

2. Сочинська–Сибірцева І.М. Удосконалення технології управління персоналом в контексті забезпечення надійності працівників [Електронний ресурс] □ 2013. □ Режим доступу до ресурсу: <http://ea.donntu.edu.ua/bitstream/123456789/24655/1/Shvets.pdf>
3. Штурхецький С. В. HR–менеджмент у публічному управлінні : навч. посібн. / Київ : Кондор–Видавництво, 2016. – 124 с.
4. Коул Джеральд Управління персоналом у сучасних організаціях / Джеральд Коул; пер. з англ. Н.Г. Владімірова. М.: ООО « Вершина», 2004. – 352с. 58.
5. Брижань І.А., Чевганова В.Я. Формування стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства: методика та практика [Електронний ресурс] □ 2015. □ Режим доступу до ресурсу: <http://77.121.11.9/bitstream/PoltNTU/3007/1/БрижаньЧевганова.pdf>
6. Руденко О. М. Система і стратегія HR–менеджменту для державного управління : навч.–метод. матеріали / О. М. Руденко, М. М. Газізов. – К. : НАДУ, 2013. – 100 с.
7. HR–менеджмент: проблеми, стратегії та перспективи: колективна монографія / за заг. ред. І.Б. Швець. – Донецьк: ДВНЗ «ДонНТУ», 2013. – 176 с.
8. Редька О.З., Борисова Л.П. Стан і перспективи розвитку кадрових служб як суб'єктів кадрового менеджменту в організаціях [Електронний ресурс] □ 2015. □ Режим доступу до ресурсу: [http://zt.knteu.kiev.ua/files/2015/%E2%84%961\(78\)/uazt_2015_1_17.pdf](http://zt.knteu.kiev.ua/files/2015/%E2%84%961(78)/uazt_2015_1_17.pdf)

УМОВИ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЗАЛУЧЕННЯ ПРЯМИХ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ

Т.В. Аверіхіна, к.е.н. доцент

П.А. Лукина, студент

М.М. Аверіхін, студент

Одеський національний політехнічний університет
м. Одеса

Залучення прямих іноземних інвестицій (ПІІ) на підприємство є складним багатоаспектним процесом, що є відмінним у кожному окремому випадку і вимагає ситуаційного підходу. Цей шлях отримання інвестиційних ресурсів потребує в свою чергу активізації інтелектуальних, матеріальних, людських та фінансових ресурсів підприємства. Щоб забезпечити його результативність, підприємству необхідно систематизувати свою діяльність, спрямовану на пошук інвестора, налагодження комунікації з ним та освоєння інвестицій.

Головним компонентом системи залучення ПІІ на підприємства є її суб'єкти, що безпосередньо взаємодіють задля досягнення поставлених цілей та мають можливість цілеспрямованого впливу на об'єкт залучення – ПІІ. За визначенням «Енциклопедії інвестицій» суб'єктом є «носії певного виду і сфери діяльності; джерело активності, спрямованого на об'єкт» [2]. Суб'єктами інвестиційної діяльності є «сукупність фізичних і юридичних осіб – безпосередніх інвесторів і учасників інвестиційної діяльності» [3].

Таким чином, суб'єктами прямого іноземного інвестування є учасники цього процесу, яких на основі результатів проведеного дослідження пропонується поділяти на головні та другорядні. Головними суб'єктами є безпосередньо підприємці, які представляють інвестиційний проект і відповідають за побудову, функціонування та розвиток системи залучення ПІІ на підприємство, та прямі іноземні інвестори, від мотивів та переваг яких залежатиме перебіг та результат залучення ПІІ.

Іноземний інвестор також проявляє свою підприємницьку сутність, оскільки бере на себе підприємницький ризик і вкладає власні, запозичені чи залучені матеріальні або нематеріальні активи в обраний об'єкт інвестування.

У подальшому дослідженні пропонується використовувати поділ прямих іноземних інвесторів на три види, який узагальнив В. Г. Федоренко [1–3]:

а) транснаціональні компанії (ТНК);

б) інституційні інвестори (зокрема, фонди прямих інвестицій чи міжнародні фінансові організації, такі як МФК та ЄБРР);

в) приватні інвестори (інвестори–підприємці).

Однак, не доцільно обмежувати першу категорію лише ТНК, тому пропонується розширити її значення до більш загального поняття «стратегічні інвестори» з метою включення до цієї групи і менших за розміром, однак ідентичних за мотивами підприємств.

Характерними особливостями стратегічних інвесторів є те, що вони прагнуть володіти контрольною або ж близькою до неї часткою власності статутного капіталу, що вимагатиме зміну структури і системи управління цільового підприємства; також вони здійснюють свою господарську діяльність в тій самій або суміжній галузі, що і їх об'єкт інвестицій, за посередництва якого вони планують досягти стратегічних цілей

розвитку. Серед стратегічних інвесторів ТНК є основними суб'єктами прямого іноземного інвестування, оскільки на них припадає найбільша частка ПІІ за їх вартістю. До виникнення ТНК всі приватні іноземні інвестиції здійснювались як портфельні, а з їх появою міграція капіталу набуває форми ПІІ.

Зважаючи, що більшість інституційних інвесторів є пасивними портфельними інвесторами, під час аналізування проблеми залучення ПІІ на підприємства доцільно розглядати лише фонди прямих інвестицій. За результатами дослідження літературних джерел можна узагальнити, що такі фонди формуються з коштів інвесторів, які планують здійснити середньострокові капіталовкладення, терміном на 5–7 років з метою подальшого вилучення вкладених коштів з отриманням прибутку. До виду інституційних інвесторів належать і венчурні капіталісти, які асоціюються з фінансуванням нових підприємств або тих, що виборюють своє місце на ринку інноваційних продуктів, а відтак характеризуються високим рівнем ризику інвестицій. Їх характерною особливістю є здійснення інвестицій з чіткою стратегією виходу («begin with the end in mind») і метою – отримання прибутку на протязі 4–6 років.

Другорядними суб'єктами системи залучення ПІІ на підприємство є державні органи влади та посередники (сукупність бізнес-асоціацій, промислових палат, консалтингових фірм, громадських організацій), які непрямо впливають на перебіг залучення ПІІ, формуючи зовнішнє середовище функціонування

Як показує практика, ПІІ залучаються на підприємство під конкретний інвестиційний проект, який може зацікавити іноземного інвестора.

Зважаючи, що від кількісних і якісних характеристик інвестиційного проекту, що пропонується на розгляд іноземному інвестору, залежатиме результат функціонування системи залучення ПІІ на підприємство, пропонується виділяти його як окремий компонент системи. Привабливість будь-якого інвестиційного проекту залежить від набору притаманних йому характеристик. Всі характеристики привабливості інвестиційного проекту можна розділити на об'єктивні та суб'єктивні. До об'єктивних характеристик відносяться ті показники, які визначають конкурентоспроможність проекту на ринку. Це показники інвестиційного проекту, що визначають його дохідність та ризиковість, а також показники підприємницької діяльності сторони, що відповідає за його реалізацію, які базуються на достовірній та повній інформації. Суб'єктивні характеристики визначаються та формуються людським фактором. До суб'єктивних характеристик належать особисті якості характеру підприємців, інвесторів, а також осіб, які безпосередньо залучені до процесу та мають важелі впливу, їх навика та можливості щодо налагодження партнерських зв'язків, ядром яких є довіра на психологічному рівні.

Для підвищення ефективності функціонування системи залучення ПІІ на підприємство необхідно розуміти суть процесу вибору інвестором інвестиційного проекту, де основними критеріями виступають їх дохідність та ризиковість. Через обмеженість інформації, що є джерелом невизначеності, та асиметрію інформації оцінювання дохідності та ризикованості інвестиційного проекту ускладнюється, а вибір відбувається на основі певних критеріїв. Як підтверджують результати досліджень, інвестори та підприємці зі складною структурою (великі за розміром, наявністю досвіду) зазвичай використовують стандартизовані розроблені критерії, перевірені часом та кількістю здійснених угод, які базуються на об'єктивних характеристиках. Інвестори та підприємці із простою структурою («початківці – стартапери», «бізнес-ангели») зазвичай не мають виробленого механізму прийняття рішень, тому їх вибір відбувається здебільшого на основі суб'єктивних характеристик. Причиною цього є нестача досвіду, а також обмежені ресурси на отримання об'єктивної інформації.

Припускається, що головні суб'єкти системи залучення ПІІ на підприємство зупиняються на оптимальному рішенні, тобто завжди обирається найкращий з доступних варіантів. В умовах значної ринкової невизначеності і браку інформації про підприємство інвестори не є проактивними у прийнятті рішення стосовно інвестування, що пояснюється в основному через складність побудови справедливої картини про вартість інвестиційної пропозиції. Таким чином, вибір відбувається на основі доступної інформації залежно від структури, досвіду, критеріїв вибору та ресурсів, якими володіють головні суб'єкти системи залучення ПІІ на підприємства – інвестори та підприємці.

Критерії відбору інвестиційних проектів іноземними інвесторами поділяються на такі групи:

- а) фінансові критерії (чиста теперішня вартість грошових потоків, індекс прибутковості, внутрішня норма дохідності, період окупності тощо);
- б) ринкові критерії (частка ринку, потенціал ринку до зростання, темпи зростання ринку, оцінка купівельної спроможності споживачів, оцінка конкурентів);
- в) критерії оцінки людського капіталу (оцінка команди, рівня кваліфікації генерального директора та вищого керівництва, їх особистих якостей).

Слід зазначити, що важливість кожної групи критеріїв при відборі інвестиційних проектів буде відрізнятися в залежності від виду іноземного інвестора, його мотивів, а також виду самих ПІІ, що планується залучати/здійснювати.

Якщо розглядати випадок українських підприємств, то зі сторони іноземного інвестора рішення здійснити ПІІ супроводжується такими умовами:

а) підприємство, що є потенційним об'єктом для інвестицій функціонує в країні, що є менш розвинутою за країну іноземного інвестора, з притаманними лише її економічними, соціальними та культурними особливостями (корупція, бюрократія, культура ділового середовища). Поряд з великим потенціалом українського ринку та ризиком, що його супроводжує, ця умова лише підвищує невизначеність майбутніх результатів потенційно прийнятого рішення;

2) необхідність взаємодіяти з державними органами іноземної держави, яка впливає на прийняття інвестиційного рішення через політику стосовно іноземного інвестування;

3) необхідність досягти поєднання інтересів усіх сторін інвестиційного процесу: підприємства, іноземного інвестора, державних органів.

Отже, підприємства, що націлені на залучення ПІІ, перебувають в умовах високої конкурентності ринку ПІІ та наявності асиметрії інформації, що спричинює невизначеність, ризик та складність міжнародного середовища, в якому приймаються управлінські рішення щодо ПІІ. Незважаючи на технологічний прогрес в комунікаційних мережах (Інтернет, авіасполучення), який зменшує фізичні відстані та сприяє сторонам прямого іноземного інвестування в пошуку необхідної інформації та налагодженню контактів, зберігається «культурна відстань», яку слід враховувати в міжособистісних комунікаціях сторін. Тому залучення ПІІ на підприємство передбачає складний процес, що вимагає підготовки і проєктивності у вивченні можливостей ринку капіталу, мотивів та особливостей процесу прийняття рішення про здійснення ПІІ іноземним інвестором, а також налагодження системної роботи у цьому напрямку з метою досягнення визначених на підприємстві цілей

Література:

1. Економічна енциклопедія: у трьох томах. Т. 3 / Редкол.: С.В. Мочерний (відп. ред) та ін. – К.: Видавничий центр «Академія», 2002. – 952 с..
2. Кравцова О. М. Доведення до банкрутства: економічна сутність та ознаки / О. М. Кравцова. // Научные труды ДонНТУ. – 2012. – №41. – С. 195–201.
3. Обушна Н. І. Державне регулювання прямих іноземних інвестицій в Україні / Н. І. Обушна, Т. В. Мацибора. – Київ: ННЦ «Інститут аграрної економіки», 2012. – 193 с.

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПЕРСОНАЛУ ЯК ФАКТОР УСПІШНОСТІ СУЧАСНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ

Т. О. Сазонова, к.е.н., доцент

А. А. Литвинюк, здобувач вищої освіти
Полтавська державна аграрна академія,
м. Полтава

Конкурентоспроможність підприємства, організації – це багатогранне поняття, що включає в себе, по суті, всі характеристики, функціональні області діяльності організації, а виражається у бажанні споживачів – купувати саме її товари (та / або послуги) і не мати в подальшому споживанні жодних претензій, партнерів – підтримувати бізнес-зв'язки, які відзначаються двосторонньою вигідністю; персоналу – бажанні працювати, внутрішній переконаності в престижності зайнятості в організації. Конкурентоспроможність організації формує не лише імідж, її образ в бізнес-середовищі, але й чистий прибуток, що має стійку тенденцію до зростання, не тільки в короткостроковій, але й у довгостроковій перспективі.

Конкурентоспроможність сучасної організації насамперед, на наш погляд, спирається на:

- якість: менеджменту, продукції, послуг; персоналу;
- цінові параметри: продукції, послуг, управління, персоналу;
- фінансовий менеджмент – управління фінансовими потоками організації, формування належного рівня фінансової стійкості та її підтримка;
- інноваційний менеджмент – рівень розробки, впровадження, управління новаціями та інноваціями;
- інвестиційний менеджмент – відбір, аналіз, формування інвестиційного портфелю, контроль та управління інвестиційними проєктами;
- менеджмент персоналу: формування та раціональне використання потенціалу працівників, ефективна мотивація та система розвитку;
- маркетинговий менеджмент – ефективне дослідження та взаємодія з ринковим середовищем, в т. ч. дослідження потреб та задоволення, перевершення очікувань споживачів; вивчення сильних та слабких сторін конкурентів тощо;
- стратегічний менеджмент – є, на нашу думку, інтегруючою складовою, адже, включає в себе все вище перелічене і визначає орієнтири для руху організації в майбутньому.