

Обґрунтування вибору факторів, які чинять вплив на інвестиційну привабливість підприємств кондитерської галузі

Міронова Ю.В., кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів та інноваційного менеджменту

Слободянюк О.Е., студент

Вінницький національний технічний університет

Постановка проблеми. Створення сприятливого інвестиційного клімату, стимулювання та захист інвестицій, залучення та активізація використання інвестицій є пріоритетами державної політики у сфері інвестування.

У сучасних умовах господарювання одним із найпоширеніших та найефективніших джерел розвитку та розширення підприємств є залучення інвестицій, оскільки на сучасному етапі розвитку економіки проблематика зниження інвестиційної привабливості вітчизняних підприємств, ділової активності на інвестиційному ринку України, а також дестабілізація національної економіки в період після фінансово-економічної кризи є достатньо актуальними.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням інвестиційної привабливості підприємств займались широке коло науковців, серед яких Аранчій Д.С., Басов М.Г., Гончарук А.Г., Короткова О.В., Яцик А.А. та ін.

Метою роботи є дослідження особливостей відбору найбільш значущих зовнішніх та внутрішніх факторів інвестиційної привабливості підприємств кондитерської галузі на основі методу експертної оцінки Делфі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Оцінка інвестиційної привабливості – це процес, у ході якого потенційний інвестор може прийняти остаточне рішення про доцільність укладення коштів у дане підприємство,

враховуючи надійність цього об'єкта інвестування та можливість отримання максимального прибутку¹.

Від того, наскільки підприємство цікаве потенційним інвесторам, залежить стабільність його функціонування, можливості розширення, виходу на нові ринки і зміцнення вже наявних позицій.

Оцінка інвестиційної привабливості включає в себе:

– загальну характеристику підприємства (характер технології, наявність сучасного обладнання, складського господарства, власного транспорту, географічне розміщення, наближеність до транспортних комунікацій);

– характеристику технічної бази підприємства – стан технології, вартість основних засобів, коефіцієнт морального та фізичного зношення основних засобів;

– номенклатуру продукції, що випускається;

– виробничу потужність;

– місце підприємства в галузі, на ринку, рівень його монопольності;

– характер системи управління;

– статутний фонд, власників підприємства, ціну акцій;

– структуру витрат на виробництво;

– обсяг прибутку за напрямками його використання;

– оцінку фінансового стану підприємства².

На сьогодні існує велике різноманіття методик визначення інвестиційної привабливості підприємства. Взагалі, всі розроблені у вітчизняній та світовій практиці методики оцінки інвестиційної привабливості відносно джерела вихідної інформації можна умовно поділити на три великі групи:

- методики, що ґрунтуються на різноманітних оцінках експертів;

- методики, що ґрунтуються на статистичній інформації;

- комбіновані методики, що ґрунтуються на експертно-статистичних розрахунках³.

¹ Короткова О.В. Інвестиційна привабливість підприємства та методика її оцінювання / О.В. Короткова // Ефективна економіка. – 2013. – № 6. – с. 33.

² Зятковський І.В. Фінанси підприємств: [посібник] / І.В. Зятковський; 2-ге вид. – К.: Кондор, 2003. – с.89.

Зазвичай, методика складається з декількох взаємопов'язаних етапів:

- 1-й етап – виділення основних факторів інвестиційної привабливості підприємства (ППП);
- 2-й етап – побудова багатофакторної моделі впливу факторів і прогнозування ППП;
- 3-й етап - проведення аналізу ППП з урахуванням виявлених факторів;
- 4-й етап – розробка рекомендацій, спрямованих на підвищення ППП⁴

Інвестиційна привабливість об'єкта інвестування формується під впливом певних умов і факторів внутрішнього та зовнішнього характеру⁵. Інвестиційна привабливість підприємства, є фактором, який впливає на економічний ефект від ведення бізнесу, оцінка цього фактору є вирішальною при прийнятті рішення про інвестиційний напрямок розвитку діяльності.

Саме тому на першому етапі відбувається відбір найбільш значущих зовнішніх та внутрішніх факторів інвестиційної привабливості підприємства. Як правило це робиться з використанням методів експертного аналізу.

Ми пропонуємо обмежити коло факторів впливу за допомогою методу Делфі. Це необхідний захід, оскільки дослідження всій їх сукупності досить складно. В результаті роботи експертної групи у декілька етапів відбираються фактори, що визначають інвестиційну привабливість на різних рівнях, а після – показники їх оцінки.

Метод Делфі базується на гіпотезі про наявність у експертів знань і вміння з достатнім рівнем достовірності оцінити: перспективність розвитку певного напрямку (явища, об'єкта); час здійснення певної події; вибору найоптимальнішого значення параметра (фактору) із альтернативних варіантів.

Метод Делфі передбачає індивідуальне опитування експертів у формі анкетування, яке полягає у наданні експертом письмових відповідей на

³ Аранчій Д.С. Інвестиційна привабливість підприємств: сутність, фактори впливу та оцінка існуючих методик аналізу / Д.С. Аранчій, С.А. Гончаренко // Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. – 2011. – Вип. 3. – Т. 2. – с. 62.

⁴ Методика аналізу та оцінки інвестиційної привабливості підприємств / Є. Антипенко, С. Шумікін, А. Стойчева // Економічний аналіз. – 2011. – Вип. 9, Ч. 3. – с. 29.

⁵ Гончарук А.Г., Яцик А.А. Інвестиційна привабливість промислового підприємства як об'єкт управління / А.Г. Гончарук, А.А. Яцик // Економіка харчової промисловості. – 2011. – № 4. – с. 31.

запитання, що містяться у спеціально розроблених анкетах. Опитування проводиться анонімно, без особистих контактів експертів між собою та організаторами експертизи. Внаслідок цього колективні обговорення досліджуваної проблеми виключаються.

В опитувальних анкетах містяться питання, які дозволяють оцінити відносну важливість певних факторів, (параметрів, напрямків тощо) за 100-бальною системою. Експерт може надати кожному досліджуваному показнику певну кількість балів — від 0 до 100. Нуль ставиться показникам, які, на думку експерта, ніяк не впливають на досліджуване явище; 100 балів присвоюється найважливішому показнику.

Експерт у зазначених межах може надати однакову кількість балів двом чи більше показникам, якщо вони, на його думку, рівноцінні. Оскільки метод Дельфі передбачає кількісну оцінку показників з наступною їх обробкою, його вважають найформальнішим серед експертних методів прогнозування⁶.

Метод Делфі як багатоетапний процес формально має проводитися у 3-4 тури. Результати розрахованої на основі бальних оцінок системи статистичних показників після кожного туру опитування надсилаються кожному експерту для ознайомлення з думками інших експертів групи з метою переглянути свої оцінки, якщо вони значно відрізняються від оцінок колег. Якщо експерт не вважає за потрібне скорегувати свої оцінки, його просять обґрунтувати свою точку зору.

Проведення багатотурового опитування проводиться з метою звужити діапазон оцінок, досягти бажаного інтервалу варіювання оцінок і таким чином забезпечити прийнятний рівень узгодженості думок експертів.

Чотиритурове опитування експертів не є догмою. Процес опитування можна призупинити на будь-якому етапі, якщо досягнуто прийнятний рівень узгодженості думок експертів⁷.

⁶ Гнатієнко Г. М. Експертні технології прийняття рішень: моногр. / Г. М. Гнатієнко, В. Є. Снитюк. — К.: ТОВ «Маклаут», 2008. — с.121.

⁷ Там же. — с.122.

За даними експертних опитувань проводиться статистична обробка бальних оцінок, на основі якої формується колективна думка експертної групи, виявляються і узагальнюються аргументи на користь різних думок.

Для організації проведення опитування завчасно формується репрезентативна вибіркова сукупність експертів, чисельність яких визначається формальними або неформальними способами. Формальний спосіб формування експертної групи передбачає використання спеціальних формул для обчислення необхідної чисельності експертів⁸.

Поряд з формальними методами обчислення величини експертної групи, рекомендується довільна чисельність опитуваних експертів — в межах від 10 до 20 осіб, хоча в деяких випадках допускається певне їх збільшення або зменшення.

Першим етапом статистичної обробки даних експертного опитування є формування матриці (таблиці) балів на основі бальної оцінки окремих факторів, що є в опитувальних анкетах.

Наступний етап полягає у перетворенні матриці балів у матрицю рангів. Ранжування – це розміщення факторів в порядку зростання (або спадання) будь-якої притаманної їм властивості⁹.

Ранг – це, по суті, порядковий номер, який визначає місце кожного фактора у загальній сукупності. Зазвичай ранги відповідають числам натурального ряду 1, 2, 3, ..., n; де n – кількість ранжових факторів. Ранг, рівний одиниці, присвоюється найважливішому фактору; ранг, з числом n – надається фактору з мінімальним впливом на досліджуване явище. Якщо експерт надає однакову кількість балів декільком факторам, то їм присвоюються стандартизовані ранги. Стандартизований ранг – це частка від ділення суми місць, зайнятих факторами з однаковими рангами, на загальну кількість таких альтернатив.

⁸ Там же. — с.122.

⁹ Гнатієнко Г. М. Експертні технології прийняття рішень: моногр. / Г. М. Гнатієнко, В. Є. Снитюк. — К.: ТОВ «Маклаут», 2008. — с.122.

Проведення досліджень на основі методу Делфі передбачає оцінку ступеня узгодженості думок експертів, який, по суті, визначає прийнятність чи неприйнятність результатів експертного опитування.

Ознайомившись з основними положеннями методики обробки даних опитувальних анкет, зупинимось на результатах конкретних досліджень, а саме – оцінюванні впливу низки факторів, що чинять вплив на інвестиційну привабливість кондитерської галузі:

– інвестиційна активність (чинник 1), вплив якої полягає у визначенні обсягу коштів, що вкладаються в підприємство, відсотка освоєння інвестицій, імовірності отримання інвестором прибутку;

– фінансовий чинник (чинник 2), який характеризується часткою прибутку від інвестиційної діяльності підприємства, оцінкою доцільності використання підприємством власних джерел фінансування інвестиційної діяльності та залучення позикових коштів;

– виробничий чинник (чинник 3), який визначає рівень розвитку й очікувану норму рентабельності основної діяльності підприємства;

– темпи зростання капітальних вкладень (чинник 4), що характеризує можливість розширення підприємства;

– інноваційний чинник (чинник 5), який визначається використанням досягнень науково-технічного прогресу у виробничому процесі та характеризує тривалість терміну з моменту розробки до моменту впровадження у виробництво науково-технічних розробок.

Статистико-математичні розрахунки результатів експертного опитування починається із формування матриці (таблиці) балів (табл.1).

1. Матриця балів оцінки факторів

Фактор (чинник)	Експерти									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	60	40	60	65	60	70	60	40	75	35
2	60	80	55	55	50	60	60	80	60	70
3	70	70	65	60	55	80	75	70	55	70
4	40	30	45	50	40	30	30	30	45	25
5	70	70	80	65	65	80	55	70	65	65

За даними матриці балів здійснено ранжування бальних оцінок, результати якого зведені в табл. 2.

2. Матриця рангів оцінки факторів

Фактор (чинник)	Експерти									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	11,00	11,50	9,00	8,00	8,50	8,00	9,00	11,50	4,00	11,50
2	11,00	5,00	11,00	12,00	12,00	11,00	9,00	4,00	8,00	5,00
3	5,50	6,50	6,50	10,50	10,50	5,00	4,50	6,00	10,50	5,00
4	14,50	13,00	13,50	13,50	13,50	15,00	3,00	13,50	14,50	14,00
5	5,50	6,50	4,00	8,00	6,50	5,00	11,50	6,00	6,00	7,00

Наведені в матрицях балів і рангів показники служать інформаційною базою для розрахунку низки статистичних характеристик результатів експертного опитування.

Для зручності аналізу важливості кожного фактору відносно впливу на інвестиційну привабливість кондитерської галузі у табл.3 всі фактори проранжовані за критерієм: середній ранг.

3. Розміщення факторів за зменшенням рівня впливу на досліджуване явище за величиною середнього значення рангу

№ п/п	Номер фактору	Середнє значення рангу
1	5	6,6
2	3	7,05
3	2	8,8
4	1	9,2
5	4	12,8

Отже, здійснений у табл. 1.1, 1.2, 1.3 аналіз даних дозволив проранжувати фактори, які найбільше впливають на інвестиційну привабливість кондитерської галузі. До них належать такі: 5, 3, 2.

І навпаки, такі фактори як 1,4 не так негативно впливають на інвестиційну привабливість кондитерської галузі.

Якість проведених досліджень перевірена на основі коефіцієнта конкордації та критерію Пірсона.

Висновки. Наведені результати дослідження свідчать про реальні можливості методу Делфі щодо дослідження недостатньо вивчених явищ, які ґрунтуються на якісній інформації. Використання зазначеного методу дозволило обґрунтувати вибір ряду чинників, які мають значний вплив на інвестиційну привабливість вітчизняних підприємств, що функціонують у межах кондитерської галузі.

Якість проведених досліджень переважно залежить від повноти і охоплення найважливіших факторів, що визначають розвиток досліджуваного явища. На основі ґрунтовних досліджень було зроблено вибірку найбільш значущих та актуальних на сьогоднішній день факторів впливу на інвестиційну привабливість. Результатом використання методу Дельфі є відбір трьох факторів із найбільшим рівнем впливу:

1) інноваційний чинник, який характеризує тривалість терміну з моменту розробки до моменту впровадження у виробництво науково-технічних розробок і визначається використанням досягнень науково-технічного прогресу у виробничому процесі;

2) виробничий чинник, який показує рівень розвитку й очікуваний рівень рентабельності основної діяльності підприємства;

3) фінансовий чинник, який визначається часткою прибутку від інвестиційної діяльності підприємства, оцінкою доцільності використання підприємством власних джерел фінансування інвестиційної діяльності та залучення позикових коштів.

Тобто дані чинники найвідчутніше впливають на інвестиційну привабливість кондитерської галузі. Причому отримані результати є достовірними, обґрунтованими та перевіреними на основі досвіду та знань провідних економістів, вчених та дослідників, які приймали участь у методі колективних експертних оцінок.

Результати проведеного дослідження у подальшому стануть основою при розробці системи підвищення інвестиційної привабливості підприємств кондитерської галузі.