Процессы управления, обеспечивающие основные функции предприятия, должны соответствовать выработанной стратегии его развития. Реструктуризация систем управления предприятий и организационной структуры может включать:

- нахождение и устранение неэффективных подразделений в управлении;
- включение в процессы управления и соответствующие организационные структуры недостающих подразделений;
- изменение формы организационной структуры;
- оптимизация информационных потоков управленческой информации;
- проведение требуемых сопутствующих вспомогательных мероприятий.

3. В рамках реформирования активов проводится реструктуризация имущественного комплекса, долгосрочных финансовых вложений и оборотных активов. Процесс предполагает изменение структуры активов предприятия, например, продажу излишних, непрофильных и приобретение необходимых активов, а также оптимизацию состава краткосрочных и долгосрочных финансовых вложений и пр.

4. Реструктуризация производства. Предполагает совершенствование производственных систем предприятия и нацелена на повышение эффективности производства продукции и услуг; рост конкурентоспособности, обновление и расширение ассортимента, и ассоциированных международных рынков, а также внедрение новых методов поставок и распределения, внедрение изменений в организационные процессы производства, условия труда, квалификации и компетенции персонала. Данные изменения требуют инновационного подхода, стимулируют экономический рост и выступают источником конкурентного преимущества компаний. Инновации являются ключевым источником повышения производительности и эффективности деятельности компаний, функционирующих на международном уровне [6].

В качестве примера привлечения инвестиций можно выделить коммерческий проект «МойСклад». Данный проект разрабатывался в качестве управления торговлей и складского учета и предназначается для автоматизации малого и среднего бизнеса. Он реализует функции обработки заказов, управления продажами и закупками, складского учета и контроля финансовых расчетов. «МойСклад» стал одним из первых сервисов, разработанных в России и предназначенных для российского рынка.

На сегодняшний день данный проект состоялся как бизнес. Основатели прошли долгий путь, отказались от начальной идеи, многому учились. Начало было положено в 2007 г., оба основателя специализировались на создании продуктов для нефтяной отрасли и решили попробовать свои силы в собственном бизнесе. Имея перед глазами компанию 37signals, продающую веб-приложения для бизнеса было принято решение сделать подобное и на отечественном рынке.

Привычка изучать западный рынок во многом определила направление бизнеса. В начале нулевых годов популярность SaaS-приложений на российском рынке была очевидна. Не возникло проблем и с выбором ниши: торговля оказалась отличным вариантом. В ходе работы выяснилось, что программа исключительно для складского учета практически не востребована, а продукт, позволяющий полноценно управлять всеми процессами торговли, очень необходим. В результате «МойСклад» превратился в полнофункциональный сервис, способный удовлетворить потребности и интернет-магазина, и небольшой розничной сети.

В связи со слабо освоенным полем инвесторов в России, а также дороговизны в разработке и запуске сервиса данного уровня, были перепробованы различные варианты привлечения инвесторов – от личных контактов до обращения в специализированные фонды. Однако помощь пришла с неожиданной стороны. В результате участия в одном из обсуждений в профессиональной сети LinkedIn, эстонский фонд Ambient Sound Investments (владелец – основатели Skype), который согласился вложить 200 000 долл. США в проект в обмен на получение 30 % компании. Помогло территориальное расположение фонда. Эстония – достаточно развитая в сфере информационных технологий страна, со сравнительно небольшим внутренним рынком и активным

интересом к глобальным трендам. Поэтому концепция сервиса «МойСклад», разработанная с учетом конъюнктуры западного рынка, показала фонду заслуживающей доверия. Следующий этап инвестирования начался, когда компания 1С выкупила долю Ambient Sound Investments [7].

Таким образом, для привлечения инвестиций предприятию следует придерживаться определенного алгоритма: подготовить инвесторам эффективный проект; детально разработать информацию по проекту; доступная, для потенциального инвестора, финансовая отчетность в понятной для пользователя системе; доказать, что на предприятии работает команда профессионалов, существует эффективная система финансового менеджмента.

Успешное развитие предприятия тесно связано с проведением действенного управления всеми сферами его деятельности. Своевременная реализация мероприятий в области инвестирования позволит коммерческой организации удержать основные конкурентные преимущества в процессе формирования ассортиментной политики и рынка сбыта своих товаров, способствуя совершенствованию технологии производства, и как итог обеспечит дальнейшую эффективную деятельность.

Библиографический список

1. Безруков, Б. А. Стратегия инвестиционной привлекательности современного предприятия // Транспортное дело России. – 2008. – № 4. – С. 108-109.
2. Гитман, Л. Дж. Основы инвестирования / Л. Дж. Гитман, М. Д. Джонк, С. Б.Смарт. Пер. с англ. – М.: Дело, 1997. – 1008 с.
3. Гурская, С. П. Управление продажами: учеб. пособие / С. П. Гурская, Н. Л. Каунова, Е. П. Науменко. – Минск: Вышэйшая школа, 2015. – 303 с.
4. Лавренко, В. Д. Инвестиционная привлекательность и способы ее повышения // Вестник университета. – 2014. – № 8. – С. 133-135.
5. Солнцева, О. Г. Влияние аутсорсинга на развитие торговых сетей / Актуальные проблемы управления-2017: Материалы 22-й Международной научно-практической конференции; Государственный университет управления. – М.: ГУУ, 2017. – С. 219-221.
6. Солнцева, О. Г. Инновационные концепции управления в международном бизнесе / Актуальные проблемы управления-2017: Материалы 22-й Международной научно-практической конференции; Государственный университет управления. – М.: ГУУ, 2017. – С. 221-224.
7. Карьера и свой бизнес [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.forbes.ru/svoi-biznes-column/startapy/84209> (дата обращения: 17.04.2018).
8. Экономическая природа, понятийный аппарат и виды инвестиционной привлекательности в организации // Аудит и финансы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.auditfin.com/fin/2005/2/Endovitskiy/Endovitskiy%20.pdf> (дата обращения: 14.05.2018).

References

1. Bezrukov B. A. Strategiya investitsionnoi privlekatelnosti sovremennogo predpriyatiya. *Transportnoe delo Rossii* [The strategy of investment attractiveness of the modern enterprise]. Transport business of Russia, 2008, I. 4. pp. 108-109.
2. Gitman L. J., Joehnk M. D., Smart S. B. *Osnovy investirovaniya* [Fundamentals of Investing]. M.: Delo, 1997. 1008 p.
3. Gurskaya S. P., Kaunova N. L., Naumenko E. P. *Upravlenie prodajami: uchebnoe posobie* [Sales management]. Minsk: The highest school, 2015, 303 p.
4. Lavrenko V. D. Investitsionnaya privlekatelnos't i sposoby ee povysheniya [Investment attractiveness and ways of its improvement]. *Vestnik Universiteta* [University Bulletin], 2014, I. 8. pp. 133-135.
5. Solntseva O. G. Vliyaniye aoutsorsinga na razvitiye torgovyh setei [Influence of outsourcing on the development of retail chains-Actual problems of management-2017]. *Materialy 22 mejdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii* [Materials of the 22nd international scientific and practical conference, State university of management]. Moscow, GUU, 2017, pp. 219-221.
6. Solntseva O. G. Innovacionnyye konceptsii upravleniya v mejdunarodnom biznese [Innovative management concepts in international business-Actual problems of management-2017]. *Materialy 22 mejdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii* [Materials of the 22nd international scientific and practical conference. State university of management]. Moscow, GUU, 2017, pp. 221-224.
7. Kar'era i svoi biznes [Career and your business]. Available at: <http://www.forbes.ru/svoi-biznes-column/startapy/84209> (accessed 17.04.2018).
8. *Economicheskaya priroda, ponyatiny apparat i vidy investitsionnoi privlekatelnosti* [Economic nature, conceptual apparatus and types of investment attractiveness in the organization]. *Audit i financy* [Audit and Finance]. Available at: <http://www.auditfin.com/fin/2005/2/Endovitskiy/Endovitskiy%20.pdf> (accessed 14.05.2017).