

ние и покрытие убытков из внешних источников являются альтернативными методами. Следовательно, при разработке программы по управлению хозяйственным риском, необходимо определить эффективность каждого из них и выбрать наиболее оптимальный.

По отобранным методам составляется программа управления хозяйственным риском предприятия, которая включает комплекс мер по управлению факторами риска, возможности применения которого подробно излагаются в форме отчета. Особое внимание уделяется факторам, выделенным проведенными ранее качественным и количественным анализом.

УДК 330.322

А. Томялойть

(Республика Беларусь)

Научный руководитель М.И. Латушко, к.в.н., доцент
Белорусский аграрный технический университет

ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ

Инвестиционная привлекательность – совокупность объективных и субъективных характеристик объекта инвестирования обуславливающих в совокупности потенциальный платежеспособный спрос на инвестиции в данную страну, регион, отрасль, предприятие (корпорацию).

В зависимости от временного горизонта анализа, управления и прогнозирования могут быть выделены текущая и перспективная инвестиционная привлекательность. Также следует различать абсолютную инвестиционную привлекательность и сравнительную инвестиционную привлекательность (последнее предполагает сопоставление с показателями инвестиционной привлекательности других объектов инвестирования).

Инвестиционная привлекательность предприятия – это совокупность характеристик, которые показывают, насколько эффективно вкладывать денежные средства в дальнейшее развитие предприятия. Преимущественным показателем есть фактор получения стабильного дохода на протяжении длительного периода.

У потенциальных инвесторов есть собственные устоявшиеся представления о том, по каким правилам должна функционировать компания, чтобы заслужить их внимание и деньги. Оценка инве-

стиционной привлекательности фирмы проходит по нескольким направлениям. Факторы инвестиционной привлекательности делят по разным признакам.

При оценке инвестиционной привлекательности предприятия инвесторы в первую очередь обращают внимание на следующие характеристики предприятия: финансовая устойчивость и платежеспособность; конкурентоспособность, устойчивое положение на занимаемых рынках сбыта, возможность освоения новых рынков; уровень инновационной активности; производственный потенциал предприятия, возможности по увеличению выпуска продукции, освоению новых видов продукции, диверсификация производства; высококвалифицированный персонал, в том числе профессиональная менеджерская команда; прозрачность деятельности и положительный имидж (низкий уровень прозрачности автоматически снижает или делает невозможной внешнюю оценку инвестиционной привлекательности, поскольку аналитики просто не имеют доступ к сведениям, необходимым для объективной оценки).

Экономисты утверждают, что единого метода определения инвестиционной привлекательности предприятия не существует. Для каждого проекта требуется индивидуальный способ с последующим анализом инвестиционной привлекательности. Оценка возможна разными методиками, которые основываются на использовании подходящих показателей и анализируемых факторах. В данной статье проведен сравнительный анализ разных типов оценивания.

1. Метод дисконтирования денежных потоков. Такой метод основывается на предположениях, что стоимость, которую готов оплатить инвестор, определяется на основе прогнозируемых данных, это позволяет рассчитать результаты будущего. Данные денежных потоков вычисляются на дату проведения анализа путем проведения дисконтирования по определенной ставке, которая в свою очередь отражает риск. В итоге можно получить текущую стоимость будущего проекта, узнать насколько привлекательным он считается и стоит ли вообще его воплощать в жизнь. Часто такой способ используют для определения лучшего проекта из нескольких. Такой способ очень хорош и сразу можно определить, потенциал предприятия, но минусом считается тот фактор, что полученным результатом можно воспользоваться лишь в ближайшее время, так

как постоянно меняется специфика спроса на рынке, его конъюнктура, законодательство, растут цены.

2. Нормативно-правовой подход характеризуется определенным набором документов, которые закреплены на государственном рынке, это может быть любая финансовая отчетность предприятия за последние года функционирования. Применяются методические рекомендации по определению эффективности инвестиционных проектов. В основном данный метод используется в случаях банкротства организации, поэтому метод не помогает точно определить инвестиционную привлекательность.

3. Метод анализа на основе внешних и внутренних факторов – он формируется на основе экспертного метода Дельфи, который основывается на построении регрессионной модели определяющих факторов инвестиционной привлекательности. Положительным моментом считается анализ инвестиционной привлекательности организации на основе внутренних и внешних факторов, то есть можно посмотреть на предприятие с разных ракурсов. Метод имеет также недостатки, так как второй этап строится на основе экспертизы, анкетирования и опросов, что в свою очередь дает не точную оценку инвестиционной привлекательности предприятия.

Для руководства предприятия, если оно решило привлечь внешний капитал, важно понять, в чем достоинства и недостатки их организации. Все методы оценки инвестиционной привлекательности предприятия будут сосредоточены вокруг нескольких плюсов и минусов. Если привлекается банковский капитал в виде кредитов, то желательно озаботиться наличием кредитной истории. В случае выхода на биржу компании нужно заранее убедить покупателей в том, что капитализация ее активов будет расти. Если заключается контракт инвестора с ООО, обычно ему показывают работу предприятия изнутри, знакомят с финансовыми документами, рассказывают о положении компании на рынке.

Подводя итоги, можно сказать, что повышение инвестиционной привлекательности предприятия должно основываться на комбинированных методах анализа экономических показателей. Единственным важным критерием, определяющим, привлекательно ли предприятие для инвесторов или нет, являются непосредственно объемы инвестиций. Поэтому не нужно тратить много денег на бесполезные и масштабные проекты по улучшению имиджа фирмы, лучше обратить внимание на ее больные места.