

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЛЬВІВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»

На правах рукопису

БИРКА МАРІЯ ІГОРІВНА

УДК 658:330.322

**РОЗВИТОК СИСТЕМИ ЗАЛУЧЕННЯ ПРЯМИХ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ
НА ПІДПРИЄМСТВА**

спеціальність 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами
економічної діяльності)

ДИСЕРТАЦІЯ

на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук

Науковий керівник –
доктор економічних наук, професор,
заслужений працівник народної освіти України
Кузьмін Олег Євгенович

Львів - 2016

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЗАЛУЧЕННЯ ПРЯМИХ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ НА ПІДПРИЄМСТВА.....	10
1.1. Сутність та значення прямих іноземних інвестицій.....	10
1.2. Теоретико-методологічні основи прямого іноземного інвестування.....	27
1.3. Умови і особливості залучення прямих іноземних інвестицій на підприємства.....	37
Висновки до розділу 1.....	69
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗУВАННЯ СТАНУ ЗАЛУЧЕННЯ ПРЯМИХ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ НА ПІДПРИЄМСТВА.....	71
2.1. Міжнародний досвід та сфери залучення прямих іноземних інвестицій на підприємства.....	71
2.2. Методичні положення з аналізування стану залучення прямих іноземних інвестицій на підприємства.....	96
2.3. Оцінка стану залучення прямих іноземних інвестицій на підприємства.....	116
Висновки до розділу 2.....	144
РОЗДІЛ 3. ФУНКЦІОНАЛЬНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ ЗАЛУЧЕННЯ ПРЯМИХ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ НА ПІДПРИЄМСТВА.....	146
3.1. Організаційний напрям розвитку системи залучення прямих іноземних інвестицій на підприємства.....	146
3.2. Маркетинговий і соціальний напрями розвитку системи залучення прямих іноземних інвестицій на підприємства.....	163
3.3. Моделювання процесу залучення прямих іноземних інвестицій на підприємства.....	176
Висновки до розділу 3.....	195
ВИСНОВКИ.....	198
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	200
ДОДАТКИ.....	228

ВСТУП

Актуальність теми. У сучасному ринковому середовищі, що характеризується динамічністю, високою конкуренцією та невизначеністю умов функціонування, одним із ключових факторів успіху підприємницької діяльності є достатність капіталу. В життєвому циклі кожного підприємства настає період, коли власні засоби перестають забезпечувати подальший розвиток і постає потреба залучення зовнішніх інвестицій. Завдяки глобалізаційним процесам та мобільності капіталу перед підприємствами відкривається можливість використання переваг прямих іноземних інвестицій (ПІІ). Однак, специфіка та жорстка боротьба за отримання цих інвестиційних ресурсів диктує необхідність розуміння процесів на світовому ринку капіталів та вимагає від підприємства розроблення відповідного управлінського підходу, що забезпечив би досягнення його цілей. На відміну від портфельних інвестицій, за яких інвестування здійснюється в основному через посередництво фондової біржі, ПІІ передбачають процес переговорів і досягнення домовленостей із зацікавленою стороною. Наявність «іноземного елемента», що характеризує цей вид інвестицій, лише підсилює багатоаспектність викликів та специфіку умов у процесі їх залучення. Тому актуальним є дослідження проблеми залучення ПІІ на підприємства, базуючись на принципі системності.

Проблематика прямого іноземного інвестування активно розглядається вченими як на макро-, так і на мікрорівні. Вагомий внесок у дослідження особливостей прямого іноземного інвестування зробило чимало вітчизняних та зарубіжних науковців, серед яких варто виокремити праці Й. Ахароні, П. Бакклі, Б. Блонігена, Дж. Даннінга, А. Діскіної, С. Естріна, С. Захаріна, С. Іщук, М. Кассона, Р. Кейвса, Ч. Кіндлбергера, Р. Коуза, П. Кругмана, О. Кузьміна, Ю. Макогона, О. Мельник, М. Обстфельда, Н. Обушної, А. Пересади, Й. Петровича, О. Рогача, І. Скворцова, В. Федоренка, Р. Вернона, Б. Яворчик-Смаржинської, Т. Хардінга та ін. У працях зазначених авторів досліджуються головним чином стратегічна поведінка підприємств та структура ринку, що зумовлює ПІІ, передумови, які

уможливлють підприємство здійснювати ПІІ, форми здійснення ПІІ, мотивація іноземних інвесторів та зміни організаційної структури як наслідок здійснених ПІІ.

Характерною рисою більшості досліджень є їх фокусування на стороні того, хто такі інвестиції здійснює, а не залучає. Проблему ж залучення ПІІ вчені розглядають здебільшого на макrorівні, пропонуючи розроблені механізми інституційного та регуляторного характеру. Окрім цього, їх увага зосереджена на вирішенні таких завдань, як визначення впливу ПІІ на основні макроекономічні показники, виявлення взаємозв'язку між внутрішніми інноваційними процесами та надходженнями ПІІ, узгодження діяльності транснаціональних корпорацій з державною політикою приймаючої країни. Питання мікроекономічного спрямування, зокрема прийняття управлінського рішення про доцільність залучення ПІІ, налагодження взаємовідносин з іноземними партнерами інвестиційного проекту, що передбачає ПІІ, а особливо управління процесом залучення ПІІ на підприємство зі сторони самого підприємства, залишаються маловивченими. Теоретичне і практичне вирішення окреслених проблем обумовило актуальність теми дисертаційного дослідження, вибір мети та завдань дослідження.

Зв'язок роботи із науковими програмами, планами, темами. Дисертаційне дослідження виконане в межах науково-дослідної роботи кафедри менеджменту і міжнародного підприємництва Національного університету «Львівська політехніка» за темою «Побудова систем процесно-структурованого менеджменту в умовах розвитку міжнародної економічної діяльності» (номер державної реєстрації 0114U001692, акт впровадження від 18.06.2015 р.), а також в рамках стажування автора за програмою ERASMUS-MUNDUS при Вільнюському університеті (Литва, вересень 2013 р. – червень 2014 р., довідка від 7 липня 2014 р.).

Матеріали наукового дослідження використані при розробленні державної бюджетної теми Національного університету «Львівська політехніка» ДБ/ПСМ «Методологія та інструментарій процесійно-структурованого менеджменту» (номер державної реєстрації № 0111U001215, затвердженої Наказом Міністерства освіти і науки України № 1177 від 30.11.2010 р.) на кафедрі менеджменту і міжнародного підприємництва у 2013 р. Автором обґрунтовано застосування інструментів

маркетингу в контексті залучення ПІІ на підприємства в межах системи процесійно-структурованого менеджменту (розділ 3 «Розроблення інструментарію системи процесійно-структурованого менеджменту», підр. 3.1. «Обґрунтування інструментів процесійно-структурованого менеджменту та дослідження умов їх застосування», акт впровадження від 10.10.2013 р.).

Крім того, матеріали дисертації використані при розробленні комплексної теми дослідження Національної металургійної академії України «Методологія управління підприємствами різних організаційно-правових форм та форм власності» (державний реєстраційний номер 0107U001146, 2006-2015 рр.) на факультеті економіки та менеджменту у 2014 р. (розділ 2 «Механізми регулювання систем прийняття рішень та управління динамічними процесами в умовах невизначеності зовнішнього середовища»), де автором обґрунтовано необхідність формування системи залучення ПІІ на підприємство, надано змістову характеристику її компонентів та виокремлених станів; сформовано принципи щодо управління процесом залучення ПІІ на підприємство (акт впровадження № 01/08-578/1 від 02.12.2014 р.).

Мета та завдання дослідження. Метою дисертаційної роботи є розроблення теоретичних положень та прикладних засад розвитку системи залучення ПІІ, націленої на отримання додаткових інвестиційних ресурсів задля подальшого розвитку підприємства.

Для досягнення визначеної мети у дисертаційній роботі були поставлені такі завдання:

- розвинути класифікацію ПІІ в контексті їх залучення на підприємства;
- уточнити сутність поняття «готовність підприємства до залучення ПІІ»;
- розвинути типологію факторів впливу на систему залучення ПІІ на підприємства;
- удосконалити метод оцінювання стану залучення ПІІ на підприємства;
- запропонувати концептуальну модель розвитку системи залучення ПІІ на підприємства;
- розробити модель вибору прямих іноземних інвесторів з врахуванням готовності підприємства до залучення ПІІ.

Об'єктом дослідження є процес залучення ПІІ на машинобудівні підприємства.

Предметом дослідження є теоретико-методичні та прикладні положення із забезпечення розвитку системи залучення ПІІ на машинобудівні підприємства.

Методи дослідження. Для досягнення поставленої мети та вирішення окреслених завдань у дисертації використовувались такі методи наукових досліджень: логіко-семантичного і порівняльного аналізу, систематизації та узагальнення – для уточнення понятійно-категорійного апарату (усі розділи дисертації), зокрема для обґрунтування сутності понять «прямі іноземні інвестиції», «готовність підприємства до залучення ПІІ», «розвиток системи залучення ПІІ» (п.п. 1.1, 1.3); методи статистичного аналізу, анкетування, експертних оцінок та емпіричного дослідження – для відстеження тенденцій ПІІ, а також під час розроблення анкети для підприємств з метою проаналізувати та оцінити стан залучення ПІІ на машинобудівні підприємства (п.п. 2.1, 2.3, 3.2); методи економіко-математичного моделювання – для побудови моделі вибору підприємством прямих іноземних інвесторів на основі результатів функціонування системи залучення ПІІ (п.п. 3.2), графічні методи – для наочного відображення результатів дослідження (усі розділи дисертації).

Інформаційною базою дослідження є наукові праці вітчизняних та зарубіжних науковців, матеріали міжнародних інституцій (групи Світового банку, ЮНКТАД, ОЕСР, WAIPA), матеріали міжнародних компаній, що надають спеціалізовані професійні послуги (EY, fDi Intelligence, Ecorys), матеріали періодичних видань, статистичні матеріали Головного управління статистики у Львівській області, результати проведеного автором анкетування та опитування керівників машинобудівних підприємств Львівської області, в статутному капіталі яких є частка іноземних інвесторів розміром більше 10%, а також нормативно-правові акти у сфері державного регулювання прямого іноземного інвестування.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у такому:

вперше:

– розроблено модель вибору прямих іноземних інвесторів залежно від результативності функціонування системи залучення ПІІ на підприємство відповідно до рівнів дотримання її маркетингового і соціального напрямів, що дає змогу підприємствам скоординувати роботу щодо використання наявних ресурсів, необхідних при залученні ПІІ;

удосконалено:

– концептуальну модель розвитку системи залучення ПІІ на підприємство, яка, на відміну від існуючих, враховує фактори зовнішнього і внутрішнього середовища, критерії відбору іноземними інвесторами інвестиційних проектів, принципи функціонування системи залучення ПІІ, її стани та напрями розвитку, а також етапи залучення ПІІ, що створює передумови для ефективного управління процесом залучення ПІІ;

– метод оцінювання стану залучення ПІІ на підприємства, відмінна особливість якого базується на результатах комплексного аналізу тенденцій прямого іноземного інвестування як на внутрішньому, так і на світовому ринках з метою виявлення сильних та слабких елементів інвестиційної пропозиції підприємства в порівнянні з пропозиціями конкурентів;

набули подальшого розвитку:

– класифікація ПІІ на засадах систематизації основних ознак та виокремлення видів ПІІ за такими доповненими ознаками, як характер використання залученого капіталу (споживчі, виробничо-технологічні, венчурні) і результат залученого капіталу (хижацькі, прогресивні/інноваційні, посередні), що, на відміну від існуючих, конкретизує сторони прямого іноземного інвестування та є підґрунтям для оцінювання стану залучення ПІІ на підприємства і прийняття управлінських рішень;

– тлумачення поняття «готовність підприємства до залучення ПІІ», яке відрізняється тим, що інтегрує відповідні характеристики потенціалу підприємства та його інвестиційної привабливості і дає можливість ідентифікувати факт настання готовності підприємства до залучення ПІІ через реалізацію спонукального мотиву;

– типологія факторів впливу на систему залучення ПІІ на підприємство, що, на противагу існуючим, передбачає розмежування ПІІ за такими ознаками, як

результат впливу на стан залучення ПІІ (функціональні, дисфункціональні, нейтральні), а також можливість впливу суб'єктів залучення ПІІ (керовані, некеровані) з метою якісного організування процесу залучення ПІІ на підприємства.

Практичне значення одержаних результатів. Практичне значення результатів дослідження полягає в розробленні теоретичного і методико-прикладного забезпечення залучення ПІІ на підприємства на засадах процесно-структурованого менеджменту, що спрямоване на підвищення рівня підготовки підприємств до налагодження взаємодії з потенційними прямими іноземними інвесторами. Отримані результати дисертаційної роботи впроваджені у діяльність вітчизняних підприємств, зокрема ТзОВ НВП «Техноваги» (довідка № 23 від 10.02.2015 р.), СП ТОВ «Електронтранс» (довідка № 033/356 від 12.06.2015 р.), а також державної бюджетної установи «Львівський регіональний центр з інвестицій та розвитку» (довідка № 49 від 06.07.2015 р.), що засвідчує їх прикладний характер.

Матеріали дисертаційного дослідження використовуються у навчальному процесі Національного університету «Львівська політехніка», зокрема при викладанні дисциплін «Міжнародний інноваційний менеджмент» для студентів напряму підготовки 6.030601 «Менеджмент» та «Основи підприємництва» для студентів напряму підготовки 6.030101 «Соціологія» і 6.130102 «Соціальна робота» (довідка про впровадження № 67-01-1581 від 16.09.2015 р.).

Особистий внесок здобувача. Дисертаційна робота є результатом самостійно виконаних наукових досліджень автора. Усі наукові результати, викладені у роботі, отримані й опрацьовані автором особисто. З наукових праць, опублікованих у співавторстві, в дисертації використано лише ті ідеї та положення, які становлять індивідуальний внесок автора.

Апробація результатів дисертації. Основні положення та результати дисертаційної роботи розглянуто та схвалено на 10 міжнародних та всеукраїнських науково-практичних конференціях та методологічних семінарах, а саме: «Інноваційні процеси економічного і соціально-культурного розвитку: вітчизняний та зарубіжний досвід» (Тернопіль, 7-8 квітня 2011 р.), «Аналіз сучасних економічних процесів та інформаційні технології» (Дніпропетровськ, 24-

25 листопада 2011 р.), «Євроінтеграційні процеси в суспільстві: трансформація та розвиток» (Тернопіль, 22-23 квітня 2012 р.), «Маркетинг та логістика в системі менеджменту» (Львів, 8-10 листопада 2012 р.), «Економіка і управління: досягнення та перспективи» (Одеса, 23-24 листопада 2012 р.), «Теоретичні та практичні аспекти розвитку сучасної економіки» (Львів, 28-29 грудня 2012 р.), «Сучасні проблеми інвестиційної діяльності в Україні» (Київ, 18-19 січня 2013 р.), «Стратегії розвитку економічних систем на мікро- та макрорівнях» (Дніпропетровськ, 17-18 травня 2013 р.), «Ринкові економічні механізми сталого розвитку: інноваційне та фінансове забезпечення» (Дніпропетровськ, 9-10 травня, 2014 р.), на семінарі факультету економіки Вільнюського університету, м. Вільнюс (Литва), 10 лютого 2014 р.

Публікації. За темою дисертаційної роботи автором опубліковано 21 наукову працю, з них 19 одноосібних, обсягом 8,77 друк. арк. (з яких особисто авторові належить 7,45 друк. арк.). З них 1 колективна монографія, 9 статей у наукових фахових виданнях України, з яких 3 статті у виданнях, які включені до міжнародних наукометричних баз даних), 1 стаття у науковому періодичному виданні іноземної держави, а також 10 тез доповідей науково-практичних конференцій.

Структура дисертації. Дисертація складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Обсяг основного тексту дисертації становить 199 сторінок. Робота містить 29 рисунків, 27 таблиць, список використаних джерел із 269 найменувань, а також 20 додатків.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЗАЛУЧЕННЯ ПРЯМИХ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ НА ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Сутність та значення прямих іноземних інвестицій

У сучасному світі, що характеризується безповоротними процесами глобалізації та транснаціоналізації, прямі іноземні інвестиції (ПІІ) стали важливим економічним ресурсом та інструментом. Визначальну роль у міжнародній економіці вони почали відігравати після Другої світової війни. Стрімкі темпи зростання обсягів ПІІ та наявність гіпотез щодо їх вирішальної ролі в процесі успішної трансформації перехідних економік у ринкові, сутність, передумови та можливі наслідки ПІІ стали предметом інтенсивного наукового зацікавлення. Присутність факту власності іноземних резидентів часто зумовлює розгляд ПІІ на межі крайностей: від символу колоніалізму чи імперіалізму до ключа, що взмозі розв'язати практично усі економічні проблеми, оскільки є додатковою можливістю отримання ресурсів, а відтак важливим джерелом фінансування, особливо у кризові періоди.

Огляд та узагальнення літературних джерел [24; 35; 69; 102; 107; 118; 163; 199; 232] змогу стверджувати, що внаслідок теоретичних досліджень, ретроспективний огляд яких буде наведений згодом, сформувались два методологічні підходи: з точки зору платіжного балансу на макрорівні економічної системи, а також з позиції контролю окремих суб'єктів підприємницької діяльності. Перший підхід визначає ПІІ як придбання іноземного капіталу у власність, яка належить резидентам країни, що інвестує. У контексті другого підходу вчені акцентують увагу на тому, що ПІІ є інвестиціями, які насамперед дають можливість інвестору контролювати діяльність іноземного підприємства і впливати на його подальший розвиток. Найбільш поширеним серед науковців та практиків сфери прямого іноземного інвестування став підхід, який бере за основу критерій реалізації контролю іноземного інвестора над підприємством (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Визначення поняття «прямі іноземні інвестиції» у літературних джерелах

Автори	Визначення поняття «прямі іноземні інвестиції»	Дже-рело
МВФ і ОЕСР	Інвестиції, що здійснюються за межами національних кордонів і передбачають довгострокові взаємозв'язки, постійний інтерес та контроль резидента однієї країни стосовно підприємства – об'єкта розміщення свого капіталу, що є резидентом економіки іншої країни. Являють собою довготермінове залучення іноземних інвесторів у фінансування основного капіталу з метою створення таких виробничих потужностей, які забезпечили б прибуткову реалізацію виготовлених товарів чи послуг	[23223 2]
С. Хаймер	Операція отримання за кордоном фізичних активів, при якій поточний контроль залишається у багатонаціональної компанії у неї на батьківщині	[199, с. 104]
Дж. Даннінг	Інвестиції, що здійснюються поза межами країни базування, але всередині компанії-інвестора. При цьому ресурси, що спрямовуються, а саме капітал, технології, управлінські практики, навикі і знання, і надалі є підконтрольними інвестору.	[163]
П. Кругман, М. Обстфельд	Міжнародні потоки капіталів, які для компанії є каналом створення або розширення своїх дочірніх підприємств на території іншої країни. Вони характеризуються не лише переміщення ресурсів, а й використанням прав контролю	[69, с. 205]
А. Пересада	Прямі інвестиції у виробничі фонди без залучення фінансових посередників. Їх метою є дохід та участь в управлінні виробництвом. Допускається також поступове нарощення обсягів прямих інвестицій задля отримання контрольного пакету акцій.	[10210 2]
Б. Губський	Вкладення капіталу, змотивоване збільшенням прибутку та економічним інтересом у довготривалій перспективі, що реалізується за допомогою такого інструмента, як контроль	[35]
І. Бланк	Інвестиції, що здійснюються у статутні фонди інших підприємств. Вони є неможливими без прямої участі інвестора у виборі об'єктів інвестування, що передбачає володіння точною інформацією про об'єкт інвестування та попередній досвід з механізмом інвестування	[24]
О. Рогач	Реальні капіталовкладення в підприємства, обладнання, технологію, землю або послуги, що є основою для створення матеріальної бази з розширення бізнесу за межами національних кордонів	[107, с. 20]
В. Степаненко	Інвестиції, що передбачають делегування значного контролю над об'єктом інвестування іноземній компанії, донору таких інвестицій.	[118, с. 133]
С. Тесля	Материнські і нематеринські капітали, що здійснені державою, компанією чи підприємцем в інші підприємства за кордоном з метою отримання підприємницького прибутку, за умови довготермінового економічного інтересу та наявності права брати участь в управлінських рішеннях	[118, с. 133]

Загальноприйняте у міжнародному співтоваристві визначення, що найбільш повно відображає сутність категорії, є наступне: ПІІ – це інвестиції, що здійснюються за межами національних кордонів і передбачають довгострокові взаємозв'язки, постійний інтерес та контроль резидента однієї країни (іноземного інвестора чи материнського підприємства) стосовно підприємства – об'єкта розміщення свого капіталу, що є резидентом економіки іншої країни (іноземної філії). ПІІ є довготерміновим залученням іноземних інвесторів у фінансування основного капіталу з метою створення таких виробничих потужностей, які забезпечили б прибуткову реалізацію виготовлених товарів чи послуг. Це визначення сформовано відповідно до вимог з «Керівництва з платіжного балансу»

Міжнародного валютного фонду (ВРМ6, 2009 р.) і «Детального базового визначення ПІІ» Організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР, 2008 р.) [232] та використовується Конференцією ООН з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД) при підготовці щорічних Світових інвестиційних звітів, які є базою для вивчення розвитку теорії та отримання емпіричних знань щодо діяльності транснаціональних компаній і прямого іноземного інвестування загалом.

На підставі вивчення вищезгаданих наукових джерел можна узагальнити три основні особливості ПІІ, які схематично подані на рис.1.1: 1) довготривалий характер інвестицій; 2) контроль та постійний інтерес іноземного інвестора над об'єктом своїх інвестицій; 3) прибуткова підприємницька діяльність як мотив і мета інвестицій.



Рис.1.1. Основні особливості прямих іноземних інвестицій

Джерело: розроблено автором на основі аналізування наукових праць

Довготривалий характер здійснення ПІІ відрізняє їх від таких короткострокових «гарячих капіталів», як портфельні інвестиції. В той час, коли портфельні інвестиції можна легко вилучити, довгостроковий характер зобов'язання ПІІ є їх беззаперечною перевагою для стабілізації економічної системи.

Однак, ключовим моментом феномену ПІІ, що також відрізняє їх від портфельних інвестицій, є прояв контролю та постійного інтересу іноземного інвестора до діяльності підприємства, на яке ПІІ здійснюються. Можливість контролю над політикою розвитку підприємства і прийняттям рішень надає

прямому іноземному інвестору інформаційну перевагу над портфельними інвесторами і домашніми заощадниками [236].

Такі документи, як «Керівництво з платіжного балансу та міжнародної інвестиційної позиції» МВФ (ВРМ6, 2009 р.), а також МСБО27 «Консолідовані та окремі фінансові звіти (2005р.) і МСФЗ 3 «Об'єднання бізнесу» (2005 р.) окреслюють контроль як повноваження керувати фінансовою й операційною політикою підприємства для отримання вигод від його діяльності. Підставами для цього є розмір частки власності у статутному капіталі, що визначає ступінь контролю і впливу, або ж юридичне затвердження у статуті підприємства чи угоді між підприємствами-партнерами. Так, наявність контролю забезпечується володінням більше, ніж 50% статутного капіталу. Частка власності статутного капіталу іноземного інвестора, що знаходиться в межах 10-50% дозволяє йому здійснювати «суттєвий вплив», який проявляється у повноваженнях брати участь у прийнятті рішень щодо фінансової та операційної політики підприємства, але не контроль за цією політикою.

Встановлення мінімальної 10%-ї частки власності у статутному капіталі підприємства, яка належать іноземному інвестору, є найбільш поширеною практикою у сучасній світовій економіці, що визначає здійснені інвестиції як прямі іноземні. Такого ж кількісного критерію притримується і українське законодавство (Закон України «Про режим іноземного інвестування» від 1996 року). Проте, в залежності від легітимних умов кількісний поріг у різних країнах відрізняється, що ускладнює відображення реального стану прямого іноземного інвестування органами міжнародної статистики.

Отже, частка власності статутного капіталу є тим вирішальним фактором, який диференціює такі поняття, як «контроль», «суттєвий вплив» та «ПП» від інших видів інвестицій загалом. Хоча, зустрічаються також ситуації, коли іноземний інвестор може мати і меншу, ніж 10%-у частку власності, але вона забезпечує йому «реальний вплив на прийняття рішень об'єктом інвестування» і така інвестиція класифікується як пряма [35, с. 80]. Однак, такі випадки є радше винятком із загальної практики.

Постійний інтерес та контроль прямого іноземного інвестора щодо діяльності підприємства, в яке інвестовано його капітал, забезпечують довготривалі відносини, які супроводжуються потоками капіталу між юридичними особами. Важливо, що ПІ охоплюють як первинну трансакцію між двома юридичними особами, так і всі наступні трансакції між ними і поміж афільованими підприємствами (акціонерними і неакціонерними). Саме тому ПІ вважається лише капітал, що надається іноземним інвестором безпосередньо або через інші підприємства, які з ним пов'язані. У відповідності до визначення ПІ, яке прийняте в МВФ та в системі національних рахунків ООН, потоки ПІ складаються з трьох компонентів:

1. Акціонерний капітал, що являє собою первісне придбання інвестором власності за кордоном. Це є та частка капіталу, яку інвестор вніс у статутний фонд підприємства.
2. Реінвестиції, які є часткою річних прибутків материнської компанії, що не розподіляється і не переводиться до неї щороку назад, а залишається у філії;
3. Внутрішньокорпоративні перекази капіталу, які здійснюються у формі довгострокових та короткострокових кредитів і позик між прямим інвестором та іноземними філіями.

Центральним питанням у сфері прямого іноземного інвестування є результативність такої діяльності. Одним із основних мотивів сторони, що здійснює ПІ, є максимізація прибутку. Однак, як підтверджують емпіричні дослідження [178, с. 308], взаємозв'язок між результатами діяльності підприємства та ПІ залишається суперечливим. Слід зазначити, що більшість емпіричних досліджень акцентує увагу на аналізуванні результатів діяльності материнської компанії як наслідок здійснених нею ПІ [179, с. 69; 233, с. 750]. Результативність діяльності підприємств у випадках, коли вони самі стали ініціаторами залучення ПІ, залишається маловивченою, що частково пояснюється складністю збору емпіричних даних на рівні окремих підприємств, що ПІ прийняли.

Через вплив ПІ на об'єкт інвестування та зовнішнє середовище його функціонування проявляється значення ПІ, їх важливість та доцільність самого процесу залучення. Вплив ПІ, як і будь-якого явища, може бути як негативним, так і позитивним. Механізм його впливу залежить від багатьох факторів, зокрема від

обставин самого зовнішнього середовища та особливостей внутрішнього ринку. Однак, як зазначає Б. Яворчік [202], визначальним є факт, чи іноземні і місцеві підприємства є вертикально (intra-) чи горизонтально (inter-) пов'язані між собою. Важливим також є характер продукції конкурентів зі стратегічної точки зору: товари-замінники чи взаємнодоповнювачі.

Загалом в економічній літературі виокремлюють два шляхи впливу ПІІ на результативність підприємств: прямий і непрямий [83; 225; 239]. Прямий вплив спостерігається безпосередньо на підприємстві – об'єкті інвестування або на підприємствах, що створені як наслідок надходження ПІІ; непрямий – на місцевих підприємствах без залучених іноземних інвестицій. Непрямий вплив ПІІ здійснюється через зовнішні ефекти – екстерналії, які реалізуються шляхом копіювання місцевими підприємствами технологій іноземних філій, що функціонують на місцевому ринку, завдяки спостереженню або через найм працівників, які раніше мали досвід праці чи навчання в іноземних філіях. Інший вид екстерналій спостерігається, коли присутність іноземного інвестора призводить до посилення конкуренції на внутрішньому ринку і змушує місцеві фірми використовувати залучені ресурси більш ефективно і працювати над впровадженням нових технологій.

Розрізняють вертикальні та горизонтальні екстерналії. Горизонтальні екстерналії спостерігаються за умови, що місцеве підприємство отримує вигоду від присутності підприємства з ПІІ в її секторі. Цьому сприяють демонстраційний ефект [145], динамічний ринок праці [176], а також перетікання технологічних знань та навичок [139; 143], що спричиняє підвищення показників експортної діяльності [181]. Вертикальні екстерналії впливають на результативність підприємств завдяки взаємозв'язкам підприємства, на яких є ПІІ, з її місцевими постачальниками. Реалізуються вони завдяки [239]:

- прямому трансферу знань від іноземних споживачів до місцевих постачальників;
- вищим вимогам до якості продукту та вчасної доставки, що стимулює місцевих постачальників вдосконалювати виробничий менеджмент і технології;
- непрямому трансферу знань через рух робочої сили;

- збільшеному попиту зі сторони нових підприємств з ПП на товари постачальників, що дозволяє скористатись з економії масштабу.

Загалом наукові дослідження взаємозв'язку залучених ПП та їх результативності можна поділити на три групи: 1) тематичні дослідження (case study), що вивчають проблематику конкретних проектів чи країн. Вони надають вичерпну характеристику окремих питань та демонструють загальні тенденції, однак не завжди пропонують кількісну інформацію і їх важко узагальнити на інші випадки; 2) галузеві дослідження; 3) дослідження панельних даних на рівні підприємств, які визначають, чи результативність підприємства корелюється з присутністю ПП в галузі або регіоні.

Більшість галузевих досліджень показують позитивну кореляцію між припливом ПП і результативністю діяльності підприємств по галузі. Однак, причинно-наслідкові зв'язки цієї кореляції залишаються неясними, оскільки підвищення результативності може відбуватись через [190190]: 1) екстерналії; 2) витіснення низькопродуктивних підприємств; 3) збільшення ринкової частки іноземних підприємств, які загалом є більш продуктивними; 4) схильність іноземних підприємств першочергово обирати для інвестування вискоєфективні та продуктивні види економічної діяльності.

Насамперед ПП є одним із інструментів міжнародного бізнесу. Як один із можливих шляхів виходу на іноземний ринок ПП фіксуються у випадках здійснення іноземної дистрибуції товарів через філії, міжнародного виробництва і частково у контрактних коопераційних угодах за умови реального впливу на прийняття управлінських рішень. Вони дозволяють підприємствам обійти торгівельні бар'єри захищеного ринку, отримати доступ до сировинних матеріалів та інших складових для виробництва. Через ПП підприємство, яке інвестує, стає фізично присутнім на іноземному ринку, що надає йому можливість здійснювати більший контроль над виробничим процесом. Крім цього, для деяких видів продукції, особливо технічно складних, важливим є подальше обслуговування, консультаційні та інші послуги, які потребують постійної присутності виробника на ринку. У цьому випадку мати власне виробництво в зарубіжній країні виявляється вигіднішим, ніж організувати

там окреме збутове підприємство чи безпосередньо збувати свою продукцію [63, с. 156]. Слід зазначити, що для підприємств, які спеціалізуються на наданні таких послуг, як консалтингові, банківські, аудиторські, рекламні, ПІ є інструментом забезпечення кращого обслуговування іноземного споживача, оскільки без іноземного представництва вони втрачають своїх потенційних клієнтів.

Для приймаючих підприємств ПІ уможлиблюють передачу технологічних ноу-хау, нових організаційних, управлінських, маркетингових практик, роблять підприємство учасником міжнародних виробничих мереж і, як наслідок, впливають на рівень результативності і конкурентоспроможності підприємств, внутрішніх галузей та економіки країни загалом.

Пропонується узагальнити визначення ПІ з врахуванням вивчення їх сутності. ПІ – це потоки капіталу з-за меж національних кордонів, які спрямовані як у матеріальні, так і нематеріальні активи з метою прибуткової підприємницької діяльності і передбачають постійний інтерес та довготривалий контроль іноземного інвестора над об'єктом інвестування у процесі менеджменту, що забезпечується його часткою власності у статутному капіталі підприємства або ж шляхом юридичного затвердження у статуті підприємства чи угоді між підприємствами-партнерами. Вважаємо, що таке тлумачення, найбільш повно відображає сутність цієї категорії в сучасних умовах, окреслюючи головні характерні особливості ПІ, їх цільове спрямування та необхідні умови дефініювання.

За допомогою класифікації інвестицій, запропонованої А. Загороднім та Ю. Стадницьким [49, с. 9], можемо ще раз підтвердити, що ПІ є реальними (за об'єктами вкладання коштів), прямими (за характером участі в інвестуванні), довготерміновими (за періодом інвестування), можуть бути приватними, державними, змішаними, а також від міжнародних організацій (за формами власності інвестора) вкладеннями коштів як у матеріальні, так і нематеріальні ресурси. Ця класифікація відображає лише найбільш суттєві ознаки такого роду економічного явища як інвестиції. З огляду на важливість ПІ як одного з видів інвестицій і те місце, яке вони займають у світовій економіці, з методологічної точки зору доречно систематизувати їх окрему класифікацію з метою подальшого

аналізування проблеми залучення ПІІ на підприємства, стану залучення та формування концепції розвитку відповідної системи на підприємствах, що зацікавлені використати ПІІ як економічний інструмент свого розвитку.

Необхідно зазначити, що спроби класифікації ПІІ виникали під час проведення досліджень в процесі розвитку теорій ПІІ. З точок зору різних аспектів ПІІ групувалися з практичною метою задля підтвердження чи спростування гіпотез конкретних досліджень науковців. Однак, серед вчених-економістів до цього часу немає чіткої одностайності щодо визначення спільних ознак класифікації ПІІ.

Найбільш вагомий науковий внесок у розробку зазначеної проблематики зробили Дж. Даннінг [164], Р. Кейвс [158] та К. Коджіма [212], які першими згрупували ПІІ за найсуттєвішими ознаками. А. Пехник [103] та В. Маслій [87] на основі нормативно-правових актів, які регулюють інвестиційну діяльність в Україні, класифікують ПІІ за типом інвестованих активів та формою інвестування.

Та найбільш базовим і загальновизнаним є поділ ПІІ на горизонтальні та вертикальні, який запропонував Р. Кейвс [158]. Проаналізувавши наукову літературу, можемо стверджувати, що горизонтальні ПІІ здійснюються з метою горизонтальної експансії у виробництві того ж чи схожого товару за кордоном, але в межах однієї галузі. Вони спричинені пошуком нових ринків збуту і можливістю задовольнити іноземний ринковий попит через організацію виробництва на цій же території. Такі ПІІ неминуче спричиняють адаптацію продукції до преференцій місцевих споживачів. Високі торгівельні витрати у формі митних тарифів та транспортні витрати є стимулом до збільшення обсягів цього типу інвестицій. Для горизонтальних ПІІ диференціація продукту є визначальним елементом ринкової структури. Вони здійснюються задля більш повного використання монополістичних чи олігополістичних переваг через патенти або диференційовані товари, особливо якщо експансія вдома була зупинена антимонопольним законодавством. Горизонтальні ПІІ надають іноземному інвестору можливість використання своїх технологічних переваг та досягнення ефекту масштабу виробництва. Вертикальні ПІІ – це «прямі інвестиції в галузі, що належать до різних стадій виробництва окремого продукту» [107, с. 21]. Вони надають змогу підприємству-інвестору

замінити окремі частини систем виробництва та збуту на неефективних ринках в межах самого підприємства. Мотивом для вертикальних ПІІ є насамперед пошук шляхів підвищення ефективності, тобто підприємства використовують географічні відмінності факторних витрат, результатом чого може стати географічна декомпозиція виробничого процесу залежно від факторної місткості. Так, працемісткий етап виробництва може розміщуватись там, де витрати на працю є низькими. Аналогічно відбувається і з капіталомістким етапом, який здійснюється на території з низькими витратами на капітал [220, с. 72]. Вертикальні ПІІ поділяються на зворотні і форвардні. Вертикальні зворотні ПІІ здійснюються з метою використання сировини, а форвардні – щоб бути ближче до споживачів через придбання точок збуту.

Не менш популярним та цитованим у науковій літературі є поділ ПІІ Дж. Даннінга, що був зроблений вченим в рамках його OLI-парадигми. Науковець вказує, що керуючись різними мотивами, ПІІ поділяються на такі групи [164, с. 57-60]:

1) ПІІ, спрямовані на пошук ринків. Такі ПІІ мають за мету обслуговування місцевого або/і регіонального ринків шляхом фізичної присутності; передбачають реплікацію виробничих потужностей у країні-реципієнті з адаптацією до смаків місцевих споживачів та специфічних вимог ринку. До них належать такі ПІІ, як експортно-заміщуючі (з позиції іноземного інвестора) та ті, метою яких є подолання тарифних бар'єрів. Основними факторами залучення цих інвестицій є розмір ринку та темпи його зростання. Потрібно зазначити, що тарифи та транспортні витрати, які перешкоджають доступу до місцевого ринку, також заохочують такі інвестиції.

2) ПІІ, спрямовані на пошук ресурсів. Метою цих ПІІ є заволодіння тими ресурсами, які є недоступними в країні базування іноземного інвестора. Дж. Даннінг виокремлює три типи ресурсів: а) фізичні ресурси (сировина, сільськогосподарська продукція); б) дешева і високо мотивована некваліфікована або середньої кваліфікації робоча сила; в) технічні можливості, управлінський чи маркетинговий досвід. Особливо у виробничому секторі ці інвестиції з самого початку є експортно-орієнтованими, тому для них надзвичайно важливими є ціни на фактори

виробництва. Визначальними факторами залучення ПП цієї групи є багатство природними ресурсами.

3) ПП, спрямовані на пошук шляхів підвищення ефективності. Метою цих інвестицій є пошук відносно недооцінених факторів виробництва: капіталу, праці, технологій. Вони відбуваються через ступінь доступності та вартості факторів виробництва, ефект масштабу та відмінності в смаках споживачів і можливостях пропозиції їх забезпечити. Ефективність діяльності забезпечується завдяки раціоналізації виробничої, збутової та маркетингової діяльності через спільне управління та активізацію синергетичного ефекту серед географічно розподілених операцій. Цей тип інвестицій у літературі називають також як «експлуатуючі активи» [228], «експлуатуючі компетенцію» [154] або ж «експлуатуючі ресурси країни-реципієнта» [215].

4) ПП, спрямовані на пошук стратегічних активів. Здійснюються такі інвестиції з метою утвердження та посилення своєї міжнародної конкурентоспроможності, придбання і доповнення технологічної бази. Подібно до ПП, спрямованих на пошук шляхів підвищення ефективності, завданням цієї групи ПП є використання переваг контролю над мережею окремих видів діяльності і потужностей, зосереджених у різних середовищах.

Дж. Даннінг стверджував, що мотиви перших двох груп ПП – пошук ринків і ресурсів – характеризують в основному первинні ПП, в той час як ПП, мотивовані пошуком шляхів підвищення ефективності та стратегічних активів, характеризують усі наступні ПП.

Змістовний аналіз мотивів сторони, що здійснює ПП, за їх групами представлений у праці Ч. Франка [177]. Загалом, за мотивами іноземних інвесторів ПП поділяють також на експансіоністські (наступальні) та захисні. Такий поділ особливо притаманний галузям із глобальною олігополістичною конкуренцією [107, с. 245; 160160]. Експансіоністські (наступальні) ПП використовують специфічні переваги підприємств приймаючої країни. До них належать розмір, науково-дослідний потенціал, прибутковість і можливість отримання нових технологій задля зростання обсягів продаж компанії, що інвестує, як у себе вдома, так і за кордоном.

Їх метою є посилити зростання та прибутковість власного підприємства. Захисні ПІІ здійснюються через дешеву робочу силу у приймаючій країні. Мотивом їх здійснення є зниження витрат виробництва і посилення зв'язків виробничих мереж, а метою – протидія зростанню та прибутковості підприємств-конкурентів.

Проаналізувавши літературні джерела, а також розуміючи багатоаспектність переліку ознак класифікації ПІІ, пропонується виокремлювати ПІІ залежно від сторони прямого іноземного інвестування, діяльність якої аналізується (інвестор чи підприємство, що залучає), і джерела отримання інформації, на основі якої класифікація реалізується (статистичні дані, результати якісних та кількісних методів дослідження). Класифікація ПІІ, яку ми систематизували та доповнили, представлена в табл. 1.2.

Базовою інформацією для аналізування ПІІ обох сторін прямого іноземного інвестування на рівні окремих територій є статистичні дані, які є результатом обліку та звітності ПІІ органами державної статистики. Вони є основою досліджень, присвячених оцінюванню різних аспектів прямого іноземного інвестування, як на макро-, так і на мікрорівні. Органи державної статистики фіксують два різні аспекти ПІІ: обсяги потоків та активи (запаси) ПІІ. Потоки ПІІ свідчать про кількість інвестицій, здійснених упродовж певного періоду часу, тоді як активи – про обсяги ПІІ в країні у конкретний момент часу. Як правило, зі зростанням потоків зростають і активи ПІІ.

Таким чином, на основі статистичних спостережень можна виділяти три найсуттєвіші ознаки класифікації ПІІ: їх напрям потоку, походження, а також спрямованість за видами економічної діяльності.

За напрямом потоку ПІІ поділяються на внутрішні, коли капітал з-за кордону інвестується у ресурси країни-реципієнта, та зовнішні, коли спостерігається вивіз капіталу з-за межі національних кордонів. За походженням ПІІ поділяються на такі, що здійснюються з розвинених країн, з країн, що розвиваються та офшорні. Не менш важливою є така класифікаційна ознака, як спрямованість за видами економічної діяльності, що надає інформацію як про стан та тенденції залучення ПІІ в регіоні/країні-реципієнті, так і про мотиви і сферу діяльності іноземного інвестора.

Таблиця 1.2

Класифікація прямих іноземних інвестицій

Ознаки		Прямі іноземні інвестиції	Характеристика прямих іноземних інвестицій	Сторони прямого іноземного інвестування як об'єкти дослідження
1		2	3	4
Напрямок потоку ПІІ	Внутрішні		ПІІ, що надходять в країну на внутрішні підприємства	Іноземний інвестор; підприємство (ідентифікація виду ПІІ на основі статистичних даних)
	Зовнішні		ПІІ, що здійснюються резидентами країни у ресурси закордоном	
Походження ПІІ	З розвинених країн	Визначення країн згідно класифікацій міжнародних організацій	Визначення країн згідно класифікацій міжнародних організацій	
	З країн, що розвиваються			
	Офшорні			
Спрямованість ПІІ за видами економічної діяльності	В первинний сектор економіки	Інвестиції в розрізі видів економічної діяльності у відповідності з їх класифікатором	Інвестиції в розрізі видів економічної діяльності у відповідності з їх класифікатором	
	У вторинний сектор економіки			
	В третинний сектор економіки			
Приналежність до виду продукту та стадій його виробництва	Горизонтальні		Горизонтальна експансія у виробництві того ж чи схожого продукту в межах одного виду економічної діяльності	
	Вертикальні:		Інвестиції у види економічної діяльності, що належать до різних стадій виробництва окремого продукту	
	- Зворотні		Інвестиції, метою яких є використання сировини, робочої сили	
	- Форвардні		Інвестиції, метою яких є близькість до споживачів через придбання точок збуту	
Мотиви іноземних інвесторів	Стратегічні	Спрямовані на пошук ринків	Інвестиції, що мають на меті розширення ринків збуту, обслуговування місцевого або/і регіонального ринків	Іноземний інвестор (ідентифікація виду ПІІ на основі результатів кількісних і якісних методів дослідження)
		Спрямовані на пошук активів/сировини	Інвестиції, що націлені на заволодіння тими ресурсами, які є недоступними в країні-донорі: корисні копалини, дешева робоча сила, ін.	
		Спрямовані на пошук шляхів підвищення виробничої ефективності	Інвестиції, націлені на пошук відносно недооцінених факторів виробництва	
		Спрямовані на пошук стратегічних активів	Інвестиції, що здійснюються з метою придбання і доповнення технологічної бази, а не використання існуючих активів	
	Притаманні галузям із глобальною олігополістичною конкуренцією	Експансіоністські (наступальні)	Використання специфічних переваг підприємств приймаючої країни, такі як розмір, науково-дослідний потенціал, прибутковість і можливість отримання нових технологій; мета - зростання та прибутковість підприємства через збільшення обсягів продаж	
		Захисні	Використання дешевої робочої сили у приймаючій країні; зниження витрат виробництва і посилення зв'язків виробничих мереж; мета – протидія зростанню та прибутковості підприємств-конкурентів	

Продовження таблиці 1.2

1		2	3	4
Характер використання капіталу в інвестиційному процесі		Первинні	Інвестиції, що здійснюються іноземним інвестором вперше	Іноземний інвестор; підприємство (ідентифікація виду ПІІ на основі результатів кількісних і якісних методів дослідження)
		Реінвестиції	Інвестиції, що здійснюються у результаті прибуткової господарської діяльності і спрямовані на розширення виробництва	
		Дезінвестиції	Від'ємні інвестиції підприємства, що є наслідком відчуження активів, попередньо переданих прямим іноземним інвестором об'єкту інвестування	
Суб'єкт здійснення		Стратегічні	Інвестиції крупних стратегічних інвесторів, переважно транснаціональних корпорацій, на які припадає найбільша частка загальних ПІІ	Підприємство (ідентифікація виду ПІІ на основі результатів кількісних і якісних методів дослідження)
		Інституційні	Інвестиції, що здійснюються іноземними фондами прямих інвестицій, венчурними капіталістами, міжнародними організаціями, зокрема МВФ, МБРР	
		Підприємницькі	Інвестиції, здійснені інвесторами-підприємцями, які структурно є невеликими за розміром та найбільш ризикованими	
Ефект на торгівлю	Конкретний	Імпортозаміщуючі	Інвестиції у виробництво тих товарів, які раніше імпортувались $\Rightarrow \downarrow$ ІМР, збільшується внутрішнє виробництво	
		Експортно-орієнтовані	Інвестиції, наслідком яких є використання джерел ресурсів, таких як сировина і проміжні товари, напівфабрикати, які використовуватимуться у виробництві інших товарів $\Rightarrow \uparrow$ ЕХР	
	Загальний	Торговельно-орієнтовані	Інвестиції, які генерують надлишковий попит на імпорт і надлишкову пропозицію експорту	
		Анти-торговельно-орієнтовані	Інвестиції, які мають несприятливий ефект на торгівлю	
Характер використання залученого капіталу *		Споживчі	Інвестиції, що «проїдаються»	
		Виробничо-технологічні	Інвестиції, спрямовані на розширення виробничого потенціалу	
		Венчурні	Інвестиції у високо ризиковані підприємства чи проекти, які тісно пов'язані зі сферою науково-дослідних та експериментально-конструкторських розробок	
Результат залученого капіталу *		Хижацькі	Інвестиції, наслідком яких є витіснення вітчизняних конкурентів, захоплення ринку через процедуру доведення внутрішніх підприємства до банкрутства	
		Прогресивні/Інноваційні	Інвестиції, наслідком яких є створення чи освоєння нових технологій, запровадження та імплементація інновацій; націлені на розвиток підприємства шляхом технологічного лідерства	
		Посередні	Інвестиції, що за результативністю є на середньому рівні з підприємствами з вітчизняним капіталом	

Примітка: систематизовано та запропоновано автором на підставі аналізування літературних джерел, * - доповнено автором

За спрямованістю за видами економічної діяльності ПІІ поділяються на такі, що залучені в: 1) первинний сектор економіки (АПК, видобуток сировини); 2) вторинний сектор економіки (виробництво, будівництво); 3) третинний сектор економіки (сфера послуг: транспорт, зв'язок, торгівля, туризм, ІТ, банківська сфера, освіта).

Характеризуючи діяльність іноземного інвестора в процесі прямого іноземного інвестування, передбачаються такі ознаки класифікації, як приналежність до виду продукту та стадій його виробництва, а також мотив іноземних інвесторів, змістова характеристика яких була розглянута вище.

Маючи за мету передбачити результативність залучених ПІІ на підприємства, можна виокремити таку ознаку, як ефект на торгівлю та запропоновані нами нові класифікаційні ознаки – характер використання залученого капіталу та результат залученого капіталу.

За ефектом на торгівлю ПІІ поділяються на імпортозаміщуючі та експортно-орієнтовані. Імпортозаміщуючі ПІІ спричиняють виробництво тих товарів, які раніше імпортувалися. Визначальними факторами цього виду ПІІ є розмір ринку приймаючої країни, транспортні видатки і торговельні бар'єри. Експортно-орієнтовані ПІІ мотивовані бажанням пошуку таких нових джерел ресурсів, як сировина і проміжні товари, напівфабрикати, які використовуватимуться у виробництві інших товарів. ПІІ цього типу будуть збільшувати експорт приймаючих підприємств через експорт сировини і проміжних товарів до країни-донора ПІІ і до інших країн, де розташовані філії чи дочірні підприємства ТНК.

Подібну класифікацію ПІІ, яка пов'язана із зовнішньою торгівлею у більш загальному вигляді без експортно-імпортних специфікацій запропонував К. Коджіма [212]. В процесі дослідження американських та японських ПІІ, вчений виявив, що ПІІ є або торговельно-орієнтовані, які генерують надлишковий попит на імпорт і надлишкову пропозицію експорту в початкових умовах торгівлі, тим самим активізуючи сприятливу промислову структурну перебудову, що веде до покращення добробуту, або антиторговельно-орієнтовані, які мають зворотний несприятливий ефект на торгівлю та структурну перебудову.

За характером використання залученого капіталу пропонується поділяти ПІІ на споживчі, виробничо-технологічні та венчурні. Споживчі ПІІ – це так звані «інвестиції, що проїдаються», які спрямовуються переважно у такі сфери послуг, як внутрішня торгівля, нерухомість. Таке спрямування свідчить про використання внутрішнього ринку іноземними інвесторами з метою отримання швидкого прибутку за рахунок швидкого обігу. За таких умов вплив ПІІ на економічне зростання країни є мінімальним. На підприємствах такі ПІІ спрямовуються насамперед на покриття поточних операційних витрат.

Виробничо-технологічні ПІІ спрямовуються на розширення виробничого потенціалу шляхом інвестицій в основний капітал, зокрема реконструкцію і будівництво нових виробничих потужностей, виробництва товарів з високою доданою вартістю, які у перспективі будуть збільшувати експортний потенціал підприємства.

Венчурні ПІІ спрямовуються на підприємства, які спеціалізуються на впровадженні нових інноваційних ідей та переважно інформаційних технологій, що є високо ризиковими. Ці інвестиції зосереджуються переважно в таких галузях, як електроніка, зв'язок, гена інженерія, охорона здоров'я та ін.

Керуючись попередніми міркуваннями щодо можливого впливу залучених ПІІ на розвиток підприємства та економічне зростання регіону/країни-реципієнта, за результатом залученого капіталу пропонується поділяти ПІІ на хижацькі, прогресивні (інноваційні) та посередні.

ПІІ можуть здійснюватися також як наслідок недобросовісних мотивів іноземних інвесторів. Такі ПІІ пропонується визнавати як хижацькі. Їх результатом є банкрутство підприємства, витіснення вітчизняних конкурентів та захоплення внутрішнього ринку.

Результатом прогресивних (інноваційних) ПІІ є створення чи освоєння нових технологій на підприємствах, запровадження та імплементація інновацій, а також створення нових галузей на рівні економіки приймаючої країни. Згідно з міжнародною класифікацією галузей економіки за ступенем інноваційності, який визначається як співвідношення витрат на дослідження та розробки до обсягів

продаж, виокремлюють чотири групи: 1) високотехнологічна група, куди входять фармацевтика і біотехнологічна промисловість, виробництво медичної техніки та надання медичних послуг, комп'ютерне та телекомунікаційне обладнання, а також комп'ютерні послуги (ступінь інноваційності $> 5\%$); 2) середньо-високотехнологічна група галузей – електронна промисловість, машинобудування, аерокосмічна промисловість, хімічна промисловість, виробництво товарів тривалого споживання для дому ($2\% < \text{ступінь інноваційності} < 5\%$); 3) середньо-низькотехнологічна група галузей – харчова промисловість, виробництво нафтогазового обладнання, електроенергетика, галузі туризму та зв'язку (ступінь інноваційності $= 1-2\%$); 4) низько технологічна група галузей – нафтогазова промисловість, металургія, будівництво і виробництво будівельних матеріалів, торгівля, транспорт (ступінь інноваційності $< 1\%$) [205, с. 36].

Здійснення посередніх ПІІ змотивоване підвищенням ефективності діяльності материнської компанії шляхом використання ресурсів приймаючого підприємства, зокрема більш дешевої та доступної робочої сили в порівнянні з країною базування. Результатом цих інвестицій є діяльність приймаючого підприємства на рівні середніх показників господарської результативності інших вітчизняних підприємств галузі. Використовуючи людські ресурси приймаючої країни і таким чином забезпечуючи високу зайнятість населення, посередні ПІІ відзначаються здебільшого лише соціальним ефектом на середовище, куди вони залучені.

В економічній літературі поширеним також є використання таких ознак класифікації, як суб'єкт здійснення та характер використання капіталу в інвестиційному процесі, за допомогою яких одночасно можна охарактеризувати інвестиційну діяльність обох сторін міжнародного інвестиційного процесу: як ту, що ПІІ здійснює, так і ту, яка їх залучає. За суб'єктом здійснення ПІІ поділяються на інституційні, підприємницькі та стратегічні інвестиції від ТНК [123, с. 140]. За характером використання капіталу в інвестиційному процесі ПІІ поділяються на [2, с. 23]: 1) первинні – інвестиції, що здійснюються іноземним інвестором вперше; 2) реінвестиції – інвестиції, що здійснюються у результаті прибуткової господарчої діяльності і спрямовані на розширення виробництва; 3) дезінвестиції – від'ємні

інвестиції підприємства, що є наслідком відчуження активів, попередньо переданих прямим іноземним інвестором об'єкту інвестування.

Зважаючи на динамічність ПІІ, запропоновані класифікаційні ознаки не можуть бути вичерпними. Однак, вони враховують найважливіші аспекти, що є необхідними для подальшого аналізування стану залучення ПІІ на підприємства та розвитку відповідної системи.

1.2. Теоретико-методологічні основи прямого іноземного інвестування

Враховуючи багатогранність об'єкту дослідження, розвиток сутності ПІІ важливо простежити через ретроспективний аналіз їх основних теоретичних концепцій та парадигм. Традиційно теоретичні концепції ПІІ представлені двома напрямками: мікроекономічним та макроекономічним. З макроекономічної точки зору ПІІ є конкретною формою потоку капіталу через державні кордони, з країни походження капіталу до приймаючої країни, що відображається у платіжному балансі. Основними питаннями дослідження цього напрямку є потоки та активи капіталу; доходи, отримані від здійснених інвестицій, їх вплив на економічний розвиток країн; взаємозв'язок ПІІ з міжнародною торгівлею, валютними курсами, з процесами глобалізації; інституційні проблеми регулювання іноземного інвестування, в тому числі особливості державної політики щодо залучення ПІІ. Він відображає глобальні, міжнародні, національні тенденції. На мікрорівні вчені зосереджують свою увагу на дослідженні умов середовища, мотивації сторін, особливостей прийняття рішення про здійснення ПІІ, оцінюванні ефективності інвестиційних проектів з точки зору інвесторів та аналізуванні їх впливу на діяльність материнської компанії. Що стосується процесу залучення ПІІ, більше уваги приділяється його макроекономічним, ніж мікроекономічним аспектам, зокрема механізму державного регулювання цієї сфери. Однак, вивчення теоретичних концепцій, що обґрунтовували причини здійснення ПІІ, є основою для вивчення мотивації потенційних іноземних інвесторів та використання одержаних знань при розробці системи залучення ПІІ на підприємство.

Незважаючи, що багато дослідників намагалися пояснити таке явище, як ПІІ, досі не існує єдиної теорії. Базовою в поясненні умов та особливостей прямого іноземного інвестування вважається еkleктична парадигма Дж. Даннінга. У табл. 1.3 відображено аналіз основних теорій ПІІ в хронологічному порядку, що дозволяє спостерігати розвиток та тенденції досліджень у сфері ПІІ.¹

Таблиця 1.3

Теорії прямих іноземних інвестицій

Теорії/ Парадигми	Автори	Роки	Проблематика	Причини здійснення ПІІ
Ринкової недосконалості/ Ринкової влади/ Монополістичних переваг	С. Хаймер Ч. Кіндл- бергер	1960 1969	Стратегічна поведінка підприємств та структура ринку. Пояснення рішення підприємства інвестувати за кордон як стратегія капіталізувати свої специфічні переваги над конкурентами в іноземній країні	Недосконалість ринку. Використання та збереження специфічних або монополістичних переваг підприємства, а також небажання їх передачі шляхом ліцензування у зв'язку з потенційною небезпекою втрати цих переваг
Парадигма циклу міжнародного виробництва товару	Р. Вернон	1966	Взаємозв'язок ПІІ і зовнішньої торгівлі; канали впливу життєвого циклу товарів і технологій на розвиток міжнародного бізнесу	Еволюція товару і його технологій виробництва. Збільшення тривалості життєвого циклу товару задля нарощення обсягів збуту
Теорія трансакційних витрат/ Теорія інтерналізації	Р. Коуз Р. Кейвс П. Бакклі М. Кассон	1937 1971 1976 1985	Взаємозв'язок ПІІ підприємства та його організаційної структури з метою створення внутрішнього ринку для зменшення витрат всередині підприємства	Зменшення трансакційних витрат. Розвиток та повне використання специфічних переваг підприємства у формі вертикальної інтеграції, що зумовлює нові операції та види діяльності, які раніше проводились ринком посередників, а відтепер – під керівництвом підприємства
Макроекономічна теорія ПІІ	К. Коджіма Т. Озава	1970- 80-ті	Аналізування потоків ПІІ на основі порівняльних переваг; вплив торгівельно-орієнтованих і антиторгівельно-орієнтованих інвестицій на добробут країн, між якими фіксуються потоки капіталу	Порівняльні переваги країни, доповнення яких є основним принципом позитивного впливу ПІІ
Еkleктична парадигма	Дж. Даннінг	1980- 90-ті	Аналізування специфічних активів підприємства в процесі здійснення ПІІ	Використання та посилення переваг власності, переваг місцезнаходження та переваг інтерналізації
Концепція «знання – капітал».	Дж. Маркузен, В. Ізір, Е. Гелпмен		Аналізування переваг власності, розміщення та інтерналізації з точки зору «знань» як капіталу, що є основою діяльності підприємства, що здійснює ПІІ	Висока мобільність послуг, можливість поширення яких спричинена володінням особливого виду капіталу – «знаннями»

Джерело: складено автором на підставі аналізування наукових праць

¹ Текст, викладений на наступних десяти сторінках, опублікований автором у статті «Теоретико-методологічні підходи до аналізування прямих іноземних інвестицій в контексті їх залучення» у науковому журналі «Стратегія розвитку України». Номер 9 у списку використаних джерел дисертації.

Слід зазначити, що до 60-х рр. ХХ ст. ПІ розглядались лише в контексті міжнародної торгівлі. З кінця 50-их рр. ХХ ст. економісти-неокласики (Е. Гекшер, Б. Олін, Р. Нурксе, К. Іверсен) інтегрували міжнародний рух факторів виробництва, зокрема капіталу, в теорію міжнародної торгівлі. Однак, ігнорувався факт, що ПІ є не лише потоком фізичного капіталу, а й інших компонентів, таких як управлінські практики та технологічний трансфер.

Зауважити теоретичні вади неокласичної теорії торгівлі і фінансової теорії портфелю вдалось С. Хаймеру, який першим розмежував портфельні та прямі іноземні інвестиції, чого не могла зробити традиційна теорія інвестицій, яка за основу брала різницю відсоткових ставок. Головною ознакою диференціації цих двох видів інвестицій науковець називає контроль за операційною діяльністю підприємства. Портфельні інвестиції забезпечують лише частку власності, але ніяк не контроль. Для С. Хаймера ПІ є стратегічним рішенням на рівні підприємства, а не фінансовим рішенням ринку капіталу.

Це спостереження стало підґрунтям для окремої теорії ПІ, яка була сформована у його дисертаційній роботі «Міжнародні операції національних підприємств: дослідження ПІ» 1960 р. [199]. В подальшому теорія була доповнена Ч. Кіндлбергом (1969), і стала відомою як парадигма Хаймер-Кіндлбергера. Питання інтернаціоналізації виробництва розглядалося з позиції монополістичного або олігополістичного характеру ринку. Стратегічна поведінка підприємств, ринкова структура та їх взаємозв'язки досліджувались на основі індустріальної організаційної теорії та вивченні недосконалостей ринку. Саме за умови наявної недосконалості ринку можливим є існування ПІ [211, с. 11-12]. Якщо ринок працює ефективно, відсутні жодні бар'єри в умовах торгівлі чи конкуренції, то міжнародна торгівля залишається єдиним способом присутності на іноземному ринку.

Причиною здійснення ПІ є дисторсія, недосконалості ринку факторів виробництва. Вони в свою чергу є результатом дій з боку державних органів влади та підприємств, які порушують хід вільної конкуренції. Розглядаючи багатонаціональні підприємства, які цілеспрямовані більше на міжнародне виробництво, а не міжнародний обмін, С. Хаймер припускав, що вони перебувають

у менш вигідному становищі порівняно з внутрішніми підприємствами приймаючої країни. Місцеві підприємства завжди будуть краще проінформовані про специфіку внутрішнього економічного середовища. Зважаючи на цю обставину, С. Хаймер задав важливе запитання: як за таких умов іноземне підприємство може успішно конкурувати з місцевими підприємствами? Стикаючись з додатковими витратами ведення бізнесу за кордоном, підприємство, яке здійснює ПІІ з метою ведення прибуткової діяльності і створення доданої вартості, повинне володіти конкретними специфічними перевагами над місцевими підприємствами у сферах інновацій, фінансів, маркетингу. Такі переваги виникають у зв'язку з недосконалістю ринків, якими користуються багатонаціональні підприємства і можуть проявлятися у формі більших обсягів капіталу, чи його ціни; нематеріальних активів (торгові марки, патенти, краща якість менеджменту); кращих маркетингових технік (дослідження ринку, реклама, промо-акції); диверсифікації продукції; кращих технологій (здатність переводити наукові знання у комерційне використання); привілейованого доступу до природних ресурсів, які використовуються у виробництві; економії масштабу на рівні підприємства. Перелічені переваги можуть забезпечувати життєздатність здійсненої прямої інвестиції. Окрім цього, специфічні переваги є бар'єрами, за допомогою яких олігополістичні підприємства шукають можливості оминати ринкову конкуренцію [165, с. 230]. Цікавим є висновок науковця щодо впливу ПІІ. Хоча С. Хаймер визнавав значну роль ПІІ у підвищенні приватного добробуту, та все ж їх вплив на соціальний добробут він оцінював як негативний, зокрема через створення ієрархії, нерівного розподілу вигод та нерівномірного розвитку між країнами, з яких багатонаціональні підприємства походять і, як правило, є більш розвиненими та приймаючими менш розвиненими країнами.

Таким чином, головною причиною здійснення ПІІ за С. Хаймером є специфічні переваги підприємств, що забезпечують ринкову владу і є стимулом до захоплення нових ринків.

З метою пояснення конкретних видів ПІІ, які здійснювались підприємствами США у виробничий сектор Західної Європи у післявоєнний період, використовувалась теорія життєвого циклу продукту, розроблена Р. Верноном у

1966 р. на основі кривої життєвого циклу продукту, запозиченої з концепції маркетингу [257], яка описує динамічну взаємодію між міжнародною торгівлею та іноземним інвестуванням. Р. Вернон виділяє чотири фази життєвого циклу продукту: винаходу, зростання, зрілості та спаду. Згідно теорії, життєвий цикл продукту та відповідна зміна витрат підказує керівникам підприємств три види рішень: виробляти продукт вдома, експортувати його чи переносити виробництво на іноземні ринки. На основі США, промислово розвинених країн та менш розвинених країн Р. Вернон показує взаємозалежність імпорتنих та експортних операцій, створення міжнародного виробництва, а також поведінку споживачів залежно від фаз життєвого циклу продукту. Згідно цієї теорії логічним продовженням діяльності підприємства-інноватора після експорту є започаткування самого виробництва цього продукту на ринку-імпортера [107, с. 67], що пояснюється бажанням зберегти свою конкурентоспроможність на позиціях лідера, а також прибутковість від виробництва та збуту продукту. Теорія життєвого циклу продукту не стала універсальною в плані пояснення діяльності багатонаціональних підприємств і здійснених ними ПІІ, але дала окремі важливі узагальнення та наукові висновки. Слід зауважити, що Р. Вернон, оцінюючи перспективи використання його теорії, зробив деякі застереження, а саме: існування різних видів багатонаціональних підприємств залежно від їх інноваційного потенціалу та розмірів зумовлює різну стратегічну поведінку в контексті організації первинної розробки інноваційного продукту і його подальшого експорту. Найбільші перспективи застосування цієї теорії мають відносно невеликі багатонаціональні підприємства, де розвиток продукту описується моделлю «місцеве виробництво → експорт → виробництво за кордоном», а також операції багатонаціональних підприємств з перенесення працевітких експортно-орієнтованих виробництв у країни, що розвиваються [107, с. 70].

Наступним етапом розвитку теоретичної думки в сфері ПІІ став розвиток ідей інтерналізації, що належать П. Баклі, М. Кессону, Р. Коузу, Р. Кейвсу. На їх думку, основною ціллю ПІІ є зменшення трансакційних витрат. Термін «трансакційних витрат» ввів Р. Коуз ще у 1937 р. і визначав їх як витрати на угоди: «щоб здійснити

ринкову трансакцію, необхідно визначити, з ким бажано заключити угоду, на яких умовах, провести переговори, підготувати договір і т.д.» [66, с. 9].

Ті види діяльності, які раніше проводились через посередників, шляхом вертикальної інтеграції можуть опинитися під керівництвом підприємства. Трансакційні операції в межах підприємства є виключно йому підконтрольними, а тому є дієвим інструментом зменшення витрат. Відтак, концепція інтерналізації асоціюється із можливостями підприємства використовувати трансферні ціни поміж організаційними підрозділами з метою максимізації власних прибутків [163, с. 11]. Основною ідеєю інтерналізації є об'єднання усіх технологій та ноу-хау в межах підприємства. Створюючи свій власний внутрішній ринок, підприємство має змогу оминати кордони країни походження [225, с. 70].

Таким чином, концепція інтерналізації встановлює зв'язки між ПП підприємства та його внутрішньою організацією, зберігаючи ієрархічну інтеграцію бізнес-функцій. Її автори критикували попередні теорії за надмірне акцентування уваги на виробничій функції і нехтуванні такими перевагами підприємства на мікрорівні як вміння бути лідером, здатність організувати міжнародну діяльність; ефективна система менеджменту; раціональне використання маркетингових, людських ресурсів; ефективний фінансовий менеджмент. Перелічені характеристики дозволяють підприємству розширювати свої операції на нові ринки та галузі. На думку розробників теорії інтерналізації, підприємства отримують свою конкурентну перевагу не як наслідок використання єдиного специфічного фактору у визначеній функціональній сфері, а завдяки своїй здатності інтерналізувати ноу-хау, яке їм належить, замість простої передачі іншим (зовнішнім) організаціям. Загалом сутність процесу інтерналізації відображається в такому: за умови володіння визначеними матеріальними і/або нематеріальними активами, які являються специфічними перевагами і дозволяють здійснювати успішну діяльність на іноземних ринках, підприємство прагне до найбільшого контролю над ними та їх дохідністю, тому включає їх функціонування у внутрішньофірмову структуру завдяки ПП. Підприємства організовують свою внутрішню діяльність таким чином, щоб розвивати свої специфічні переваги і використати їх в подальшому сповна.

П. Баклі та М. Кессон вважали, що прийняття рішення про ПІІ залежить від балансу між такими групами факторів [107, с. 88]:

- 1) специфічних для даної галузі промисловості (характер продукції, структура ринку, масштаби виробництва, ефект масштабу);
- 2) специфічних для регіону (розмір території, рівень розвитку інфраструктури, відстань між підприємствами, культурні особливості та традиції);
- 3) специфічних для нації або держави (політичні фактори, податкове та фінансове законодавство і т. п.);
- 4) специфічних для підприємства (управлінський та виробничий досвід).

Отже, підприємство здійснює ПІІ головним чином, щоб використати економію масштабу, технологічні та управлінські ноу-хау, обійти урядові та ринкові обмеження і в такий спосіб мінімізувати трансакційні витрати.

Аналізування ПІІ з-за межі мікрорівня підприємства та ринкової структури вивели японські вчені К. Коджіма та Т. Озава [213], які брали неокласичні моделі торгівлі за відправну точку і розширювали їх з метою пояснення моделі іноземного виробництва. Зважаючи, що мікроекономічний підхід до аналізування розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства характеризувався більшою мірою фрагментарністю та секторальністю і не передбачав врахування порівняльних переваг країни, вчені намагалися усунути цей недолік. Запропонована ними модель мала на меті врахувати тренди у динаміці національних переваг шляхом поєднання таких змінних мікрорівня, як відносна забезпеченість факторами виробництва та нематеріальні активи із макрозмінними – державною промисловою та торгівельною політикою. На їх думку, ПІІ є інструментом передачі капіталу, технологій і управлінських навиків з країни-донора у приймаючу країну. Важливе місце у теорії займають рекомендації країнам, що розвиваються, стосовно найефективнішого залучення ПІІ. Воно повинно здійснюватись за принципом «доповнення порівняльних переваг», що передбачає спрямування ПІІ у той вид економічної діяльності, який для країни походження ПІІ є його порівняльною перевагою. Найбільш важливим для приймаючої країни є вибір щодо визначення галузі і конкретних технологій, які вони бажають отримати, оскільки метою ефективною

економічної політики є доповнення тих стимулів для ПП, які забезпечуються ринковою структурою конкретної галузі.

Новим витком розвитку у дослідженні проблематики ПП стала еkleктична парадигма Дж. Даннінга, яка набула повного систематизованого вигляду у циклі публікацій 1983-1993 рр.. Не будучи принципово новою теорією, вона об'єднує окремі характерні елементи різних теоретичних підходів. Таким чином, парадигма зосереджує увагу на використанні активів, які Дж. Даннінг прокласифікував як переваги власності, переваги розміщення та переваги інтерналізації. Перелічені групи переваг містять в собі як елементи макроекономічної теорії ПП, так і мікроекономічної теорії багатонаціональних підприємств. Так, з теорії ринкової влади С. Хаймера і монополістичних переваг Ч. Кіндлбергера, які першими приділили значну увагу специфічним активам підприємства, Дж. Даннінг сформував переваги власності. Ідеї трансакційних витрат та інтерналізації Р. Коуза, П. Баклі, М.Кессона, Р. Кейвза стали джерелом для формування переваг інтерналізації, а макроекономічні аспекти прямого іноземного інвестування К. Коджіми та Т.Озави і специфічні особливості виробництва товару в контексті його життєвого циклу лягли в основу переваг розміщення. На відміну від теорії С. Хаймера, еkleктична парадигма Дж. Даннінга оцінює наявний стан багатонаціонального підприємства, або ж словами автора – парадигма пояснює «що є», а не «що повинно бути» [164, с. 76]. Підсилюючи роль захисту переваг власності, які закономірно повинні розвиватись в межах самого підприємства, без можливості їх продажу чи ліцензування, Дж. Даннінг поєднав теоретичні дискусії С. Хаймера і Р. Коуза.

Основними категоріями еkleктичної парадигми, відомої також як OLI-парадигма, є:

1) О – переваги власності (ownership advantages). Ця характеристика вказує на ті нематеріальні активи, які є в ексклюзивному володінні підприємства і можуть бути передані в межах багатонаціонального підприємства, що сприятиме збільшенню доходів чи зниженню витрат. Зважаючи на додаткові витрати, які виникають при операційній діяльності на ринках різних країн, для успішного виходу на новий

іноземний ринок, підприємство повинне володіти певними характеристиками, тобто специфічними перевагами. Дж. Даннінг виділяє три типи специфічних переваг:

- монопольні переваги, які проявляються у формі привілейованого доступу до ринків через володіння обмеженими природними ресурсами, патентами, торговельними марками;
- технологічні переваги, які з'являються в процесі активної інноваційної діяльності;
- переваги, пов'язані з розміром підприємства (ефект масштабу).

Важливо, що на відміну від своїх попередників, Дж. Даннінг розглядає такий ще фактор, як час. Підприємства зацікавлені здійснювати ПІІ, щоб пролонгувати і посилити свої переваги власності, оскільки за своєю природою вони не статичні, а їх формування «з нуля» є доволі затратним процесом. Таким чином, перенесення переваг власності у формі ПІІ створює синергетичний ефект і зворотній зв'язок, в результаті чого для багатонаціонального підприємства з'являються додаткові можливості у вигляді доступу до нових ринків капіталу, інформації, диверсифікації ризиків і т.п.

2) L – переваги місцезнаходження (location advantages). Вони є вирішальними факторами при виборі країни, яка стане приймаючою стосовно діяльності підприємства, яке планує здійснення ПІІ. Специфічні переваги кожної країни можна поділити на три категорії:

- економічна категорія, від якої багатонаціональне підприємство очікує отримати економічні вигоди. Це кількісні та якісні фактори виробництва, транспортні витрати, стан інфраструктури, розмір ринку та ін.;
- політична категорія, яка характеризує політику державних органів, спрямовану на регулювання потоків ПІІ, захист прав власності, можливості іноземних резидентів проводити повноцінну економічну діяльність;
- соціальна категорія, що визначається відстанню між країною-донором ПІІ та країною-реципієнтом. Сюди відносяться такі фактори впливу, як культурні відмінності, ставлення до іноземців, специфічні особливості ведення бізнесу тощо.

3) I – переваги інтерналізації (internalization advantages). При наявності перших двох типів переваг, підприємству має бути вигідне їх використання в кооперації з його іншими уже задіяними факторами. До переваг інтерналізації відносяться вигоди, які з'являються внаслідок уніфікованого керівництва мережею активів підприємства, розташованих у різних країнах. Вони надають підприємству поле для маневрування щодо вибору способів використання своїх вигод – від продажу товарів чи послуг до різноманітних коопераційних угод між пов'язаними підприємствами. Як вже було зазначено, інтерналізація є засобом подолання недосконалості ринку, що зустрічається у формі монопольної політики учасників, невизначеності попиту та пропозиції, непослідовної та нераціональної поведінки суб'єктів чи асиметрії інформації, за допомогою створення свого внутрішнього ринку.

Еклектична парадигма Дж. Даннінга вказує, що переваги власності, розміщення та інтерналізації будуть відрізнятися залежно від специфіки кожного підприємства та економічних, політичних, соціальних характеристик країн, що ПІІ залучають. Тому стратегічна поведінка підприємств, їх моделі виробництва та обсяги будуть залежати від викликів та можливостей, запропонованих середовищами різних країн. Слід зауважити, що еклектична парадигма Дж. Даннінга не диференціює ПІІ за їх типами, розглядаючи першочергово інвестиції «з нуля».

Еклектична парадигма Дж. Даннінга на сьогодні є найбільш поширеним концептуальним підходом у світовій економічній літературі щодо пояснення ПІІ та діяльності багатонаціональних підприємств. Вона одержала подальший розвиток у працях інших авторів, які намагалися пояснити здійснення ПІІ у різних аспектах. Зокрема, Дж. Маркузен, В. Ізієр, Е. Гелпмен запропонували низку підходів, об'єднаних концепцією «знання – капітал». Вони пояснювали ключові переваги OLI - парадигми з позиції оцінки знань як капіталу, охоплюючи людський капітал, патенти, торговельні марки, репутацію та інші види знань [107, с. 126].

Підсумовуючи теоретичні парадигми розгляду проблематики ПІІ, бачимо, що не існує єдиної теорії, яка змогла б охопити та пояснити всю специфічність ПІІ і рішень багатонаціональних компаній стосовно їх розміщення. В той час, як неокласична модель міжнародної торгівлі, яка пояснює рух капіталу через його

різницю в доходах, була різко розкритикована у зв'язку з припущенням досконалої конкуренції, OLI - парадигма Дж. Даннінга виявилась кращим підходом в поясненні ПІІ, оскільки розглядає багатонаціональні компанії як підприємства з ринковою силою та охоплює найбільш вагомні аспекти попередніх теоретичних розробок.

При подальшому аналізуванні необхідно взяти до уваги, що ні макроекономічна теорія ПІІ, ні мікроекономічна теорія багатонаціональних підприємств С. Хаймера не беруть до уваги ірраціональну та непередбачувану людську поведінку і схильні припускати, що інформація є безкоштовною та досконало симетричною. Однак, Р. Коуз та Дж. Даннінг усвідомлювали можливі трансакційні невдачі, спричинені асиметрією інформації, опортунізмом та моральним ризиком [157, с. 4]. Іншою характерною рисою більшості досліджень у сфері прямого іноземного інвестування є те, що вони проводяться сфокусовано зі сторони того, хто такі інвестиції здійснює, а не залучає.

1.3. Умови і особливості залучення прямих іноземних інвестицій на підприємства

Залучення 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.

Опрацювання наукових джерел [27; 72; 75; 97; 115; 216216] дають змогу стверджувати, що під системою залучення ПІІ на підприємство слід розуміти сукупність її окремих компонентів та взаємозв'язків між ними. В системі залучення ПІІ на підприємства такими компонентами є суб'єкти прямого іноземного інвестування, які функціонують та перебувають під впливом конкретного бізнес-середовища; об'єкти залучення (власне ПІІ); інвестиційні проекти, потреба в реалізації яких є однією з головних причин залучення ПІІ, а також форми залучення

ПШ, вибір яких залежить від специфіки конкретного інвестиційного проекту, мотивів суб'єктів системи та їх взаємоузгодження.

Виокремлення компонентів системи залучення ПШ дасть змогу пояснити поведінку зацікавлених сторін та визначити їх взаємозв'язки. Відтак, головним компонентом системи залучення ПШ на підприємства є її суб'єкти, що безпосередньо взаємодіють задля досягнення поставлених цілей та мають можливість цілеспрямованого впливу на об'єкт залучення – ПШ. За визначенням «Енциклопедії інвестицій» [43] суб'єктом є «носій певного виду і сфери діяльності; джерело активності, спрямованого на об'єкт» [43, с. 456]. Суб'єктами інвестиційної діяльності є «сукупність фізичних і юридичних осіб – безпосередніх інвесторів і учасників інвестиційної діяльності» [43, с.457].

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 ПШ на підприємство, та прямі іноземні інвестори, від мотивів та преференцій яких залежатиме перебіг та результат залучення ПШ. Слід зауважити ключову річ: підприємці є центральною фігурою у здійсненні будь-якої підприємницької діяльності і в процесі залучення ПШ на підприємство в тому числі, оскільки саме підприємець контролює і управляє цим процесом, обираючи зокрема і вид іноземного інвестора, який є найбільш відповідним для реалізації його інвестиційного проекту.

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. Прямі інвестори не є гомогенними за своєю природою. У науковій літературі існують різні способи їх групувань. Так, Б. В. Губський [35] розрізняє індивідуальних та інституційних інвесторів. На його думку, відмінними їх між собою роблять масштаб ресурсів, якими вони володіють, а також характер і методики прийняття рішень. В той час, як індивідуальний інвестор здійснює інвестиційну діяльність самостійно,

інституційний інвестор займається акумулюванням коштів та провадить інвестиційну діяльність як посередник. До групи інституційних інвесторів відносять інвестиційні фонди та компанії, пенсійні фонди, страхові компанії, взаємні фонди, а також банки. Однак, їх активність зосереджується більше на ринку цінних паперів. Слід зауважити, що Б. В. Губський не враховує фонди прямих інвестицій та венчурних капіталістів, які також належать до інституційних інвесторів, однак вибудовують свою діяльність на основі прямих контактів з представниками потенційних об'єктів інвестицій. Як окремих суб'єктів виділяють також уряд.

У подальшому дослідженні пропонується використовувати поділ прямих іноземних інвесторів на три види, який узагальнив В. Г. Федоренко [123, с. 140]: 1) транснаціональні компанії (ТНК); 2) інституційні інвестори (зокрема, фонди прямих інвестицій чи міжнародні фінансові організації, такі як МФК та ЄБРР); 3) 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.

З метою виокремлення найбільш відповідного для підприємства виду іноземних інвесторів згідно з його вихідним умовами та потребами необхідно конкретизувати кожен категорію прямих іноземних інвесторів з притаманними їм характеристиками.

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. Як правило, фінансування відбувається через викуп частки власності статутного капіталу більше 25%, що дозволяє їм, використовуючи представництво в органах керівництва підприємства, брати активну участь в управлінні об'єктом інвестування та реалізації інвестиційного проекту, який повинен принести плановий прибуток. Опісля досягнення запланованого результату, фонди прямих інвестицій виходять з бізнесу через механізми первинного публічного розміщення (IPO – Initial Public Offer) або продажу своєї частки власності статутного капіталу іншим інвесторам або ж представникам цільового підприємства. Необхідно зазначити, що фонди прямих інвестицій не є однорідними щодо своєї діяльності і відрізняються за схильністю до здійснення інвестицій залежно від стадії розвитку бізнесу, галузі бізнесу, ставленням до ризику тощо. В той час, коли одні надають перевагу інвестувати в інвестиційні проекти на початкових етапах, коли присутня лише бізнес-ідея для подальшої комерціалізації (переважно у високотехнологічних галузях), інші розглядають лише успішно функціонуючі підприємства традиційних галузей з метою нарощення їх потужностей та подальшого зростання.

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. Венчурні капіталісти здійснюють інвестиції на різних стадіях розвитку підприємства, що відображено в табл. 1.4.

Особливої уваги серед інституційних інвесторів заслуговують також такі міжнародні інвестори, як ЄБРР і МФК, які фінансуються державними органами

різних країн і, як наслідок, мають відмінні цілі, аніж проста максимізація прибутку. Для перехідних економік такими цілями є реструктуризація підприємств і створення ефективних ринкових умов, які забезпечили б сталий розвиток [123, с. 142]. Підприємства, які претендують на фінансування від цих установ повинні характеризуватися особливим статусом в контексті важливості розвитку певних галузей на державному рівні.

Таблиця 1.4

Венчурне фінансування залежно від стадії розвитку підприємства

Етапи фінансування	Цільове призначення фінансування
«Посівне» фінансування	Невеликі обсяги капіталу призначені для техніко-економічного обґрунтування продукту, його розробки, маркетингових досліджень, вдосконалення стратегій розвитку бізнесу та попереднього аналізування та розрахунків інвестиційного проекту
Раннє фінансування	Завершення розробки продукту, підбір команди управління, вдосконалення довгострокового бізнес-плану, початок маркетингових кампаній. Отримання такого роду фінансування є дуже складним завданням через високу ризикованість підприємств на ранньому етапі розвитку
Фінансування першого етапу	Фінансування стартової діяльності повномасштабного виробництва, маркетингової та збутової діяльності підприємства, а також діяльності націленої на підбір керівного персоналу
Фінансування другого етапу	Фінансування робочого капіталу підприємств, що вже розпочали виробничу та збутову діяльність і сформували оборотні фонди
Фінансування третього етапу	Фінансування підприємств, що є прибутковими, однак потребують капіталу для проведення науково-дослідної діяльності, спрямованої на виробництво нових продуктів, збільшення виробничих потужностей та частки ринку
Проміжне фінансування (bridge financing)	Фінансування підприємств, що запланували зміну організаційно-правової форми господарювання на публічне акціонерне товариство впродовж наступного року і потребують додаткового робочого капіталу, щоб перекрити проміжок нестачі

Джерело: складено автором на основі [240, с. 168]

Основною метою приватних інвесторів (інвесторів-підприємців) є використання специфічних переваг країни, галузі, місцевого підприємства з подальшим отриманням прибутку. Зважаючи, що пряме іноземне інвестування вимагає від інвестора значних коштів, ця група орієнтується на малі та середні підприємства, які легше проконтролювати. Більшість інвестицій здійснюються у не грошовій формі, надаючи перевагу трансферу обладнання і технологій виробництва. Діяльність групи інвесторів-підприємців є найбільш ризикованою. В межах цієї групи виокремлюють так званих бізнес-ангелів, які займаються прямим інвестуванням комерційної діяльності, зазвичай на її ранніх етапах розвитку. Їх

основним полем діяльності є молоді перспективні підприємства з дефіцитом власних фінансових ресурсів, але з інноваційною ідеєю. Групи бізнес-ангелів почали формуватися в середині 90-их рр.. в Силіконовій Долині США. Зазвичай бізнес-ангелами є успішні підприємці, які готові запропонувати молодим підприємствам не лише свій капітал, а й знання, ділові зв'язки та іншу допомогу. Ступінь участі бізнес-ангелів залежить від їх особистого досвіду, наявності вільного часу та особистих цілей [138]. Вони можуть займати як активну, так і пасивну позицію в управлінні підприємством, в яке інвестують. Як правило, такий інвестор не вимагає отриманий прибуток негайно, а реінвестує його з метою максимального збільшення вартості підприємства з наступним продажем своєї частки. При виборі інвестиційного проекту бізнес-ангели найбільше уваги звертають на особистість підприємця. Окрім цього, вирішальними є потенціал зростання сегменту ринку, а також конкурентні переваги товару. Співпраця з бізнес-ангелами має ряд переваг та недоліків. До переваг відносять насамперед готовність бізнес-ангелів до ризику; надання коштів, як на розвиток бізнесу, так і на його відкриття; гнучкість прийняття фінансових рішень, позбавлених бюрократичних формальностей; можливість професійних консультацій, досвід управління, зв'язки в ділових колах. Недоліком може стати надмірна управлінська участь, що позбавляє підприємця самостійності, а також обмежені фінансові ресурси у порівнянні з банківськими установами, венчурними капіталістами чи стратегічними інвесторами. Однак, переваги від залучення інвестицій бізнес-ангелів значно переважають їх недоліки, тому вони залишаються чи не єдиним джерелом фінансування свого розвитку для новостворених підприємств та підвищення їх ділової активності загалом.

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. Окрім того, що вони значною мірою визначають зовнішні умови функціонування головних суб'єктів через формування бізнес-середовища, також можуть бути активними учасниками реалізації конкретного інвестиційного проекту як зв'язна ланка між

головними суб'єктами. Співпраця з державними органами влади трапляється у випадках особливої значимості інвестиційного проекту для розвитку регіону чи країни загалом. Однак, в більшості випадків така можливість є ситуативною та залежить від рішення головних суб'єктів системи. Результати аналізування практичних матеріалів за проблемою дають змогу узагальнити функції суб'єктів системи залучення ПІІ, які відображені на рис. 1.2.



Рис. 1.2. Функції суб'єктів системи залучення ПІІ на підприємства
Джерело: розроблено автором

Необхідно зауважити, що функціонально державні органи можуть виступати і в якості посередників між головними суб'єктами системи залучення ПІІ. Це відбувається у випадку, коли з ініціативи держави створюється Агентство із залучення інвестицій, основна діяльність якого спрямована на залучення інвестицій та їх післяінвестиційну підтримку. Як засвідчує міжнародна практика залучення ПІІ на підприємства, в поєднанні із впровадженням комплексної політики сприятливого інвестиційного клімату агентства із залучення інвестицій є одними із найбільш ефективних інструментів залучення ПІІ. Зважаючи на їх роль, яку вони здатні виконувати, ми виділяємо такого типу організації як окремий другорядний суб'єкт системи залучення ПІІ на підприємство.

Як показує практика, ПІІ залучаються на підприємство під конкретний інвестиційний проект, який може зацікавити іноземного інвестора. Під інвестиційним проектом у науковій літературі прийнято розуміти обмежену у часі діяльність, що спрямована на досягнення визначених цілей шляхом використання ресурсів (фінансових, людських, виробничих та ін.), які є лімітованими за своєю природою [62, с. 193; 135, с. 15-16].

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 навички 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.

На основі вивчених наукових джерел [24; 26; 28; 35; 216; 237] можна узагальнити, що критерії відбору інвестиційних проектів іноземними інвесторами поділяються на такі групи:

- 1) фінансові критерії (чиста теперішня вартість грошових потоків, індекс прибутковості, внутрішня норма дохідності, період окупності тощо);

- 2) ринкові критерії (частка ринку, потенціал ринку до зростання, темпи зростання ринку, оцінка купівельної спроможності споживачів, оцінка конкурентів);
- 3) 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.

Схему відбору інвестиційних проектів інституційними інвесторами, зокрема венчурними капіталістами та фондами прямих інвестицій, на основі дослідження, що проводилось Гарвардською бізнес-школою, узагальнено в Додатку А.

Окремим компонентом системи залучення ПІІ на підприємство є форми залучення ПІІ, які втілюють організаційну реалізацію ПІІ. Від визначення суб'єктами конкретної форми, в якій ПІІ плануються залучатись, безпосередньо залежить специфіка функціонування системи залучення ПІІ на підприємство, вплив залучених ПІІ на підприємство, його структура та подальший розвиток загалом.

Узагальнюючи літературні джерела [35; 40; 63; 103; 107; 109; 118; 123], форми залучення ПІІ пропонується поділяти на корпоративні та договірні, розмежування яких наведено в табл. 1.5.

Таблиця 1.5

Форми залучення ПІІ на підприємства

Корпоративні форми		Договірні форми
Форми здійснення/ залучення	Інвестиції у створення підприємств «з нуля» (greenfield investments)	<ul style="list-style-type: none"> • Субпідряд; • ліцензування; • франчайзинг; • послуги аутсорсингу; • інші договірні домовленості
	Злиття та поглинання (merges and acquisitions) -«brownfield investments»	
	Інвестиції у створення спільних підприємств (joint ventures)	
Організаційні форми	Дочірнє підприємство	
	Асоційоване підприємство	
	Філія	

Джерело: узагальнено автором на основі аналізування наукових і практичних матеріалів

Одним із ключових аспектів відмінностей між формами ПІІ є питання контролю – одної з основних особливостей сутності ПІІ. Виявлено, що у випадку

корпоративних форм залучення ПІІ, які передбачають інтерналізацію господарської діяльності, іноземний інвестор може володіти абсолютним контролем, що залежить від частки власності у статутному капіталі. Договірні форми залучення ПІІ за своєю суттю наближаються до процесу екстерналізації, де підприємство-інвестор не здійснює контроль, а лише шляхом управлінського впливу може обумовлювати операції і поведінку підприємства-партнера.

Варто наголосити на тому, що запропоноване групування не суперечить чинному законодавству, що регулює сферу прямого іноземного інвестування, лише є більш систематизуючим. Так, базовим законодавчим актом Законом України «Про режим іноземного інвестування» від 19.03.96 року № 93/96-ВР визначено, що іноземні інвестиції можуть здійснюватись у формах: часткової участі у підприємствах, що створюються спільно з українськими юридичними і фізичними особами, або придбання частки діючих підприємств; створення підприємств, що повністю належать іноземним інвесторам, філій та інших відокремлених підрозділів іноземних юридичних осіб або придбання у власність діючих підприємств повністю; придбання нерухомого чи рухомого майна; придбання прав на користування землею та використання природних ресурсів; підприємницької діяльності на основі угод про розподіл продукції; в інших формах, які не заборонені законами України, в тому числі без створення юридичної особи на підставі договорів із суб'єктами господарської діяльності України. З точки зору інвестованих активів стаття 2 Закону України «Про режим іноземного інвестування» від 19.03.96 року № 93/96-ВР вказує, що іноземні інвестиції можуть здійснюватись у вигляді іноземної та національної валюти; будь-якого рухомого і нерухомого майна та пов'язаних з ним майнових прав; цінних паперів, а також корпоративних прав (прав власності на частку (пай) у статутному капіталі юридичної особи); будь-якого права інтелектуальної власності; права на здійснення господарської діяльності, включаючи права на користування надрами та використання природних ресурсів; інших цінностей відповідно до законодавства України.

Згідно з визначенням щорічного Світового інвестиційного звіту ЮНКТАД, підприємство з іноземними інвестиціями – це неакціонерне або акціонерне

підприємство, в якому іноземний інвестор має реальний вплив на управління [248, с. 67]. Підприємство з іноземними інвестиціями може приймати такі організаційні форми, як дочірнього підприємства, асоційованого підприємства та філії.

Дочірнє підприємство є корпоративним підприємством, у якому материнська компанія має більше, ніж 50% капіталу і має право назначати або звільняти більшість членів усіх рівнів управління (інституційного, управлінського, технічного).

В асоційованому підприємстві, яке також є корпоративним підприємством, іноземний інвестор володіє від 10% до 50% капіталу і має реальний вплив на управління.

Філія є некорпоративним підприємством, яке цілком належить прямому іноземному інвестору. Таким чином, дочірнє підприємство і асоційоване підприємство є окремими юридичними особами в країні, де вони розташовані, тоді як філія – невід’ємна частина материнської компанії, навіть якщо вона розміщена за кордоном.

Опрацювавши наукову літературу, присвячену ПІІ як формі виходу на іноземний ринок [70; 85; 102; 103; 107; 123; 124; 144; 152; 192; 201; 223; 224], можемо ствердити, що серед вітчизняних та іноземних науковців поширеними і загальноприйнятими формами здійснення, а відтак і залучення ПІІ є інвестиції у створення нових підприємств, інвестиції шляхом злиття та поглинання, а також інвестиції у створення спільних підприємств.

Інвестиції у створення нових підприємств (greenfield investments) – це інвестиції у виробничі потужності, які створюються, впроваджуються іноземними інвесторами самостійно від початкового до завершального етапу і передбачають організацію діяльності підприємства «з нуля».

З точки зору впливу ПІІ на зовнішнє середовище об’єкта інвестування, інвестиції «з нуля» у виробничий цикл є найбільш бажаними і перспективними для подальшого розвитку, оскільки являють собою потенціал значних інвестицій в основний капітал, створення нових робочих місць і приріст показника доданої вартості. Такі інвестиції мають місце у випадку будівництва нового виробничого

об'єкту. Від інвесторів вони вимагають наявності достатніх ресурсів, оскільки підприємство зі 100% іноземним капіталом є ризикованою формою ведення бізнесу. Тому джерелом ПІІ «з нуля» є в основному ТНК, які мають сильні технологічні переваги і потужний потенціал науково-дослідних розробок [192].

Злиття та поглинання (M&A: merges and acquisitions) – це інвестиції, що передбачають реорганізацію підприємства за участі іншого підприємства з-за кордону шляхом злиття («операції, спрямованої на добровільне об'єднання суб'єктів господарювання в нову структуру з метою збільшення масштабів діяльності») або поглинання («операції, спрямованої на придбання, заволодіння контрольним пакетом акцій і, як правило, має примусовий характер» [70]. Відмінні риси цих двох понять за різними критеріями узагальнені в праці [85, с. 12].

Українське законодавство визначає злиття як «виникнення нового акціонерного товариства- правонаступника з передачею йому згідно з передавальними актами всього майна, всіх прав та обов'язків двох або більше акціонерних товариств одночасно з їх припиненням» (Ст. 83 ЗУ Про АТ). Категорію «поглинання» українське законодавство не містить, використовує натомість поняття «приєднання», під яким розуміється «припинення акціонерного товариства (кількох товариств) з передачею ним (ними) згідно з передавальним актом усього свого майна, прав та обов'язків іншому акціонерному товариству – правонаступнику» (Ст. 84 ЗУ Про АТ). Однак, як бачимо, «приєднання» не є відповідником «поглинання», оскільки внаслідок останнього процесу діяльність юридичної особи, що стала об'єктом цього процесу, не обов'язково припиняється. Така невідповідність законодавчого оформлення сутності економічних процесів може спричиняти поширення протиправних захоплень підприємств. Аналізування юридичних аспектів операцій «злиття» і «поглинання», що можуть призвести до корпоративних конфліктів, проведене в статті [47].

В межах цієї форми можемо виокремити також залучення ПІІ шляхом продажу не лише контрольного пакету акцій, що веде до кардинальної зміни структури власності на підприємстві. Поширеними випадками залучення іноземного капіталу зі сторони підприємств є продаж пакету, розмір якого є більше 10%, відтак

оцінюється Статтею 64 Закону України «Про акціонерні товариства» як значний і підпадає кількісному критерію класифікації залучених підприємством активів як ПШ згідно міжнародної практики, однак вплив власника такого пакету акцій на управлінську політику підприємства є мінімальним. Відповідно мінімальними також є ті очікувані позитивні впливи від ПШ, з якими вони асоціюються (передача технологічних ноу-хау, управлінські практики, що ведуть до підвищення ефективності діяльності підприємства, доступ до міжнародних ринків тощо).

Необхідно також зазначити, що операції із злиття та поглинання щодо господарських товариств, які не є акціонерними, не підлягають нормативному регулюванню. Для товариств з обмеженою відповідальністю такі операції відбуваються за рішенням загальних зборів шляхом продажу або відступлення корпоративних прав із подальшим затвердженням змін до статуту.

Додатково, як підвид цієї форми, виокремлюють ще так звані «brownfield investments» [223, с. 3; 259, с. 2], коли інвестиції вкладаються у вже існуючі виробничі потужності чи інші активи (готові приміщення, цехи, корпуси), на базі яких іноземний інвестор має можливість розмістити виробництво з метою його переорієнтації чи надання нових послуг, які не вимагають обов'язкового збільшення виробничих потужностей.

Іноземний інвестор може здійснити покупку як елементів промислової інфраструктури (будівель, споруд, проведених комунікацій), що в силу певних обставин не використовуються за призначенням, але можуть бути повторно використаними в промислових цілях, так і діючих підприємств, які можуть стати стартом для подальшої діяльності іноземного інвестора на цільовому ринку.

К. Меєр та С. Естрін [223] розглядають «brownfield investments» як гібридну форму, що виникає в проміжку між операціями «злиття і поглинання» та ПШ «з нуля». На нашу думку, така точка зору є виправданою, зважаючи на їх механізм дії. Як правило, підприємство, що прийняло ПШ у цій формі, піддається глибокій реструктуризації. Така ситуація не завжди спостерігається при здійсненні операцій «злиття і поглинання», які передбачають здебільшого вирішення юридичних аспектів діяльності підприємства, а не операційних. Ступінь реструктуризації

підприємства визначається мотивами та потужностями іноземного інвестора. Така характеристика за наслідками для підприємства, що ПІІ залучило, наближає «brownfield investments» до інвестицій «з нуля». Та, на відміну від останніх не вимагає вкладення великих обсягів ресурсів, що необхідні при започаткуванні бізнесу. Така форма ПІІ найчастіше використовувалась для характеристики покупок підприємств, які функціонували у перехідних економіках Центрально-Східної Європи.

Основна відмінність між ПІІ «з нуля» та ПІІ через М&А стосується підходу щодо започаткування підприємницької діяльності. ПІІ «з нуля» створюють нові виробничі потужності, в той час як ПІІ через М&А впливають на реструктуризацію існуючих потужностей. Перевагами М&А для іноземного інвестора у порівнянні з іншими формами ПІІ є менші витрати, що пов'язані з налагодженням впровадження господарської діяльності, особливо, якщо об'єкт, з яким відбувається М&А угода, є збитковим і може бути дешево придбаним; а також можливість швидкого доступу до цільового ринку [224, с. 14].

Інвестиції у створення спільних підприємств (joint ventures) передбачають можливість формування підприємства подібно до «greenfield investments», коли сторонами започатковується нове підприємство або ж до «М&А», використовуючи матеріальні бази уже функціонуючих підприємств. Та незважаючи на спосіб формування, метою спільних підприємств є об'єднання ресурсів та координація зусиль задля досягнення таких результатів, які не можна отримати, проводячи господарську діяльність поодиночі. Суть спільного підприємництва полягає в продукуванні синергетичного ефекту. Серед основних причин створення спільного підприємства за участю іноземної сторони є [144, с. 552-557]: 1) підвищення конкурентоспроможності позицій існуючого бізнесу; 2) досягнення ефекту масштабу; 3) постачання сировини чи комплектуючих (покращення матеріально-технічного забезпечення за рахунок отримання від іноземного партнера дефіцитних матеріалів, а також тих комплектуючих деталей, які самим підприємством не виробляються); 4) проведення науково-дослідної діяльності; 5) маркетингова та збутова діяльність (використання торгової марки, мереж збуту партнера); 6) отримання та доставлення

товарів на іноземні ринки; розвиток експортної бази і зменшення нераціонального імпорту. Окрім перелічених причин, форма створення спільного підприємства матиме перевагу у випадку значних відмінностей інституційного середовища. Тоді, для прикладу, сторона, що представляє для іноземного інвестора цільовий ринок, робить свій вагомий внесок через знання місцевих ринків, законів, регуляторних норм чи особливостей місцевої бюрократії, в той час як сторона іноземного інвестора надає технічну чи фінансову можливість здійснення проекту.

Як підтверджують емпіричні дослідження, залежно від форми залучення ППІ можливий різний зв'язок ринкової орієнтації діяльності підприємства із залученими ППІ з їх постачальниками. Так, за даними ЮНКТАД [247] підприємства, що створені шляхом М&А чи спільного підприємства є більш схильними до контактів з місцевими постачальниками, аніж ті, що створюються «з нуля» зі 100% іноземним капіталом. Емпірично це твердження підтвердилось стосовно японських інвесторів [147] та шведських дочірніх підприємств в Центрально-Східній Європі (ЦСЄ) [246]. Окрім цього, ті підприємства, які закупляються в місцевих постачальників, є зазвичай орієнтованими на внутрішній ринок, в той час, як експортно-орієнтовані підприємства з ППІ використовують зв'язки материнської компанії, оскільки є залежними у виборі власних постачальників від її глобальної політики [137; 147; 246]. Поряд з причиною політичної та економічної залежності від материнської компанії такий взаємозв'язок між формою ППІ і зв'язками з місцевими постачальниками обумовлюється також відмінностями щодо якості і технічних вимог, що висуваються на цільовому ринку. У випадку орієнтації на внутрішній ринок, зокрема на ринок країн, що перебувають в процесі трансформації, допустимі значення цих критеріїв не є настільки строгими та високими, як при обслуговуванні глобального ринку, тому місцевим постачальникам простіше задовільнити вимоги підприємств з ППІ.

Питання вибору форми ППІ залежить від низки факторів, їх співставності у часі та узгодження зі стратегією іноземного інвестора та видом економічної діяльності підприємства. У праці, присвяченій вивченню ППІ в країнах ЦСЄ [203], автори визначили умови, за яких спостерігається схильність іноземних інвесторів до

конкретної форми здійснення ПІІ. Хоча це дослідження є описового характеру і не надає жодних емпіричних підтверджень, все ж узагальнює обставини певного взаємозв'язку при виборі форми залучення ПІІ. Так, інвестиції у створення нових підприємств переважають в умовах, коли виробничий процес є працемістким; торгова марка, що представляє іноземного інвестора є добре відомою на місцевому ринку; а витрати, пов'язані з реструктуризацією цільового підприємства, що може бути придбаним, перевищують витрати на започаткування нового. Вибір на користь ПІІ у формі «злиття та поглинання» підтверджується у випадках, коли цільове підприємство здійснює свою діяльність у капіталомісткій галузі, а також володіє значною часткою ринку, впізнаваним брендом та добре налагодженими мережами постачання і збуту. Спільні підприємства створюються за можливості досягнення синергетичного ефекту між сторонами, що надасть конкурентні переваги, та є наслідком середовища, що характеризується високим ризиком.

Окресливши основні характеристики та умови корпоративних форм залучення ПІІ, переходимо до договірних форм залучення ПІІ, які стали поширеними з кінця 80-х років ХХ ст. Договірні форми залучення ПІІ (т.зв. неакціонерні форми міжнародного виробництва) є непрямую формою участі іноземного інвестора в діяльності підприємства без володіння його часткою власності у статутному капіталі. До них належать такі коопераційні угоди, як субпідряд, ліцензування, франчайзинг, послуги аутсорсингу та інші домовленості, які не обов'язково передбачають потоки капіталу з-за кордону, але безпосередньо впливають на розвиток бізнес-середовища об'єкта, що їх залучає. У цих випадках управлінський вплив іноземного інвестора здійснюється через домовленості по контракту. Одним із мотивів договірних форм залучення ПІІ є бажання спільного використання нематеріальних активів, зокрема технологічного характеру (патенти, винаходи, ноу-хау), що проявляється в укладенні ліцензійних угод; маркетингового характеру (імідж, торговельна марка), наслідком чого є укладення франчайзингових угод, а також специфічні навички та вміння у сфері загального управління, управління фінансами, кадрами, виробництвом, збутом через укладання угод про управлінську допомогу. Очевидно, що залучення ПІІ у договірних формах є більш можливим для

реалізації у випадку, коли нематеріальні ресурси, які є предметом обміну і необхідні для діяльності, є мобільними.

З позиції підприємства, що залучає ПІІ, беззаперечною перевагою договірних форм ПІІ є збереження контролю діючого керівництва над діяльністю свого підприємства, а також отримання тої частки прибутку, що генерується іноземним підприємством впродовж ланцюга доданої вартості, яку він «віддає» третій стороні – місцевому підприємству, тим самим позбуваючись витрат, пов'язаних з веденням бізнесу, конвертацією валют, а також підвищеним ризиком. Водночас завдяки договірним формам ПІІ іноземне підприємство отримує швидкий доступ до активів та ресурсів третьої сторони, які можуть бути задіяними при партнерстві. Активи та ресурси третьої сторони можуть бути як матеріальні (обладнання, доступ до дешевої сировини, технологічні спроможності), так і нематеріальні (налагоджені партнерські мережі, взаємозв'язки у цільовому середовищі). Окрім цього, вони дозволяють не розсіюватись на суміжних видах діяльності, а сконцентруватись на основному шляхом налагодження більш ефективного внутрішнього розподілу праці через вивільнення недостатніх ресурсів і їх застосування на інших сегментах створення ланцюга доданої вартості.

Отже, кожен компонент системи залучення ПІІ на підприємство володіє своїми характеристиками. Однак, взаємодіючи між собою вони створюють нову цілісність, з притаманними лише їй характеристиками. Змістова характеристика властивостей системи залучення ПІІ на підприємство наведена в табл. 1.6.

Плануючи залучення ПІІ, необхідно проаналізувати переваги і недоліки, як загальні, так і специфічні, що очікуються від залучення ПІІ для конкретного підприємства. На макроекономічному рівні іноземні інвестиції часто розглядаються як панацея вирішення багатьох макроекономічних проблем. ПІІ, які в порівнянні з портфельними за своїм характером в більшості випадків не є спекулятивними, несуть з собою нові технології, управлінський досвід і необхідний капітал, яких гостро потребують місцеві підприємства трансформаційних економік через недостачу або ж високу вартість позикового капіталу.

Таблиця 1. 6

Властивості системи залучення ПІІ на підприємства

№ з/п	Властивості	Змістова характеристика
1.	Цілеспрямованість	Сукупність компонентів, які функціонують спільно задля досягнення однієї цілі
2.	Цілісність	Сукупність компонентів, які в поєднанні створюють нову цілісність з притаманними лише їй поведінкою та властивостями
3.	Структурність	Поведінка системи обумовлена не лише особливостями окремих компонентів, а й властивостями її структури
4.	Ієрархічність	Наявність підпорядкованості компонентів системи в рамках їх взаємовідносин
5.	Відкритість	Здатність системи взаємодіяти із зовнішнім середовищем, забезпечуючи досягнення цілі
6.	Динамічність	Змінність системи та її розвиток
7.	Множинність	Притаманність кожному компоненту системи лише йому характерних особливостей поведінки, стану
8.	Ізольованість	Можливість розгляду кожного компонента системи автономно з метою виокремлення лише йому притаманних властивостей
9.	Декомпозиційність	Здатність системи розподілятися на окремі підсистеми з подальшим поділом залежно від завдань та масштабу
10.	Керованість	Здатність компонентів системи піддаватися цілеспрямованому впливу з метою досягнення мети

Джерело: побудовано автором на основі [27; 72; 97; 115]

Однак, необхідно брати до уваги, що ПІІ накладають значні обмеження на сторону, що їх залучила. Як і переваги, недоліки впливають із характерних особливостей ПІІ, які ми виокремили в пп 1.1. Характеристика можливих переваг і недоліків залучення ПІІ на підприємство, які визначаються характерними особливостями ПІІ, наведені в табл. 1.7.

У більшості наукових праць та практичних матеріалів увага зосереджена на позитивних сторонах залучення ПІІ з особливим акцентуванням їх впливу на економічне зростання приймаючої країни. Тому важливо розглянути більш ретельно ті обмеження, які накладаються на конкретні підприємства, які залучили ПІІ, і які обов'язково мають бути врахованими при аналізуванні доцільності залучення ПІІ на підприємство. Перш за все, однією із основних характерних особливостей ПІІ є прояв постійного інтересу та поділ управлінського контролю над об'єктом інвестування між сторонами інвестування (підприємством і іноземним інвестором).

Таблиця 1.7

Переваги та недоліки залучення ПІІ на підприємство

Переваги	Характерні особливості ПІІ	Недоліки
Можливість доступу до передових технологій та ноу-хау	<div style="text-align: center;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 10px;">Контроль над об'єктом інвестицій та постійний інтерес</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 10px;">Довготривалий характер</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;">Прибуткова підприємницька діяльність</div> </div>	Втрата частки контролю над бізнесом і необхідність узгодження управлінських рішень із новим бізнес-партнером, що зменшує їх оперативність
Доступ до нових ринків та каналів збуту		Можливість конфлікту інтересів мажоритарних інвесторів (власників) і представників іноземного інвестора
Покращення фінансових показників підприємства за рахунок синергетичного ефекту (єдина система управління, можливість залучення більш дешевих кредитних ресурсів, а також використання інших ресурсів іноземного інвестора)		Відмова від амбіцій самостійного розвитку підприємства у випадку, коли іноземний інвестор розглядає актив як частину свого власного бізнесу
Готовність іноземного інвестора внести більше коштів шляхом придбання частки власності та участі у бізнесі у порівнянні з фінансовими інвесторами		Загроза появи «недружнього» іноземного інвестора, метою якого є усунення конкурента, а відтак зумисне доведення підприємства до банкрутства
Довготривалість намірів іноземного інвестора, що виключає можливість раптового вилучення коштів		

Джерело: виокремлено автором

Межі контролю визначаються часткою власності статутного капіталу або ж умовами договору. Це в свою чергу вимагає від підприємства узгодження усіх дій, пов'язаних з операційною діяльністю та розвитком підприємства з іноземним інвестором, що обмежує свободу таких дій в порівнянні з управлінням без залучення іноземного інвестора та передбачає прозорість та відкритість господарської діяльності. Іншою характерною особливістю ПІІ є їх довготривалий характер. Як вже було не раз згадано, як здійснення, так і залучення ПІІ відносяться до

стратегічних рішень розвитку підприємства. Вони характеризуються обмеженою мобільністю, ліквідністю та підвищеним ризиком, що вимагає зваженого вибору серед усіх інших альтернативних варіантів. Третьою характерною особливістю ПІ є їх спрямованість на прибуткову підприємницьку діяльність, що обумовлює раніше згадані характеристики та визначає мету здійснення ПІ. Із залученням ПІ отриманий прибуток, як і ризик, що з ним пов'язаний, піддається поділу зі стороною партнера. Однак, не слід забувати, що частка прибутку підприємства, отриманого після залучення ПІ може в рази перевищувати загальний прибуток підприємства до цього процесу.

Як доведено багатьма науковими працями і практичними результатами, притік іноземного капіталу не є безумовною передумовою розвитку приймаючого підприємства, а також його позитивного впливу на внутрішні підприємства приймаючої країни [190; 201; 239]. Визначальним стає підприємницька ініціатива в умовах обмежених ресурсів, що змушує активізувати нові методи з метою збільшення ефективності факторів виробництва. Тому наступною необхідною умовою є підтвердження доцільності залучення саме цього виду інвестицій. На основі проведених досліджень можемо стверджувати, що потреба залучення ПІ на підприємство зумовлюється рядом необхідностей, зокрема таких: реалізації інвестиційного проекту; виходу на іноземний чи міжнародні ринки та підтримки іноземного партнера в збуті продукції; залучення сировини чи матеріалів для виробництва; використання нових технологій з метою модернізації виробництва; проведення науково-дослідних робіт за підтримки іноземного інвестора; збільшення статутного капіталу; отримання валютних резервів; доступ до ефективних методів менеджменту і маркетингу; формування іміджу підприємства як міжнародної компанії; продажу бізнесу.

Рішення про залучення ПІ на підприємство виправдовується лише у випадку, коли усі інші альтернативні варіанти досягнення поставлених перед бізнесом цілей є вичерпаними або ж менш ефективними (банківські кредити, лізинг, державні субсидії, дотації чи інші форми фінансової підтримки від держави, фондів тощо). Тобто підприємство повинно мати чітку стратегію розвитку, яка передбачає

необхідність залучення іноземного інвестора та конкретної форми ПІ при невивідності чи неможливості застосування альтернативних варіантів, що засвідчує оптимальність прийнятого рішення. Схема можливого вибору залучення ПІ серед інших альтернативних варіантів наведена на рис. 1.3.

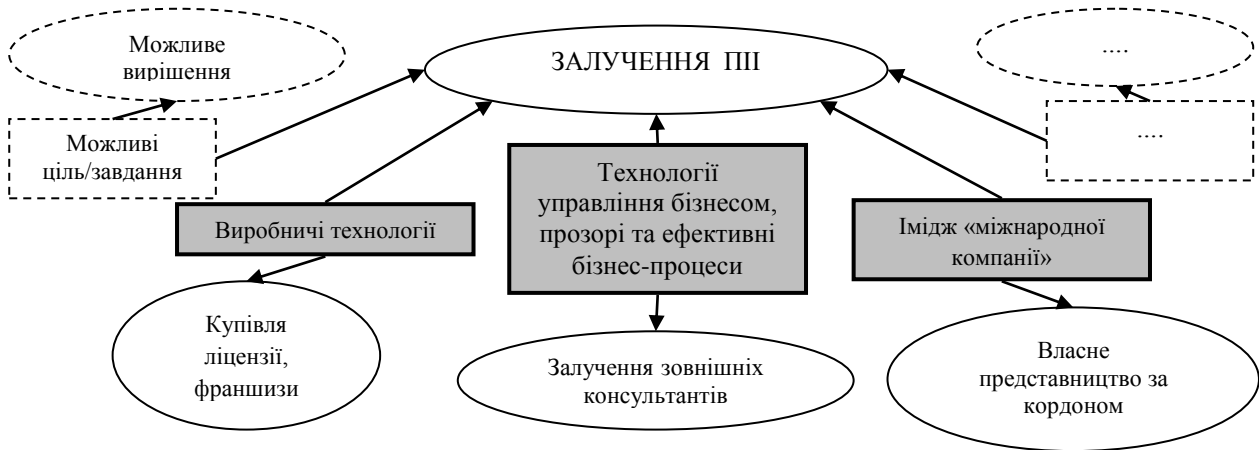


Рис. 1.3. Вибір залучення ПІ серед альтернативних варіантів

Джерело: узагальнено автором

Визначальну роль при залученні ПІ на підприємство відіграє його готовність до цього процесу. У науковій літературі це поняття є мало вживаним в контексті інвестиційного менеджменту в порівнянні з такими, як «потенціал підприємства», «інвестиційний потенціал підприємства» та «інвестиційна привабливість підприємства» (Додаток Б). Дослідивши змістову характеристику їх первинних понять («привабливий», «потенційний» та «готовий») з метою сформулювати концептуальну модель розвитку системи залучення ПІ на підприємство, визначено, що для «потенційного» ключовими ознаками є «прихований» та «можливість виявитися» за певних умов; «привабливий» є об'єктом, що викликає зацікавленість, зокрема через «можливості», які могли б бути використаними, а «готовий» демонструє бажання, згоду та є таким в результаті продуманих дій. Виходячи з трактувань цільових понять у тлумачному словнику, можна поширити застосування їх визначень на сферу інвестування. В той час, як «інвестиційний потенціал підприємства» демонструє приховані, ще не задіяні можливості до залучення інвестицій, «інвестиційна привабливість підприємства» означає, що підприємство вже виявило свої приховані наявні можливості або ж розвинуло їх, і тому викликає

зацікавлення в інвесторів як об'єкт перспективних інвестицій у порівнянні з іншими об'єктами. В свою чергу «готовність підприємства до залучення ПІІ» поєднує властивості попередніх понять та передбачає спроможність підприємства до залучення ПІІ, наявність усіх необхідних характеристик, які є цікавими для іноземних інвесторів і, що головне, на основі аналізування переваг і недоліків інших альтернативних варіантів – виокремлення ПІІ серед усіх видів і форм інвестицій, узгодження їх залучення загальній стратегії розвитку підприємства та план щодо досягнення цієї цілі. На відміну від інвестиційної привабливості, яка має на меті викликати прояв інтересу в інвесторів, готовність підприємства до залучення ПІІ ідентифікує його ініціативність та стратегічну визначеність щодо подальшого розвитку за посередництва ПІІ. Таким чином, готовність підприємства до залучення ПІІ засвідчує його якісний перехід з пасивного до проактивного стану, який впливає на процес залучення ПІІ, що може відбуватися лише за вищезгаданих умов.

При аналізуванні проблематики інвестиційної привабливості підприємства у колі науковців та практиків інвестиційної сфери можна спостерігати протилежність їх точок зору та відсутність одностайності щодо визначення критеріїв інвестиційно привабливого підприємства. Одна група стверджує, що такими є лише ті підприємства, які демонструють стійкість та позитивні показники фінансової діяльності, інша – підприємства, які володіють матеріально-технічною базою або ж характеризуються унікально вигідним місцерозташуванням, але через відсутність ефективних управлінських практик, обігових коштів, можливості їх отримати чи з інших причин не спроможні продовжувати господарську діяльність. Така полярність думок, хоча обидві і є справедливими, спричинена тим фактом, що аналізування інвестиційної привабливості підприємства здійснюється узагальнено для всіх інвесторів, без виокремлення їх видів та врахування специфічних мотивів та особливостей. Фінансові інвестори, які не мають реальних інструментів впливу на управління і використовують лише ринкову інформацію при виборі об'єкта інвестування, керуються такими ключовими чинниками, як прибутковість та здатність генерувати постійне зростання частки інвесторів у капіталі. На відміну від них, для прямих інвесторів інтерес можуть представляти як фінансово стійкі

підприємства, так і ті, що наближаються до банкрутства. Їх мотиви є достатньо різнобічними і поєднують в собі як придбання недооцінених активів, які під їх управлінням будуть згодом продані за вищою ринковою вартістю, так і отримання контролю з метою захоплення нових ринків тощо.

Зважаючи на сутнісні ознаки, доцільно вибудовувати поняття «потенціал підприємства», «інвестиційної привабливості підприємства» та «готовності підприємства до залучення ПІІ» як послідовність, що передбачає наслідковий зв'язок (рис. 1.4).

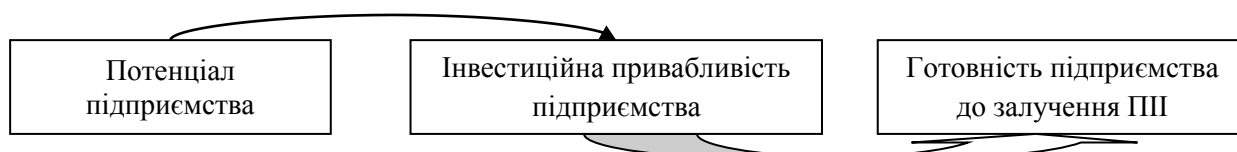


Рис. 1.4. Наслідковий зв'язок «потенціалу підприємства», «інвестиційної привабливості підприємства» та «готовності підприємства до залучення ПІІ»

Джерело: узагальнено автором

Таким чином, готовність підприємства до залучення ПІІ враховує основні сутнісні характеристики як потенціалу, так і інвестиційної привабливості підприємства та ідентифікує перехід підприємства від стану гіпотетичних можливостей до проактивної реалізації дій зі сторони підприємства, спрямованих на залучення ПІІ через наявність необхідних характеристик підприємства чи інвестиційного проекту, що викликає безпосереднє зацікавлення іноземних інвесторів з позиції дохідності та ризику.

Слід пам'ятати, що підприємство наділене можливістю впливу на свої характеристики потенціалу та інвестиційної привабливості. В залученні ПІІ воно є джерелом активних дій, спрямованих на досягнення цілей, та бере на себе ініціативу і відповідальність за результат спланованого процесу.

Тому проведені дослідження в сфері залучення ПІІ на підприємство вказують на доцільність акцентування зусиль підприємства на його готовності до залучення ПІІ, оскільки це засвідчує його зацікавленість у здійсненні процесу та демонструє намір реалізувати інвестиційний проект; передбачає реалізацію його інвестиційної привабливості шляхом активізації її основних складових; ідентифікує зважений вибір та усвідомлення власників підприємства щодо стратегії його розвитку та

можливих її наслідків; є вихідною передумовою вступу у безпосередній процес налагодження співпраці з іноземними партнерами у формі ПІІ.

Отже, «готовність підприємства до залучення ПІІ» свідчить про його волю перейти на якісно новий рівень, який не є можливим без попередньої підготовки. Готовність підприємства до залучення ПІІ визначається його спроможністю до цього процесу, що проявляється через потенціал підприємства, наявність характеристик підприємства чи конкретного проекту, що є інвестиційно привабливими для іноземного інвестора і, що найголовніше, спонукальним мотивом самого підприємства через його ініціативність.

Таким чином, прийнявши рішення про доцільність залучення ПІІ, підприємство приступає до пошуку потенційних іноземних інвесторів. Зважаючи на те, що пошук інвесторів має спільні риси з процесом пошуку клієнтів та покупців, цілком допустимими до застосування є інструменти маркетингу задля підвищення ефективності зусиль, спрямованих на залучення іноземних інвесторів до співпраці у формі ПІІ. Застосуванню маркетингових інструментів при залученні капіталу приділяють велику увагу у своїх дослідженнях Ф. Котлер, Х. Картаджайя та Д. Янг [65]. Науковці розглядають як інвесторів, так і кредиторів. Проте, не робиться акцент на специфічності іноземного інвестування та залученні прямих іноземних інвесторів до співпраці зокрема.

На основі опрацьованих досліджень та публікацій науковців [25; 34; 65; 99; 112; 183; 184; 189], можемо стверджувати, що застосування інструментів маркетингу в процесі залучення ПІІ на підприємства можуть стати вирішальним фактором успіху. В основному це пояснюється зростанням ролі інформації як важливого ресурсу в сучасному суспільстві та необхідності її якісної інтерпретації та використання в залежності від поставлених цілей.

В контексті налагодження взаємовигідних відносин в науковій літературі оперують такими синонімічними поняттями як партнерський маркетинг, реляційний маркетинг, маркетинг взаємовідносин, комунікаційний маркетинг, маркетинг партнерських відносин. Проведений контент-аналіз у праці [189] засвідчує, що найбільш повним визначенням є таке: «маркетинг відносин спрямований на

визначення і встановлення, підтримку і розвиток, а також на припинення у випадку необхідності відносин зі споживачами чи іншими зацікавленими сторонами, що дозволяє отримувати прибуток і досягати цілей усіх сторін за рахунок взаємного обміну і виконання обіцянок» [183, с. 407].

Зважаючи на довготривалість ПП та зацікавленість підприємства в тому, щоб ПП не обмежились лише первинним внеском в статутний капітал, важливість застосування інструментів маркетингу відносин особливо зростає. Залежно від форми здійснення ПП та мети їх залучення, ці відносини завершуються або 100% продажем місцевого бізнесу, або переходять у подальшу взаємодію на засадах партнерства та співробітництва у випадку створення спільного підприємства чи злиття/поглинання.

Реалізацію концепції маркетингу відносин вчені розглядають як взаємодію компонентів його структури у чотирьох вимірах [25; 34]: 1) обов'язки (гарантії обох сторін щодо довготривалості відносин на основі співпадіння взаємних інтересів); 2) об'єктивність (неупереджена оцінка ситуації); 3) взаємність (довготривалість відносин передбачає готовність сторін іти на компроміс) 4) довіра (є засадничим елементом у побудові довготривалих відносин, що відображає рівень впевненості однієї сторони у порядності та чесності іншої). Нематеріальні активи, які формуються в результаті партнерських відносин, зокрема цінності, знання, розуміння і довіра між партнерами, розглядаються як активатори прибутку [112; 184]. Ретельно проблематика створення цінностей на основі управління взаємовідносинами проаналізовано М. М. Смирновою [112]. Найбільше цінність можливих партнерських взаємовідносин між підприємством та прямим іноземним інвестором відображається в таких напрямках, як:

- економічний (скорочення виробничих витрат, збільшення прибутку та об'ємів продаж, підвищення продуктивності праці);
- стратегічний (зміцнення позицій підприємства на ринку, удосконалення компетенцій сторін на основі особистої взаємодії, реалізація інноваційного, інформаційного потенціалів, потенціалу побудови мережі);

- соціальний (створення унікальної організаційної культури та норм взаємовідносин, довіра та лояльність, підвищення мотивації персоналу).

За основу розгляду партнерських відносин «підприємство-іноземний інвестор» було взято архітектуру структури маркетингу відносин, запропонованої канадським вченим Я. Гордоном [34, с. 50-61]. Партнерські відносини «підприємство-іноземний інвестор» формуються шляхом узгодження структурних компонентів маркетингу відносин, а саме:

1. Культура і цінності. Сторони прямого іноземного інвестування, що є представниками різних національностей і носіями різних культур можуть створювати спільні цінності, однак їх спільність чи відмінність повинна усвідомлюватись уже на початковому етапі залучення ПІІ та формування партнерства. Загально прийнятним є те, що значні культурні розбіжності є перешкодою у побудові та збереженні міцних взаємовідносин, тому цей факт повинен бути врахованим під час територіального пошуку потенційних іноземних інвесторів.
2. Керівництво. Порозуміння та узгодження інтересів керівництва підприємства та іноземного інвестора при залученні ПІІ на підприємство є першочерговими, оскільки ПІІ за своєю сутністю передбачають участь іноземного інвестора у структурі капіталу та як мінімум 10%-у частку власності. Представники керівництва обох сторін повинні зосереджуватись на тих перевагах, які можуть бути отримані за допомогою маркетингу відносин.
3. Стратегія. Узгодження стратегії розвитку підприємства між обома сторонами є необхідною умовою впевненості у взаємному прийнятті та розумінні спрямованості курсу підприємства.
4. Структура. Структура підприємства повинна реалізовувати її стратегію, оскільки реорганізація без стратегічного напрямку позбавлена логічних підстав. В більшості випадків залучення ПІІ призводить до зміни структури підприємства.
5. Люди. Компетенції працівників за підтримки технологій та процесів, що спрямовані на пошук потенційних інвесторів, подальшу співпрацю з ними та створення нових цінностей в міру впливають на якість майбутніх взаємовідносин.

6. Технологія. В контексті маркетингу відносин з інвестором технологія виконує численні ролі комунікацій між підприємством та іноземним інвестором. Вона поєднує:

- зовнішні контакти з іноземним інвестором (комунікації), що спрямовані на обслуговування двосторонньої взаємодії, забезпечення більш швидкого та інформаційно-насиченого зв'язку, відкриття нових методів комунікації з партнерами;
- внутрішні контакти, що об'єднують різні комунікаційні системи, центри опрацювання запитів, каналів зв'язку та баз даних;
- комп'ютеризацію, що передбачає ведення «історії» взаємовідносин підприємства з інвесторами, забезпечення можливості прогнозування і аналізування поточного стану;
- зміст, який є інформацією про інвестора, загальні дані про них, їх поведінку та потенційні можливості співпраці.

7. Знання і розуміння, що виникають як наслідок реалізації технології, яка є базою для забезпечення взаємодії підприємства та інвестора інформацією, розвитку нових знань, всеохоплюючого розуміння інтересів інвестора та стану зовнішнього середовища, що впливає на залучення ПІІ на підприємство.

8. Процес. В контексті залучення ПІІ підприємство може обрати один із двох шляхів до ринку іноземного капіталу. Перший шлях є активним і передбачає чітке визначення конкретних інвесторів, в яких підприємство найбільш зацікавлене, і з яким є найбільша ймовірність налагодження контактів. Другий шлях є пасивним і пропонує розгляд усіх учасників ринку капіталу як потенційних інвесторів. Останній підхід передбачає використання недиференційованої маркетингової стратегії по відношенню до всіх інвесторів без врахування їх можливих відмінностей. Однак, на практиці такий підхід є малоефективним. Маркетинг відносин з інвестором вимагає побудови процесу навколо нього, враховуючи різноманіття цілей, вподобань, потреб і критеріїв відбору інвестиційних проектів серед інвесторів. Тому для досягнення результату варто зосереджувати зусилля підприємства на конкретному інвесторі.

Таким чином, партнерські відносини між підприємством та іноземним інвестором доречно розглядати як додатковий ресурс конкурентоспроможності та отримання прибутку, що може створювати цінність для обох сторін, залежно від їх рівня розвитку організаційних можливостей щодо управління ресурсами взаємовідносин.

Отже, процес залучення ПІІ на підприємство не є одностороннім, а його результат напряму залежить від погодження інтересів зацікавлених сторін. Підприємство не діє самостійно та ізольовано. Воно приступає до пошуку іноземного інвестора та налагодження з ним відносин. Слід зазначити, що іноземний інвестор в свою чергу теж повинен пройти певний шлях, наслідком якого є рішення здійснити ПІІ.

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

- 1) підприємство, що є потенційним об'єктом для інвестицій функціонує в країні, що є менш розвиненою за країну іноземного інвестора, з притаманними лише їй 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.

Коли залучення ПІІ відбувається на рівні підприємств, необхідно розуміти, що по обидві сторони є організації, в складі яких окремі менеджери та групи людей з характерними їм національною та організаційною культурами, які діють в середовищі невизначеності при умові недостатньої інформації та постійних змін. За таких умов раціональність в процесі прийняття рішення про здійснення ПІІ як це визначає економічна теорія не завжди підтверджується.

В контексті залучення ПІІ на підприємство поняття невизначеності тісно пов'язане із ризиком. Характер їх взаємозв'язку в науковій літературі є дискусійним щодо ототожнення чи розрізнення. Поширеною є думка, що характеристики, які не можуть бути заздалегідь вимірними, врахованими, а наслідки прораховані описують ситуацію невизначеності, а все, що може бути представлене у формі числових величин з погляду ймовірності їх настання і таким чином оцінено – ситуацію ризику. Зважаючи, що функціонування ринку є під впливом багатьох різнопланових за своїм характером факторів, дія яких не піддається об'єктивній оцінці і кількісному вираженню, невизначеність є характерною рисою середовища.

Як правило, під невизначеністю розуміють насамперед невизначеність інформації про процеси чи її суб'єктивної інтерпретації. В. Ф. Капустін [59, с. 110] невизначеність розуміє як «сукупність відомостей, необхідних для прийняття управлінського рішення при відсутності у керівника кількісних характеристик ймовірності настання певних подій». Поняття невизначеності він розглядає у двох вимірах: як явище і як процес. Як явище невизначеність постає у формі комплексу нечітких чи розмитих ситуацій, суперечливої та неповної інформації, а з точки зору процесу невизначеність є діяльністю некомпетентного працівника, що приймає некоректні рішення.

Невизначеності відводиться центральна роль на всіх етапах прийняття рішення про ПІІ з трьох причин:

1. Більшість ситуацій, з якими стикаються менеджери в процесі залучення ПІІ на підприємства пов'язані з недостатньою обізнаністю самих менеджерів, недостатністю інформації та невизначеністю, яка не піддається повторному відтворенню.
2. Як зазначають Д. Канеман та А. Тверські, індивідууми зазвичай мають справу з кожною подією окремо перед об'єднанням спільного результату, що лише збільшує невизначеність [208]. Цей факт є важливим, оскільки на різних етапах залучення ПІІ на підприємства участь беруть різні особи. Це і менеджери підприємства, що залучає ПІІ, і менеджери зі сторони інвестора, і менеджери консалтингових, аудиторських компаній, державних органів, які можуть виступати як посередники.

3. Враховувати невизначеність доцільно відразу на початковій стадії залучення ПІІ на підприємства, виходячи уже з цієї умови, а також розглядати різні мотиви поведінки і поведінкові правила зацікавлених сторін процесу.

Неокласична школа економіки розглядає підприємства і менеджерів як абсолютно раціональних суб'єктів, діяльність яких спрямована на максимізацію прибутку в умовах, де невизначеність часто зводиться до рівня ризиків, які можуть бути раціонально врахованими. Відсутність невизначеності забезпечувала б полегшене прийняття інвестиційного рішення, яке зводилося б лише до обчислення різниці між доходами та витратами усіх доступних альтернативних варіантів та вибору того інвестиційного проекту, який забезпечував би найбільшу дохідність. Але сучасні умови діяльності менеджерів не є настільки передбачуваними та визначеними. Інвестиційне рішення щодо здійснення ПІІ вимагає опрацювання великого обсягу інформації різних видів та якості. Зважаючи на специфіку ПІІ, а саме на їх відносну немобільність та спрямованість на довготривалий період, прийняття такого рішення охоплює різні стадії, які складаються з етапів послідовних рішень, що приймаються протягом місяців або ж років. Менеджери, що приймають інвестиційні рішення стикаються з такими характеристиками інформації, як її неповнота, недостовірність, асиметрія, висока вартість її одержання, а також з високою ймовірністю її неправильної інтерпретації. Окрім цього, процес залучення ПІІ на підприємства відбувається одночасно з постійними змінами зовнішнього середовища, які прямо чи опосередковано впливають на менеджерів, які залучені в цей процес. Беззаперечним також є факт, що менеджери, які приймають інвестиційні рішення піддаються впливам політичного, культурного, морального та іншого соціального характеру. Відтак, їх поведінка не є абсолютно раціональною, а лише обмежено раціональною, яка в силу невизначеності продукує шаблонні або ж інтуїтивні рішення. Ці умови диктують необхідність реалізації соціального напрямку розвитку системи залучення ПІІ на підприємство, спрямованого на моделювання вигідної підприємству поведінки іноземного інвестора за допомогою проактивної комунікації, метою якої є попередити можливі «камені спотикання» на шляху здійснення ним ПІІ.

Поведінкова економіка виникла на противагу традиційним моделям неокласичної школи економіки, моделі яких базуються на раціональній поведінці економічних суб'єктів. Ідейні основи цієї нової економічної концепції заклали лауреат Нобелівської премії з економіки 2002 року Д. Канеман та його співавтор А. Тверські [208; 209]. Досліджуючи механізми прийняття рішень в ситуаціях невизначеності через психологічні особливості сприйняття, суджень та дій людської поведінки, автори довели її нерациональність, яка піддається передбаченню. Таким чином, поведінкова економіка намагається посилити реалістичні припущення економічної теорії, відійшовши від моделі людини економічної - «*homo economicus*». На сьогодні не існує досліджень вітчизняних авторів, присвячених проблематиці залучення ПІІ на підприємства, які враховували б поведінкову складову цього процесу. Слід також зазначити, що і в колі зарубіжних вчених явище прямого іноземного інвестування в рамках поведінкової економіки ще не є широко висвітленим питанням. Теоретичне пояснення прямого іноземного інвестування на базі поведінкової економіки здійснив Х. Хоссейні у праці [195], в якій розглянув теорію ПІІ в історичному контексті їх розвитку з критичними поправками та зауваженнями, а також запропонував модель прийняття рішення щодо здійснення ПІІ, використовуючи засади поведінкової економіки. Емпіричні дослідження, об'єктом яких є вивчення поведінки суб'єктів господарювання в процесі інвестування за умови невизначеності, проводились в основному у сфері фінансів, що можна пояснити більшою доступністю даних для спостережень в порівнянні з прямим іноземним інвестуванням. Однак, їх результати можна поширити і на сферу залучення ПІІ. Методом екстраполяції Р. Пінхейро-Алвес [234] дослідив поведінку португальських підприємств, які здійснювали прямі інвестиції за кордон. В результаті дослідження підтвердилась дія основних поведінкових правил суб'єктів господарювання, а також модель Р. Хайнера [191], яка стверджує наступне: чим більша невизначеність, з якою стикаються особи, що приймають рішення, тим частішим є застосування поведінкових правил суб'єктами господарювання. Найбільш поширені поведінкові правила, які простежуються під час залучення ПІІ на підприємство, будуть розглянуті згодом.

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 проактивності 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.

Висновки до першого розділу

1. ПІІ – це потоки капіталу з-за меж національних кордонів, які спрямовані як у матеріальні, так і нематеріальні активи з метою прибуткової підприємницької діяльності і передбачають постійний інтерес та довготривалий контроль іноземного інвестора над об'єктом інвестування у процесі менеджменту, що забезпечується його часткою власності у статутному капіталі або ж шляхом юридичного затвердження у статуті підприємства чи угоді між підприємствами-партнерами. Запропоновано виокремлювати види ПІІ за такими доповненими ознаками, як характер використання залученого капіталу (споживчі, виробничо-технологічні, венчурні) і результат залученого капіталу (хижацькі, прогресивні/інноваційні, посередні).

2. Теорія ПІІ не враховує особливостей людської поведінки менеджерів, від яких залежать управлінські рішення щодо ПІІ. Припускається, що інформація є безкоштовною та досконало симетричною, що суперечить реаліям залучення ПІІ на підприємства. Окрім цього, проблематика залучення ПІІ розглядається здебільшого на рівні окремих держав чи регіонів з акцентуванням рекомендацій, спрямованих на

залучення лише однієї з форм ПІІ, а саме ПІІ «з нуля». До уваги не береться факт, що активним суб'єктом та ініціатором цього процесу може виступати саме підприємство у випадках потреби фінансування власного розвитку.

3. Передумовою успішного результату залучення ПІІ є погодження інтересів та узгодженість дій між зацікавленими сторонами: підприємством та інвестором, які формують групу головних суб'єктів системи залучення ПІІ на підприємства та впливають на реалізацію інвестиційних проектів і вибір форми залучення ПІІ (корпоративна чи договірна). Визначальними критеріями відбору інвестиційних проектів інвесторами є фінансові, ринкові та кадрові. Залежно від масштабу та специфіки інвестиційного проекту другорядними суб'єктами системи можуть виступати державні органи влади, агентства із залучення інвестицій та інші посередники.

5. ПІІ є стратегічним рішенням для обох сторін інвестиційного процесу, що зумовлює необхідність аналізування доцільності та здійснимості такого кроку через максимальне врахування його умов, переваг та недоліків в порівнянні з альтернативними варіантами досягнення поставленої цілі. Успішність перебігу залучення ПІІ значною мірою визначається готовністю підприємства до цього процесу, що проявляється через потенціал та наявність інвестиційнопривабливих для іноземного інвестора характеристик підприємства чи конкретного інвестиційного проекту.

6. Підприємство приступає до пошуку іноземного інвестора та налагодження з ним відносин в умовах високої конкуренції на світовому ринку ПІІ та присутності асиметрії інформації, що спричинює невизначеність та ризик при прийнятті управлінських рішень щодо здійснення/залучення ПІІ. Ці умови диктують необхідність застосування інструментів маркетингу в процесі залучення ПІІ на підприємство та попередження тих поведінкових правил, які відслідковуються у діяльності іноземних інвесторів та можуть негативно вплинути на інвестиційне рішення. Основні результати розділу опубліковані у наукових працях автора [7; 8; 9; 16; 17; 21; 22].

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗУВАННЯ СТАНУ ЗАЛУЧЕННЯ ПРЯМИХ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ НА ПІДПРИЄМСТВА

2.1. Міжнародний досвід та сфери залучення прямих іноземних інвестицій на підприємства

За даними світового інвестиційного звіту за 2013 р. [252] та СІЗ за 2014 р. [253] світові потоки ПІІ на сьогодні все ще далекі від показників докризового часу 2005-2007 рр., протягом якого вони лиш зростали і в 2007 р. досягли максимального значення 1,97 трлн дол. США. У 2012 р. після незначного зростання світовий притік ПІІ знову впав на 18% з 1,65 трлн дол. США у 2011 р. до 1,35 трлн дол. США. Однак, у 2013 р. відновилося зростання на рівні 9%, що становило 1,45 трлн дол. США (рис. 2.1). Для розвинених країн ЮНКТАД прогнозує повільне зростання і на наступні три роки. Однак, для країн, що розвиваються, позитивні прогнози залишаються примарними, зважаючи на політичну невизначеність та регіональну нестабільність [253].

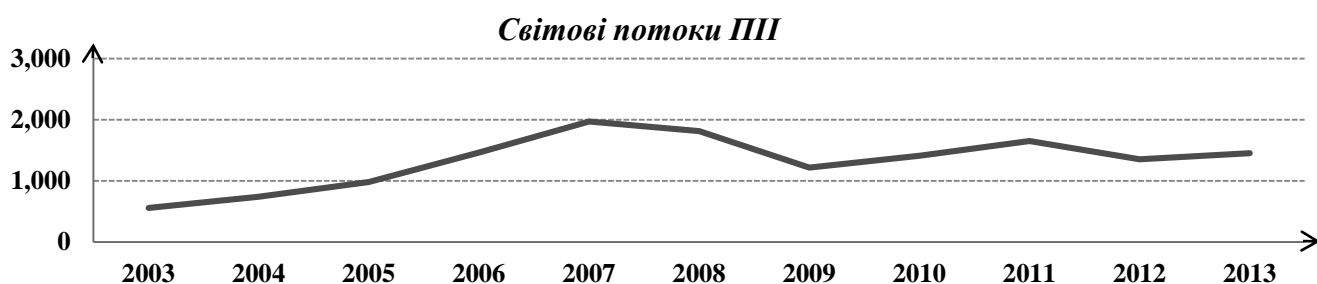


Рис. 2.1. Динаміка світових потоків ПІІ за період 2003-2013р., млрд. дол. США

Джерело: побудовано автором на основі даних UNCTAD

За час останньої декади найбільші зміни щодо національного походження здійснених ПІІ сталися в країнах, що розвиваються (так звані країни BRIC – Бразилія, Росія, Індія, Китай, а також країни МІКТ – Мексика, Індонезія, Південна Корея, Туреччина). В цих регіонах постійно зростає кількість нових міжнародних підприємств. Вони стають активними учасниками світової економіки і навіть покупцями ТНК в розвинених країнах. Зважаючи на достатні інвестиційні ресурси інвесторів, що представляють ці країни, підприємствам, що зайняті пошуком

потенційних іноземних інвесторів слід звернути особливу увагу на цей регіон. Водночас останніми роками країни BRIC залучили більше 22% світових проектів, що передбачають ПІІ. І хоча у 2012 р. їх частка за кількістю залучених проектів у світовому розрізі знизилась до 17,6%, Китай, Індія і Бразилія залишаються у п'ятірці найбільш привабливих напрямків для ПІІ [172, с.1,3; 173, с.2]. Їх частка за обсягами потоків ПІІ, які залучені в цей регіон, порівнюючи з періодом 2005-2007 рр., зросла на 10% і сягала у 2013 р. 21%, що становило 304 млрд дол. США [253, с.5]. У загальному підсумку 2013 р. лідерами за обсягами здійснених ПІІ є інвестори зі США, Японії, Китаю, Росії, Гонконгу, Швейцарії, Німеччини, Канади, Нідерландів, Швеції [253, с.7].

Також вперше відслідковується тенденція, що країни, які розвиваються, залучають більше обсягів ПІІ, ніж розвинені країни [244; 251; 252]. Це означає, що монополія розвинених країн у сфері ПІІ послабилась, однак, глобальна конкуренція серед країн за залучення більших обсягів ПІІ стає ще більш напруженою, особливо на рівні підприємств. Лідерами в залученні ПІІ у 2013 р. залишаються США, Китай, Росія, Гонгконг, Бразилія, Сінгапур, Канада, Австралія, Іспанія, Мексика [253, с. 4].

Ринки країн з перехідною економікою залишаються привабливими для іноземних інвесторів через зростаючий споживчий ринок і забезпечення природними ресурсами. Так, у 2013 р. притік ПІІ до країн з перехідною економікою зріс на 28% до 108 млрд дол. США, що становить у світовому розрізі частку розміром 7,4%. Серед факторів, що найбільше стримують притік ПІІ не лише від великих ТНК як джерел фінансування, а й середніх компаній, а також приватних та інституційних інвесторів залишається нестабільність політичної ситуації.

На рис. 2.2 наведено основні тенденції останніх років щодо форм, кількості та вартості проектів, що передбачають ПІІ за секторами та в загальному підсумку. Як за вартістю, так і за кількістю здійснених операцій далі переважають ПІІ «з нуля». В той час, як кількість проектів, що передбачають ПІІ «з нуля», демонструють тенденцію до зниження (-2 % у 2013 р., -11,3 % у 2012 р.) на противагу зростанню в 2011 р. на рівні 5,9%, світові обсяги вартості оголошених проектів, що передбачають ПІІ «з нуля», завершуючи період спаду у 2013 р. становили 672 млрд

дол. США, що засвідчує 9%-е зростання в порівнянні з падінням на рівні 33% у 2012 р., який став найнижчим показником за останні 10 років. Масштаби проектів за участі ПІІ «з нуля» за вартістю інвестицій зростають.

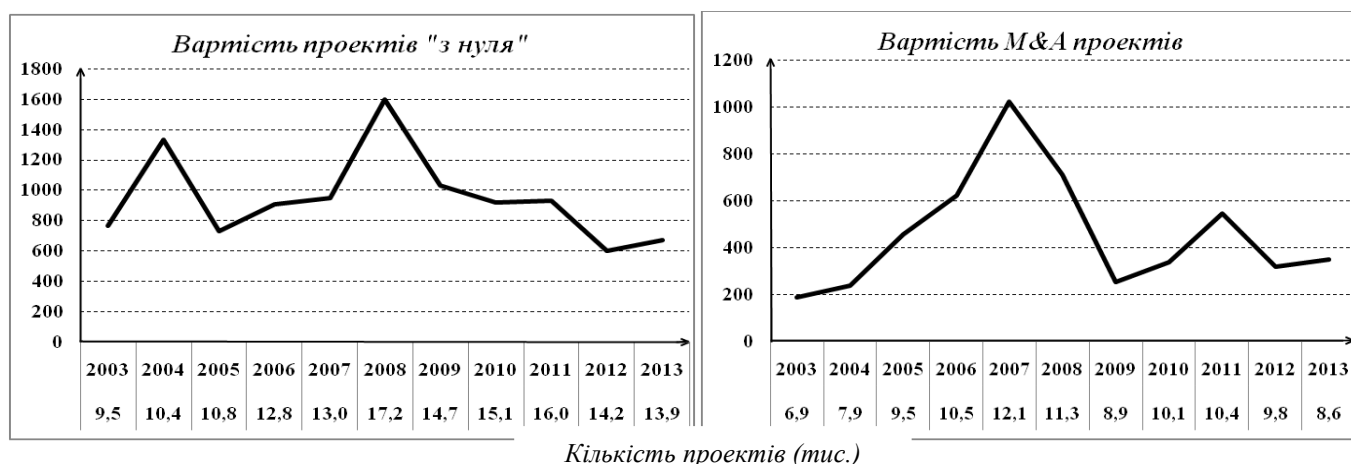


Рис. 2.2. Світові тенденції вартості проектів, що передбачають ПІІ за їх формами за період 2003-2013 рр., млрд дол. США

Джерело: побудовано автором на основі даних UNCTAD

Вартість міжкордонних M&A операцій у 2013 р. також зросла на 5% на противагу 45%-у падінню у 2012 р. до рівня показників 2009 та 2010 років. Характерною особливістю останніх років у процесі залучення інвестицій є зростання ролі країн, що розвиваються та країн з перехідною економікою, які показують кращі показники, ніж розвинені країни, а також закріплюють свої позиції в якості покупців іноземних підприємств, особливо у сферах ІТ та біотехнологій. У 2013 р. в країнах, що розвиваються та країнах з перехідною економікою спостерігалось 17%-е зростання в обсягах вартості оголошених проектів за участі ПІІ «з нуля» (з 389 до 457 млрд дол. США) та 73% -е зростання вартості міжкордонних M&A операцій (з 63 до 109 млрд дол. США). У розвинених країнах за цими показниками спостерігалось падіння на рівні 4% і 11% відповідно. Цікавим також є факт, що обсяги капітальних інвестицій проектів за участі ПІІ «з нуля» зростають на рівні з загальними потоками ПІІ, які вимірюються ЮНКТАД. Незважаючи на методологічні відмінності щодо обчислення обсягів ПІІ «з нуля» та загального обсягу потоків ПІІ, який включає додатково і інвестиції, пов'язані з M&A та спільними підприємствами, однаковий рівень зростання засвідчує тверді наміри іноземних інвесторів щодо довготривалих і продуктивних інвестицій.

У 2012 р. спад ПІІ незалежно від їх форми здійснення спостерігався у всіх трьох секторах економіки (рис. 2.3). Проте сфера послуг зазнала найменшого впливу падіння інвестиційної активності в абсолютних показниках вартості здійснених проектів. Серед галузей, які зазнали найбільших втрат ПІІ ті, що залежні від кон'юнктури на зовнішніх ринках та характеризуються високою циклічністю виробництва, а саме: галузі добувної промисловості та металургія. На противагу їм харчова, фармацевтична та тютюнова промисловість не стикнулися зі зменшенням обсягів залучення ПІІ. У 2013 р. загальні тенденції зростання обсягів ПІІ теж відобразились у розрізі секторів економіки за виключенням переробної промисловості (-4%) при здійсненні проектів «з нуля» та сфери послуг в М&А операціях (-7%). Однак, сфера послуг найбільш динамічно залучає ПІІ і надалі.

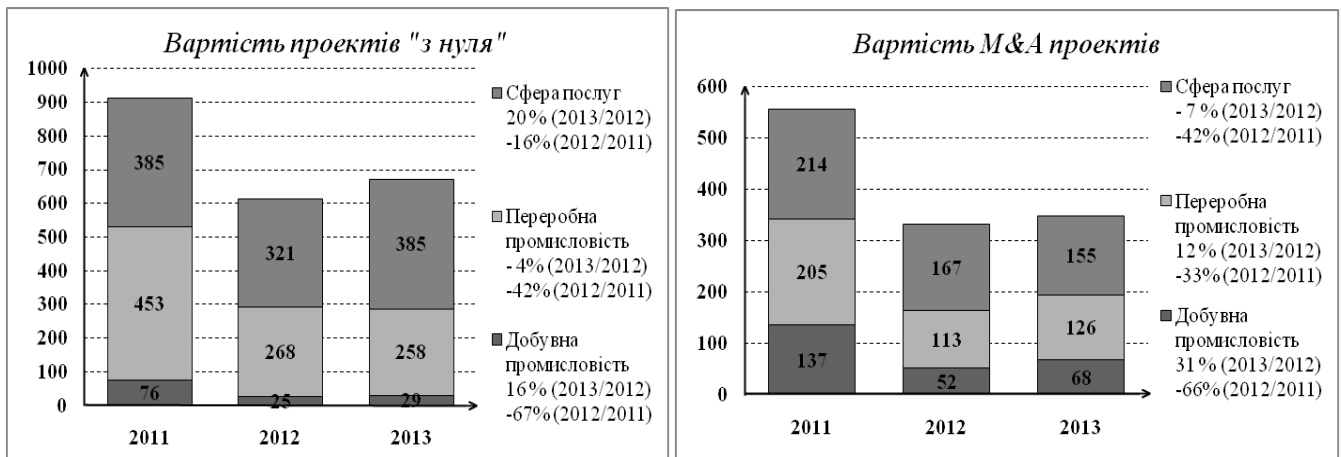


Рис. 2.3. Вартість проектів, що передбачають ПІІ за їх формами та секторами економіки у 2011-2013 рр., млрд дол. США

Джерело: побудовано автором на основі даних UNCTAD [252; 253]

Впродовж останніх двох років (2011 - 2013 рр.) найбільш привабливими для іноземних інвесторів при здійсненні ПІІ «з нуля» незалежно від країни походження іноземного інвестора залишаються фінансові і бізнес-послуги, інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ), транспортне, промислове обладнання, паливна і хімічна промисловість. На фінансові і бізнес-послуги разом з ІКТ у 2012 р. припало 43,68% усіх проектів по світу (2011р. - 39,3%) [172]. А в 2013 р. проекти паливної промисловості, ІКТ, фінансових та бізнес-послуг, а також операції з нерухомості залучили разом 47,26% світових обсягів ПІІ «з нуля» [173, с. 3].

Важливим є факт, що відколи ведеться спостереження за сектором ІКТ (з 2003 р.) у 2013 р. було зафіксовано пікове значення вартості обсягів залучення ПІІ «з нуля» у цей сектор. Незважаючи на 6,34% світове падіння щодо кількості інвестиційних проектів, в секторі ІКТ спостерігалось зростання на рівні 12,2% (762 проекти) загальною вартістю 61,59 млрд дол. США, що відображає зростання щодо вартості проектів на 82,2% в порівнянні з 2012 р. Найбільші інвестиційні проекти 2013 р. за участі ПІІ «з нуля» наведено в табл. 2.1. Дані щодо обсягів капітальних інвестицій в сектор ІКТ за підгрупами та напрямками економічної діяльності наведені в Додатку В. Важливо, що у 2013 р. ПІІ, залучені у види діяльності, які спрямовані на підвищення інноваційної складової, а саме дизайн, розвиток і тестування та науково-дослідну діяльність, досягли свого нового рекорду – 8,93 млрд дол. США, що втричі більше за показник 2012 р. та на 44,22% більше за рівень 2003 р. Така позитивна тенденція підсилюється також намірами керівників компаній цього сектору. За даними опитування PwC [235], 41% респондентів зазначили, що розвиток продукту та інновації визначені як пріоритетні та основні рушії зростання їх бізнесу до 2017 р.

Європейський ринок відображає світові тенденції ПІІ. Кількість проектів, що передбачають ПІІ «з нуля» у 2012 р. зменшилась на 20,82% в порівнянні з 2011 р. і становила 3 891 проектів. Західноєвропейські підприємства продовжують бути як привабливими об'єктами для залучення ПІІ, так і провідними інвесторами. На них припало 43,12% загальної кількості здійснених світових проектів, хоча значна їх частка в межах Західної Європи і залишається [172, с. 3]. Перелік країн за кількістю проектів, реалізованих завдяки ПІІ, що були залучені, а також їх вартість наведені в Додатку Д.

Лідером в залученні ПІІ як за кількістю проектів, так і за їх вартістю є Великобританія. Далі спостерігається певна невідповідність. Так, в Польщі та Росії було реалізовано майже вдвічі менше проектів, ніж в Німеччині. Однак, за показником вартості цих проектів вищезгадані країни останню випереджають, що свідчить про масштаби та капіталомісткість інвестиційних проектів.

Таблиця 2.1

Основні інвестиційні проекти, що передбачають ПІІ «з нуля» в сектор інформаційно-комунікаційних технологій за вартістю капітальних інвестицій (млрд дол. США)

Дати проекту	Підприємства, в які ПІІ залучаються	Материнські компанії	Країни походження інвестицій	Країни-реципієнти	Підгрупи	Види економічної діяльності	Капітальні вкладення
Грудень 2013	Cisco Systems	Cisco Systems	США	Канада	Комунікаційне обладнання	Дизайн, розвиток і тестування	4,00
Січень 2013	Ericsson Canada	Ericsson	Швеція	Канада	Комунікаційне обладнання	Дизайн, розвиток і тестування	1,16
Березень 2013	Pinewood-Shepperton Studios	Pinewood-Shepperton Studios	Велико-британія	США	Кінематограф і звукозапис	Дизайн, розвиток і тестування	1,00
Вересень 2013	Microsoft	Microsoft	США	Ірландія	Опрацювання даних, хостинг і супутні послуги	Інформаційно-комунікаційні технології та Інтернет-інфраструктура	0,51
Квітень 2013	Etisalat Nigeria	Emirates Telecommunications (Etisalat)	ОАЕ	Нігерія	Постачання безпроводних телекомунікаційних послуг	Інформаційно-комунікаційні технології та Інтернет-інфраструктура	0,50
Вересень 2013	Microsoft	Microsoft	США	Фінляндія	Опрацювання даних, хостинг і супутні послуги	Інформаційно-комунікаційні технології та Інтернет-інфраструктура	0,25
Жовтень 2013	Huawei Technologies	Huawei Technologies	Китай	Велико-британія	Комунікаційне обладнання	Дизайн, розвиток і тестування	0,20
Жовтень 2013	DirecTV	Liberty Media	США	Колумбія	Радіо- і телетрансляції	Дизайн, розвиток і тестування	0,10
Листопад 2013	Equinix	Equinix	США	Велико-британія	Опрацювання даних, хостинг і супутні послуги	Інформаційно-комунікаційні технології та Інтернет-інфраструктура	0,08
Лютий 2013	MTN Uganda	MTN Group	ПАР	Уганда	Постачання безпроводних телекомунікаційних послуг	Інформаційно-комунікаційні технології та Інтернет-інфраструктура	0,07

Джерело: [173, с. 15]

За даними fDi Intelligence [173], що структурно є одним із підрозділів Financial Times Ltd і вважається найбільшим центром збору інформації, пов'язаної з ПІІ, у 2013 р. у Європу було залучено 137,26 млрд дол. США, які охопили 4 166 інвестиційних проектів. За даними дослідження Ernst & Young [166] кількість проектів становила 3 955. Різниця у спостереженнях зумовлена різними методиками обчислення, однак на відстеження загальних тенденцій вона мало впливає, оскільки основні узагальнення співпадають. Лідерами в залученні ПІІ залишаються Великобританія, Німеччина та Франція. Водночас вони є і найбільш активними у здійсненні ПІІ «з нуля» (див. Додаток Д).

Інвестори з Німеччини лідирують також серед інших європейських країн за кількістю створених робочих місць (2012 р.: 130 тис. [172]). Загалом у 2013 р. частка ринку західноєвропейських інвесторів зросла на 10,38% і становить 246,99 млрд дол. США або 34,94% вартості усіх оголошених проектів за участі ПІІ «з нуля» по світу. Загальна вартість проектів, що передбачають ПІІ «з нуля», що фінансувалися інвесторами Західної Європи, за виключенням вартості проектів всередині країн Західної Європи, зросла на 13% до 176,4 млрд дол. США [173, с. 4, 7].

Дані щодо кількості залучених проектів, кількості створених ними робочих місць та їх ринкових часток за країнами в період 2012-2013 рр. та рейтинг найбільш привабливих країн Європи для операційної діяльності на думку прямих іноземних інвесторів наведений в Додатку Д.

Цікавим для аналізування є розподіл кількості проектів та створених ними робочих місць за напрямками економічної діяльності. Як видно з табл. 2.2, ПІІ у збутову та маркетингову діяльність забезпечили майже 50% загальної кількості інвестиційних проектів. Цей факт засвідчує, що основним мотивом здійснення ПІІ є комерційна присутність закордоном, яка може замінити або доповнювати експортну діяльність підприємства, що такі інвестиції здійснює. Незважаючи на падіння в порівнянні з 2012 р., виробнича діяльність залишається найбільш працемісткою – 54% усіх створених робочих місць у Європі. Збільшили свою вагу як за кількістю проектів, так і за кількістю робочих місць, ПІІ, спрямовані на науково-дослідну діяльність (22% усіх R&D проектів залучено в Великобританію, 18% - Німеччину,

16% - Францію), а також послуги з надання підтримки бізнесу. Сфера послуг протягом останніх років набирає ще більшої вагомості. Так, якщо в період 1999-2003 рр. ПІІ у Європі за чисельністю здійснених проектів розподілялись у співвідношенні 62% в промисловість, 38% - в сферу послуг, то за 2009 – 2013 рр. в промисловість надійшло 45% ПІІ, а в сферу послуг – 55% [168, с. 7].

Таблиця 2.2

Кількість проектів за участі ПІІ та створених ними робочих місць за найбільш привабливими для іноземних інвесторів напрямками економічної діяльності в Європі у 2013 р.

Напрямки економічної діяльності	Кількість проектів	Зміна за рік	Кількість створених робочих місць	Зміна за рік
Збутова і маркетингова діяльність	1 899	-2%	17 519	-11%
Виробнича діяльність	1 018	5%	89 117	-12%
Науково-дослідна діяльність	290	23%	12 523	64%
Логістична діяльність	284	20%	19 481	48%
Послуги, спрямовані на підтримку бізнесу (business support services)	278	37%	20 927	10%
Діяльність головного управління (headquarters)	155	-8%	6 514	-26%
Навчальна і тренінгова діяльність	31	-14%	262	-68%
ЗАГАЛОМ	3 955	+5%	166 343	-2%

Джерело: Ernst & Young's European Investment Monitor 2014 [167]

Сфера послуг залишається також основним об'єктом інвестування у колі інституційних інвесторів, зокрема серед фондів прямих інвестицій (74% у загальній структурі секторального розподілу ПІІ) [252, с. 14]. Зважаючи на свою специфіку, фонди прямих інвестицій здійснюють ПІІ у формі М&А проектів. Динаміка діяльності фондів прямих інвестицій у сфері міжкордонних М&А угод за період 1996-2013 рр. наведений в Додатку Е. Незважаючи на зменшення валових обсягів міжкордонних М&А угод у 2013 р., 10%-е падіння в порівнянні з піковим 2007 р., фонди прямих інвестицій залишаються важливим джерелом альтернативного фінансування в умовах обмеженого або дорогого кредитування особливо для малих та середніх підприємств.

Ще однією характерною особливістю на ринку міжнародного прямого інвестування останніх років є нарощення обсягів договірних форм ПІІ. Якщо раніше, маючи за мету побудову виробничих мереж за кордоном, іноземні інвестори, серед яких в аналізованому контексті більшість складають ТНК, надавали перевагу прямій участі в статутному капіталі підприємства через створення у приймаючій країні внутрішніх систем підпорядкованих материнським компаніям філій, то зараз спостерігається процес екстерналізації, коли окремі види діяльності передаються за рамки системи власних підприємств під час усього ланцюга створення доданої вартості. ТНК створили взаємозалежні мережі операцій, за виконання яких відповідають як філії, дочірні і асоційовані підприємства, так і підприємства-партнери незалежно від країни розташування. За допомогою різноманітних механізмів ТНК все більше контролюють та координують операції самостійних, однак все-таки залежних від них підприємств-партнерів відповідно до їх цілей та стратегії, галузі функціонування і специфічних обставин кожного ринку. Такі механізми включають в себе важелі контролю, які реалізуються інструментами часткової власності чи спільних підприємств, базованих на договірних засадах, або ж інструментами ринкової сили, що проявляються у володінні такими стратегічними активами як технології, доступ до ринку і стандарти [250, с. 124-130]. За даними ЮНКТАД обсяги продаж товарів та послуг за договірними формами здійснення ПІІ в 2010 р. становили понад 2 трлн дол. США, з них на субпідряд та послуги аутсорсингу припадало близько 1,1 - 1,3 трлн дол. США, франчайзингу – 330-350 млрд дол. США, ліцензування – 340-360 млрд дол. США, а на інші домовленості – близько 100 млрд дол. США. В більшості випадків темпи зростання вартості обсягів продаж за договірними формами здійснення ПІІ випереджали темпи зростання самої галузі, в межах якої відбувалися операції [250, с. 132].

На основі проведеного аналізування можемо констатувати, що головними світовими тенденціями в розвитку ПІІ, якими не можна нехтувати при залученні ПІІ на підприємства є наступні:

- 1) зміна лідерських позицій у обсягах ПІІ за походженням інвесторів; зростання кількості підприємств, які здійснюють свою діяльність на міжнародному рівні, як з великих, так і малих країн, що розвиваються. Сторони, що залучає ПІІ цей факт дає знак про можливість розширення територіального пошуку потенційних партнерів та вибору оптимального;
- 2) зміна фокусу об'єктів інвестування підприємств-інвесторів з природних ресурсів та виробництва на різноманітний спектр послуг. Це засвідчує схильність міжнародних підприємств децентралізувати ланцюг вартості в світовому масштабі та передавати виконання послуг третій стороні закордон, що надає можливість і невеликим підприємствам ставати міжнародними гравцями;
- 3) залучення до процесів прямого іноземного інвестування малих та середніх підприємств, особливо високотехнологічних. Для останніх ця тенденція розширює коло можливостей щодо фінансування своєї діяльності;
- 4) пріоритетність науково-дослідної діяльності як двигуна економічного зростання;
- 5) збільшення обсягів договірних форм ПІІ (неакціонерних форм міжнародного виробництва), що розширює спектр можливих форм залучення іноземного капіталу.

Результати аналізування звітів міжнародних організацій та спеціалізованих консультаційних організацій [172; 173; 250; 251; 252; 253; 255] засвідчують, що конкуренція за залучення ПІІ стає все більш жорсткою. Завдяки глобалізації та розвитку країн тенденції прямого іноземного інвестування зазнали значних змін. Країни, що розвиваються залучають більші обсяги ПІІ, ніж розвинені країни, що частково є результатом діяльності агентств із залучення інвестицій (АЗІ). Більшість країн світу і практично кожна країна ЄС [258] пропонує іноземним інвесторам надання послуг державних або напівдержавних агентств, що займаються залученням інвестицій, і які в більшості випадках є першим офіційним контактним центром між іноземними інвесторами та інвестиційними можливостями країни. На сьогодні 81% країн по світу пропонує інвесторам послуги національного АЗІ. Для країн, що розвиваються цей показник становить 78% [254].

Поширеною є думка, що промоція інвестицій має значний вплив на рівень залучених інвестицій. Згідно дослідження Дж. Велса та А. Вінта [262], 10% -е

збільшення бюджету на промоцію інвестицій спричиняє зростання обсягів ПІІ на рівні 2,5%. Т. Хардінг та Б. Яворчік [186] теж відстежили позитивний зв'язок між промоцією інвестицій та результатами залучення ПІІ, а дослідження Оксфордського університету [188] виявило, що 1 долар, спрямований на промоцію ПІІ збільшує їх притік на 189 дол. США. Взаємозв'язок та можливий вплив діяльності АЗІ на притік ПІІ спричинений частково проблемою асиметрії інформації, з якою стикаються іноземні інвестори при входженні на новий ринок. Інформація, що надається АЗІ, а також їх підтримка стають вирішальними в процесі прийняття інвестиційного рішення щодо визначення місцевості здійснення проєктів за участі ПІІ з високою доданою вартістю [194]. Тому одним із базових завдань діяльності АЗІ є надання усієї необхідної інформації для прийняття позитивного інвестиційного рішення. Ця вимога стає ще більш актуальною у країнах з великими відмінностями між потенційними інвесторами та стороною, що представляє локацію в питаннях культури, особливо, коли офіційною мовою не є англійська, а інвестиційний клімат характеризується непередбачуваністю, низькою транспарентністю системи державного управління та ускладненим доступом до інформації.

Головними функціями АЗІ є [124]: 1) міжнародний інвестиційний маркетинг та цільовий пошук інвесторів (таргетування); 2) підтримка та обслуговування інвесторів; 3) поліпшення інвестиційного клімату та усунення перешкод для інвестування. На основі досліджень [150; 161; 268; 218] можна виокремити чотири основні сфери діяльності АЗІ, які формуються відповідно до вищезгаданих функцій: 1) формування стратегії та організування діяльності АЗІ; 2) залучення потенційних інвесторів на об'єкти інвестування; 3) сприяння інвестиціям; 4) надання інвестиційних послуг.

Формування стратегії та організування діяльності АЗІ проявляється насамперед в контексті її інтеграції в національну чи регіональну політику розвитку, макроекономічних передумов (економічна стабільність, політичний курс держави на залучення ПІІ, лібералізація торгівлі, податковий режим тощо), визначенні структури організації, головних цілей та принципів діяльності щодо конкурентоспроможності свого позиціонування та секторального таргетування на

основі ринкових досліджень і планування, що полягає у виборі «мішені», на яку необхідно спрямовувати вплив, щоб досягти поставлених результатів та цілей.

До ключових аспектів, які необхідно враховувати при формуванні стратегії АЗІ, належать такі [268]: причина залучення ПІІ; наявність пріоритетних секторів для національного/регіонального розвитку; питання необхідності диференціації залучення ПІІ за видами інвесторів та інвестицій, їх пріоритетність; роль інвестиційних стимулів в залученні ПІІ, критерії їх надання; формат співпраці з іншими зацікавленими сторонами.

Як показують результати порівняльних досліджень, діяльність АЗІ націлена перш за все на проекти за участі ПІІ «з нуля», які найбільш сприяють економічному зростанню та розвитку приймаючої території через їх прямі впливи на приріст основного капіталу, технологічний рівень та інновації, зайнятість і розвиток людських ресурсів, структуру торгівлі, а також через непрямі – супутні ефекти на зростання рівня продуктивності та конкурентоспроможності внутрішніх підприємств [201; 230; 244, с. 3-4]. Однак, є також агентства, які надають послуги пошуку і налагодження бізнес-контактів іноземним інвесторам, які шукають підходящого місцевого партнера для ведення господарської діяльності у формі спільного підприємства (The Singapore Economic Development Board, Welsh Development Agency, CzechInvest). Окрім цього, за професійними послугами АЗІ звертаються також компанії, що зацікавлені у здійсненні М&А проектів [140]. Незважаючи, що АЗІ з таким вектором діяльності є у меншості (Invest in Sweden Agency), саме ця сфера їх діяльності відкриває потенціал розвитку з метою збільшення обсягів залучених ПІІ на національному рівні.

У сфері залучення потенційних інвесторів, діяльність АЗІ традиційно зосереджується у двох напрямках: маркетингова діяльність і пряме таргетування компаній. При залученні ПІІ АЗІ стикається з ситуацією, чи є їх бренд за кордоном упізнаваним, а імідж країни в інвестиційних колах сприятливий для досягнення поставлених цілей. Проблему впливу іміджу країни на процес залучення ПІІ було розглянуто у статті [6]. Саме тому в процесі залучення ПІІ АЗІ активно використовують маркетингові техніки та їх інструменти. Однак, зважаючи на обсяги

і вартість ресурсів, необхідних для ефективних маркетингових кампаній, питання їх економічної віддачі та відповідно доцільності залишається суперечливим. Згідно з [262] аргументи на користь PR-кампаній є сильними лише у випадках, коли:

- 1) реальний стан речей в країні є насправді кращим за сприйняття світової інвестиційної спільноти;
- 2) країна не була реципієнтом ПІІ в минулому;
- 3) реформування внутрішньої політики, що забезпечує АЗІ можливістю спрямовувати зусилля на зміну свого іміджу;
- 4) стратегічна зміна напрямків діяльності АЗІ, для прикладу, таргетування нових секторів економіки чи видів діяльності.

На основі опрацьованих практичних матеріалів можна ствердити, що до маркетингових технік у сфері залучення ПІІ належать:

1. Загальні PR-кампанії, які передбачають рекламну діяльність на телебаченні, в друкованих засобах інформації, в спеціалізованих фінансових виданнях, спеціалізованих за видами економічної діяльності виданнях, онлайн-порталах.
2. Підготовка та друкування інформаційних матеріалів для дистрибуції під час конференцій, інвестиційних місій, на веб-сайтах (довідкові брошури, інвестиційні атласи, інформаційні бюлетні). Їх основною функцією є висвітлення ключових фактів інвестиційного середовища, інвестиційних можливостей та успішних проєктів, які уже реалізовано за посередництва АЗІ.
3. Участь в інвестиційних виставках, форумах, бізнес-конференціях, що дозволяють налагодити необхідні контакти, відстежити тенденції та настрої інвесторів, а також перейняти позитивний досвід інших проєктів.
4. Інвестиційні та торговельні місії до країн, представниками яких є іноземні інвестори, в яких АЗІ є найбільш зацікавленими. Як засвідчує практика, інвестиційні та торговельні місії, які є вузько-орієнтованими на невеликий перелік представників сектора, галузі чи на конкретну компанію є більш успішними за широкі місії.
5. Телефонна кампанія і кампанія прямої розсилки листів до публічних та приватних організацій. Використовуються як частина стратегії, орієнтованої на сектор, галузі чи конкретні компанії.

6. Створення веб-сайту. Припускаючи високу ймовірність, що потенційний інвестор розпочинає дослідження ринку інвестиційних можливостей через Інтернет, якість контенту наповнення сайту може сильно впливати на його подальше зацікавлення та більш предметні запити. В умовах розвитку технологій та активного інформаційного оцифрування, присутність в Інтернеті надає можливість АЗІ покращити якість виконання своїх функціональних завдань шляхом економії ресурсів на інформування широкого загалу про свою роль та діяльність, актуальні новини, пропозиції, інвестиційні можливості, зосередившись натомість на генеруванні цільових інвестиційних ініціатив.

Напрямок прямого таргетування компаній в діяльності АЗІ проявляється через ідентифікацію потенційних інвесторів на основі визначених критеріїв та побудови взаємовідносин з ними для майбутньої співпраці, що вимагає розроблення специфічних підходів.

Діяльність АЗІ у сфері сприяння інвестиціям полягає в комплексі заходів, які націлені на розробку пакета інвестиційних стимулів та спрощення механізму доступу іноземних інвесторів до ринку. Поширеною світовою практикою реалізації останнього напрямку є послуги «єдиного вікна» («one-stop shop»), що передбачають супровід іноземного інвестора менеджерами АЗІ під час взаємодії з профільними міністерствами, відомствами, дозвільними службами, місцевими органами державної влади та іншими регуляторними установами. АЗІ виконують функцію захисту інтересів іноземних інвесторів у колах виконавчої та законодавчої влади з метою покращити інвестиційний клімат бізнес-середовища. Характеристика типів та механізмів застосування інвестиційних стимулів АЗІ подано в Додатку Ж.

Діяльність АЗІ у сфері надання інвестиційних послуг може бути згрупована залежно від етапу інвестиційного проекту, що супроводжується. Так, виокремлюються такі етапи як: передінвестиційної підготовки проекту (підготовка до інвестування: інформаційна підтримка, дослідження ринку, організація візитів інвестора з зацікавленими сторонами, допомога у виборі місця тощо); реалізації проекту (допомога в започаткуванні бізнесу, пошук бізнес-партнерів серед місцевих постачальників, підбір персоналу, юридичний супровід тощо); пост-інвестиційного

супроводу проекту (налагодження контактів з новими постачальниками, аналізування перспектив розвитку бізнесу, вирішення питань регуляторного характеру на місцевому чи державному рівнях тощо).

Очевидно, що перелік послуг та їх якість, які пропонуються АЗІ інвестору, не є стандартизованим і видозмінюються залежно від специфіки як АЗІ, так і кожного інвестора, а також як наслідок запитів і потреб останніх. Однак, більшість АЗІ зосереджують свої зусилля на наданні послуг на етапі передінвестиційної підготовки проекту, ніж на пост-інвестиційному супроводі [229; 266; 265].

Таким чином, до типових завдань діяльності АЗІ належать розповсюдження інформації, сприяння інвестиційній діяльності, залучення інвестицій, формування іміджу і, що особливо важливо з погляду впливу залучених інвестицій на внутрішні підприємства – розширення взаємозв'язків між іноземними інвесторами та місцевими постачальниками. Будучи у стратегічному партнерстві з місцевими органами державної влади, вплив їх діяльності на залучення ПІІ проявляється також через захист та лобіювання інтересів іноземних інвесторів у політичних колах державних органів [140; 142; 227; 262; 266]. Хоча кожне АЗІ саме визначає основні цілі своєї діяльності залежно від запланованої стратегії розвитку. На рис. 2.4 наведено найбільш важливі цілі АЗІ, що мали пріоритетність у 2013 р. серед країн, що розвиваються.



Рис. 2.4. Пріоритетні цілі діяльності АЗІ в країнах, що розвиваються у 2013 р.
(частка респондентів, %)

Джерело: IPA Survey (кількість респондентів - 62) [252]

У 2013 р. fDi Intelligence [171] провела онлайн-опитування 55-ти АЗІ з метою визначити найбільш інноваційні інструменти залучення ПІІ, що використовувались агентствами у 2013 р. на п'яти рівнях: 1) національному (IDA Ireland);

2) регіональному (Copenhagen); 3) місцевому (Barcelona); 4) рівні вільних економічних зон (Lodz); 5) комерційному рівні – (ConnectIreland). Опрацьовані результати звіту за агентствами наведені у Додатку 3. Контент-аналіз цього звіту дає змогу узагальнити, що за умов обмежених джерел інвестування необхідно імплементувати креативні та інтегровані підходи до залучення ПІІ. Особлива увага звертається на важливість знаходження можливих шляхів стимулювання інвестицій, які вбачаються у таких сферах: 1) застосування стимулюючих інструментів пост-інвестиційної діяльності АЗІ, спрямованих на реінвестиції та розкриття потенціалу підприємства, що вже працює на локальному ринку в контексті його можливостей зробити внесок у розвиток місцевості, а також виявлення загальних тенденцій та перспектив бізнес-середовища; 2) використання можливостей онлайн-промоції та інструментів нових медіа; 3) використання потенціалу налагодження контактів як в колі іноземних інвесторів, так і серед спеціалістів інших АЗІ через тісне партнерство; 4) залучення осіб, що стали б т. зв. послами конкретного АЗІ у колі потенційних інвесторів, а також ресурсів діаспори; 5) налагодження стратегічного партнерства з органами державної влади та організацій, зайнятих бізнес-промоцією задля надання іноземним інвесторам, які приходять на локальний ринок інвестиційних послуг на найвищому рівні; б) створення середовища, заснованого на цінностях різноманіття, індивідуальних свобод та самовираження з метою бути привабливим для креативних людей та професіоналів, особливо ІТ-сфери.

Зростаюча роль міст спричинена попитом, оскільки більшість іноземних інвесторів демонструють тенденцію прийняття інвестиційних рішень з позиції перспектив регіонального та міського розвитку [260]. Тому регіональні та міські АЗІ завдяки їх впливу на місцеву інфраструктуру є додатковими дієвими інструментами залучення ПІІ через налагодження партнерських відносин з іноземними інвесторами. Серед характеристик міста, які найбільше впливають на його інвестиційну привабливість іноземні інвестори зазначають міжнародну бізнес-культуру, репутацію місцевих компаній та підприємців, навички робочої сили, стан інфраструктури та якість університетських програм [168, с. 26].

На основі матеріалів наукових статей [156; 159; 185-188; 201; 229; 262], практичних досліджень [140; 167; 168; 235], звітів та директив міжнародних організацій [250; 251; 252; 254; 255; 266], а також беручи до уваги нові виклики часу, було виокремлено інструменти, які є «добрими прикладами» для переймання досвіду залучення ПІІ за основними завданнями АЗІ, що здійснюють найбільший вплив на їх результативність. Результати наведені у табл. 2.3.

Таблиця 2.3

Набір інструментів АЗІ відповідно до їх основних завдань

Основні завдання АЗІ	Інструменти залучення ПІІ
Таргетування та маркетингова діяльність у сфері залучення ПІІ	<ul style="list-style-type: none"> • таргетування іноземних інвесторів; • таргетування конкретних видів економічної діяльності галузей, що можуть бути конкурентними та інкорпорованими у світову мережу господарських зв'язків • таргетування конкретних галузей та підприємств; • таргетування стратегічних ринків; • онлайн-промоція ПІІ
Сприяння інвесторам та надання інвестиційних послуг	<ul style="list-style-type: none"> • надання консультацій щодо схем інвестиційних стимулів: фінансові (субсидії, інвестиційні гранти), фіскальні (податкові пільги), інші (HR-підтримка, тренінгові програми, пропозиції земельних ділянок тощо); • робота із запитами від іноземних інвесторів (<i>критерії ефективності</i>: 1) доступність та легкість зв'язку; 2) якість зворотного зв'язку; 3) якість відповідей на запити; 4) обслуговування клієнтів); • моніторинг актуальних потреб іноземних інвесторів; • функціонування «єдиного вікна», що забезпечує повну підтримку іноземних інвесторів експертами на всіх етапах інвестиційного проекту; • налагодження контактів між зацікавленими сторонами інвестиційного процесу (<i>matchmaking</i>)
Пост-інвестиційний супровід	<ul style="list-style-type: none"> • моніторинг розвитку реалізованих інвестиційних проектів; • побудова локальної мережі постачальників, її підтримка та розширення; • стимулювання повторних інвестицій та збільшення їх обсягів від інвесторів, які уже працюють на місцевому ринку
Кооперація з іншими суб'єктами системи залучення ПІІ	<ul style="list-style-type: none"> • узгодження стратегічних, тактичних та операційних інструментів залучення ПІІ; • медіа-присутність (в т.ч. «нові медіа»); • стимулювання взаємозв'язків між місцевими малими та середніми підприємствами та підприємствами з уже залученими ПІІ; • налагодження співпраці з представниками органів державної влади, приватного сектору
Внутрішнє управління діяльністю АЗІ	<ul style="list-style-type: none"> • формування інвестиційної стратегії; • визначення оптимальної організаційної структури, розміру, завдань та обов'язків персоналу; • організування методів роботи на основі консультаційного підходу; • залучення представників приватного сектору до персоналу; • моніторинг та оцінювання результативності діяльності

Джерело: систематизовано автором на основі аналізу літературних джерел [140; 159; 167; 168; 185-188; 201; 229; 250; 254; 262; 264; 266]

АЗІ, діяльність яких визнана як «добрий приклад» для переймання досвіду залучення ПІІ презентують в основному маркетинговий підхід, що розглядає конкретну місцевість як товар з переліком можливостей, яким необхідна промоція, а

іноземних інвесторів – як споживачів, чії потреби необхідно задовольнити. Одним із основних і найскладніших завдань АЗІ є поєднання залучення ПІІ, спрямованих на розвиток, з позиції конкурентних переваг локації одночасно із задоволенням потреб та вимог іноземних інвесторів щодо інвестиційних проектів. Перш за все, це проявляється в розумінні стратегії щодо максимізації прибутку іноземних інвесторів, що виходять на нові ринки [142]. Визнання і врахування цього принципу у діяльності АЗІ значною мірою визначає її результативність.

Важливо розуміти, що реалізація кожного інвестиційного проекту передбачає заангажування двох сторін: інвестора, що приймає рішення; а також представника локації та об'єкта, що зацікавлений в залученні інвестицій. Незважаючи на форму здійснення ПІІ (чи це ПІІ «з нуля», М&А проекти чи спільні підприємства), остаточне рішення завжди залишається на стороні інвестора і залежить здебільшого від характеристик інвестиційного проекту (прибутковість та ризик), а не від місцевих органів державної влади. Однак, у випадках тісної співпраці якість надання послуг стороною, що представляє локацію, може відіграти вирішальну роль при прийнятті інвестиційного рішення. Тому перед АЗІ постає непросте завдання: налагодити співпрацю з іноземними інвесторами, а також як задовольнити першочергові вимоги та очікування іноземних інвесторів, так і досягти при цьому цілей економічного розвитку локації, яку вони представляють.

Опрацювання наукового матеріалу [140; 174; 188; 187; 244; 252; 253; 262], присвяченого тенденціям прямого іноземного інвестування стало підставою для висновку про нові обставини, за яких відбувається залучення ПІІ, а саме:

- збільшення кількості суб'єктів, які займаються залученням ПІІ як у світі, так і в межах окремо взятої країни;
- зростання конкуренції у процесі залучення ПІІ як наслідок першої обставини;
- необхідність нових підходів до пошуку потенційних інвесторів та генерування нових інвестицій.

Беручи до уваги вищенаведені обставини, постає критично важливе завдання щодо управління діяльністю, спрямованою на залучення ПІІ на підприємства. Поряд з політикою лібералізації, стабілізації та інституційними реформами приватизація

вважається одним із головних напрямків трансформаційного процесу, що передбачає перехід до ринкової економіки [265; с. 49]. Приватизація відноситься до головних каналів проникнення іноземного капіталу у стратегічні сфери економіки, особливо у постсоціалістичних країнах, а відтак є одним із методів залучення ПІІ на підприємства.

З крахом планової економіки для керівників державних підприємств пошук іноземного інвестора з метою викупу частки власності був одним із шляхів збереження підприємства, робочих місць і забезпечення подальшого розвитку в ринкових умовах. На підприємствах різних країн процес приватизації проходив з властивими характеристиками політики держави, що здійснювалася по відношенню до приватизації та визначеного економічному курсу розвитку, оскільки державна політика щодо обраних способів приватизації, її темпів та масштабу значною мірою визначала можливість доступу іноземних інвесторів до підприємств, що перебували в державній власності. Таким чином, через сповільнення чи прискорення приватизації проводилось регулювання притоку ПІІ на підприємств [196, с. 285-286; 169, с. 80].

Дослідження, що проводились у сфері приватизації [196; 207; 238], підтвердили, що ПІІ виявились одним з найкращих способів її проведення, якщо за критерій оцінки брати подальшу результативність економічної діяльності приватизованого підприємства та якість корпоративного управління. Більшість підприємств, приватизованих через «ваучерні схеми» втратили свою конкурентоспроможність [162; 169; 196; 198]. Проте, підприємства ЦСЄ стали доступними для приватизації іноземним інвесторам лише тоді, коли неекономічні критерії (соціальна рівність, швидкість зміни форми власності), які були превалюючими при застосуванні таких способів приватизації, як ваучерні схеми, програми щодо володіння підприємством його працівниками чи викуп поточним керівництвом, змінились критеріями економічної ефективності управління підприємством [170, с. 31].

На початкових етапах серед причин надання переваги масовій (за допомогою ваучерних схем) та «інсайдерській» (продаж підприємства його працівникам та

керівництву) приватизації на противагу зовнішнім інвесторам у більшості країн з перехідною економікою є політичний фактор і пошук зиску особами, залучених до приватизаційних справ [207, с. 46]. Однак, під тиском фінансового навантаження обслуговування заборгованості та дефіциту державного бюджету, а також підтвердження неефективності масової приватизації з точки зору корпоративного управління та недосягнення її початкових цілей відбулася зміна курсу політики державних органів країн ЦСЄ. Приватизація шляхом ПШ стала лише заохочуватись. Така ситуація спостерігалась в Угорщині в 1995-1996 рр., Чехії та Польщі в 1997 р. та країнах Південно-Східної Європи в 1999 р. Кумулятивний обсяг потоків ПШ шляхом приватизації та розподіл активів підприємств за способами приватизації наведений в Додатку К.

На території ЦСЄ лише в Угорщині частка власності іноземних інвесторів у загальній структурі приватизованих активів стала переважаючою (див. Додатку К). По інших країнах приватизація іноземними інвесторами стосувалась насамперед лише великих і середніх підприємств, що потребували швидкої та повної реструктуризації. Угорщина виявилась першою серед постсоціалістичних країн з найбільш ліберальною політикою стосовно іноземних інвесторів. Як наслідок за період 1990-1999 рр. через механізм приватизації в економіку Угорщини залучено від 2/3 до 3/4 іноземного капіталу. В порівнянні з показником 1989 р. частка іноземного капіталу в загальній структурі капіталу підприємств у 2000 р. зросла з 24,1% до 85%, що представляла в основному транснаціональним капіталом. Було залучено 76 зі 100 найбільших ТНК світу, частка яких у 2000 р. становила близько 75-80% іноземних інвестицій (обробна промисловість – близько 70%; автомобілебудування та хімічна промисловість – близько 90%; телекомунікації – близько 90%; сектор фінансових послуг – близько 80%; енергетичні системи – близько 50%; нафтопереробна, харчова промисловість – близько 95%) [130, с. 16; 99, с. 8].

В порівнянні з новими внутрішніми власниками іноземні інвестори мали більше можливостей для проведення якісних змін на підприємствах, що пов'язано насамперед з налагодженими зв'язками щодо експортної діяльності (перш за все на

європейські ринки), підприємницькою мотивацією іноземних інвесторів (особливо стратегічних інвесторів) щодо прибутковості та довгострокового розвитку підприємств, що приватизувалось, а також мотивацією сторони, що представляла підприємство, яке було залучене в процес приватизації. Для сторони, що представляла цільове підприємство, ключовими факторами виступали більшою мірою подальша реструктуризація підприємства і його розвиток, ніж сама ціна продажу, як зазвичай спостерігається у випадку звичних схем M&A. На практиці в країнах ЦСЄ спостерігалось наступне [238]: якщо цільовими об'єктами приватизації виступали великі підприємства, то стороною, що його представляла, було не керівництво підприємства, а державні органи, які не заглиблювались у деталі кожного проекту. Натомість вони керувались в основному потенційними макроекономічними та соціальними аспектами. У випадках приватизації середніх та малих державних підприємств пошуком потенційних іноземних інвесторів займалося керівництво самого підприємства. Автор праці [238, с. 5] наголошує, що в умовах трансформації, первинними цілями іноземної приватизації виступила необхідність збереження підприємства, а також його подальший довготривалий розвиток. Забезпечення розвитку в довготривалій перспективі було можливим лише шляхом інтеграції в мережу іноземної материнської компанії, що передбачало необхідну реструктуризацію підприємства. Важливо, що усі наступні цілі є похідними від первинних. До таких належать: 1) забезпечення фінансовими ресурсами; 2) отримання нових технологій, знань; 3) доступ до нових ринків (як збільшення частки на внутрішньому ринку, так і розширення експортних можливостей). Збереження зайнятості на підприємстві було другорядним завданням для усіх підприємств, що є очевидним в ситуації, коли підприємство знаходиться на межі виживання. У розрізі великих та малих підприємств для перших важливішим було залучення нових технологій та доступ до іноземних ринків, ніж для останніх. Пріоритетність цілей іноземної приватизації на підприємствах країн ЦСЄ наведена в Додатку К.

Найважливішими факторами, які враховувались в процесі приватизації і впливали на підписання угоди були [238, с. 8]: запропонована ціна покупки і

зобов'язання щодо інвестицій, які у більшості випадків повинні були бути здійсненими протягом п'яти наступних років. Збереження поточного керівництва було на третій позиції щодо пріоритетності. Однак, важливість цього фактора відрізняється залежно від розміру підприємства. Чим більшим було підприємство, тим менш важливим були зобов'язання щодо збереження на посадах поточного керівництва підприємства. Натомість більш важливими були гарантії для працівників щодо збереження їхніх робочих місць. Така залежність обумовлюється представництвом цільового підприємства. В той час, коли приватизація великих підприємств проводилась державними органами, приватизація малих - їх керівництвом. Для державних органів ключовими факторами залишалися наповнення державного бюджету та збереження рівня зайнятості.

Що стосується зобов'язань іноземних інвесторів щодо здійснення подальших інвестицій, не завжди вони дотримувались, а державні органи не могли вплинути на їх виконання, особливо, коли цільові підприємства були дуже великими [175; 213; 269]. Та незважаючи на такі недопрацювання у сфері переговорного процесу та його юридичного супроводу, загально визнано, що завдяки можливостям використання фінансових, технологічних, ринкових та управлінських переваг іноземні інвестори спроможні більш швидко та глибоко провести трансформаційні зміни на підприємстві у порівнянні з внутрішніми інвесторами. Це твердження підтверджує також опитування, проведене UNCTAD щодо результатів економічної діяльності до- та післяприватизаційного періодів на 23-ох підприємствах, що представляли країни з перехідними економіками (Хорватія, Чехія, Угорщина, Латвія, Польща, Румунія, Словенія) та були приватизовані шляхом ПП. Результати опитування наведені в Додатку К. Для більшості показників спостерігалось покращення діяльності як в до-, так і в післяприватизаційному періодах, що може свідчити про початок реструктуризації на етапі підготовки до процесу приватизації або про те, що іноземні інвестори надавали перевагу підприємствам, що знаходились в хорошому стані зі значною часткою внутрішнього ринку та потенціалом для розвитку. Після приватизації у більшості випадків спостерігалось підвищення показників обсягу випуску та доходів від продаж. Зменшення кількості працівників спостерігалось як в

до-, так і в післяприватизаційному періодах, що пояснюється необхідністю оптимізації надлишкової кількості робочої сили, що було характерним для планової економіки, а також загальними тенденціями падіння зайнятості в досліджуваному періоді. Експорт та витрати на науково-дослідні розробки описувались кращими показниками в доприватизаційному періоді, хоча і в після приватизаційному вони зберегли позитивну динаміку. Поруч із зростанням показника імпорту це засвідчує, що ПІ, що здійснювались на підприємства ЦСЄ, були в основному орієнтованими на захоплення частки внутрішнього ринку та використовувались як канали збуту продукції інших підприємств, що входять в мережу материнської компанії. Однак, слід також мати на увазі, що такий результат може бути наслідком вибірки для дослідження, яка представляла більше підприємств, що орієнтовані на внутрішній ринок. Емпіричні дослідження показують, що підприємства з іноземною часткою власності в загальному є більш експортно-орієнтованими, ніж внутрішні підприємства [197]. Показники продуктивності в післяприватизаційному періоді демонструють позитивну динаміку зростання. Можемо припустити, що економія витрат, фінансова реструктуризація та зростання випуску є першочерговими завданнями іноземних інвесторів у післяприватизаційному періоді.

Після приватизаційного процесу за участі іноземних інвесторів на підприємствах ЦСЄ відбувалася обов'язкова їх реструктуризація (див. Додаток К). Наслідком цього стала ситуація, за якої підприємства, приватизовані іноземними інвесторами, демонстрували кращі результати господарської діяльності в порівнянні з національними підприємствами. Важливо, що результативність такої реструктуризації була вищою у випадках, коли спостерігалась попередня кооперація між іноземним інвестором та цільовим підприємством [238, с. 14]. Іншим фактором, що визначає охоплення і результативність реструктуризації приватизованого підприємства є ступінь його інтеграції в материнську компанію. Підвищення результативності діяльності підприємств та їх технологічного рівня зокрема є завданням більшої ваги для інтегрованих підприємств, оскільки вони впливають на результативність цілої мережі. Однак, приватизація іноземним інвестором не завжди означає повну інтеграцію у материнську компанію. Часто опісля приватизаційного

процесу підприємство залишається самостійною одиницею. Зазвичай повна інтеграція спостерігається під час вертикальних ПП на підприємства, що є експортно-орієнтованими. На відміну від них, горизонтальні ПП, що здійснюються на підприємства з метою орієнтації на внутрішній ринок, характеризуються більшою самостійністю [217; 222].

Опрацювавши матеріал за темою, можемо виокремити головні напрямки, за якими відбувалися зміни в післяприватизаційній реструктуризації на підприємствах з ПП:

1. Виробничий. Спостерігалось в основному підвищення якості продукції шляхом зміни виробничого і технологічного процесу, відмова від виробництва товарів не основного виду діяльності.
2. Організаційний. Відбувалась зміна організаційної структури підприємства; перехід на міжнародні стандарти звітності.
3. Кадровий. Проводились заходи з підвищення кваліфікації шляхом навчання працівників підприємства, особливо управлінського складу. Характерною особливістю на приватизованих підприємствах став надлишок робочої сили, який вирішувався двома шляхами: скороченням або ж «м'якими» методами, до яких належать можливість раннього виходу на пенсію, проведенням тренінгів щодо відкриття власного бізнесу тощо.
4. Інформаційний. Велика увага стала приділятися інформаційним аспектам діяльності підприємства, особливо збору інформації задля прийняття компетентних рішень. Значні ресурси виділялись на інформаційні і контролюючі системи.
5. Ринковий. Покращилась маркетингова діяльність підприємств.

Можна підсумувати, що характерною рисою трансформаційного процесу в країнах ЦСЄ стало те, що масовий прихід іноземних інвесторів на ринок відбувся у формі іноземної приватизації. Причиною цього була відсутність приватного сектору як такого. Тому очевидно, що єдиними активами, які іноземні інвестори могли придбати, стали колишні державні підприємства.

На відміну від країн ЦСЄ Україна не використала приватизацію як спосіб масового залучення іноземного капіталу. Станом на 2013 р., починаючи з 1992 р., в

Україні загалом приватизовано 29 108 об'єктів державної форми власності [50]. Стратегічні позиції в економіці посів вітчизняний капітал. Іноземні інвестори не брали активної участі в процесах приватизації з огляду на ряд причин, які стали основними в ситуації, що склалась і залишаються такими і на сьогодні [50; 99; 101; 130]: 1) стартові інвестиційні умови, які в порівнянні з іншими постсоціалістичними країнами виявились непривабливими для іноземних інвесторів; 2) пасивність рушійних сил, зацікавлених у докорінній зміні пострадянської системи на ринкову і демократичну внаслідок історичних обставин; 3) регуляторна політика у сфері іноземних інвестицій та приватизації не характеризувалася стратегічністю щодо економічного розвитку; 4) використання неформальних методів відсіювання конкурентів на користь вітчизняних приватних компаній, наближених до влади; 5) відсутність визначених чітких і прозорих критеріїв відбору інвесторів при створенні спільних підприємств, що уможливлювало практику прийняття суб'єктивних рішень чиновниками на рівні міністерств та урядів; 6) відсутність правових механізмів допуску іноземних інвесторів до участі в приватизації об'єктів стратегічного значення, що уможливила «ручне» визначення зони регулювання приватизаційних процесів; 7) поле приватизації для приватних підприємств обмежується визначеним переліком видів діяльності, які можуть бути здійснені лише державними підприємствами і організаціями; 8) корумпованість органів державної влади, що перетворює адміністративні послуги в специфічний товар; 9) жорстка конкуренція між великими бізнес-групами в розподілі державних активів, внаслідок чого представники вітчизняного великого капіталу не зацікавлені у вільному допуску іноземних інвесторів до приватизаційних процесів.

Основними відмінностями між приватизаційними процесами в Україні та країнах ЦСЄ в контексті залучення ПІІ на підприємства стали [101, с. 12]: 1) обмежена участь іноземних інвесторів у приватизації; 2) надання пріоритетності в приватизаційних процесах населенню України; 3) надання особливих пільг та першочерговості працівникам і керівникам підприємств на етапі масової приватизації.

Непрозорість бізнес-середовища стала серйозною перешкодою для іноземних інвесторів при проникненні на український ринок. Таким чином, в українському середовищі не було забезпечено вільного доступу іноземного капіталу, який приніс з собою нові технології, масштабні інвестиції, цивілізовані способи ведення бізнесу, а також створив основу для ринкової трансформації та модернізації вітчизняних підприємств. В постсоціалістичних країнах іноземний капітал зайняв важливі позиції в галузях економік. Для них приватизація стала базисом трансформаційного процесу, про успішність якої свідчить вступ цих країн до ЄС у 2004 р.

2.2. Методичні положення з аналізування стану залучення прямих іноземних інвестицій на підприємства

В рамках цього підрозділу об'єктом дослідження є машинобудівні підприємства Львівської області, в статутному капіталі яких є частка власності прямого іноземного інвестора. Предмет дослідження – стан залучення ПІІ на машинобудівні підприємства Львівської області.

Основним джерелом кількісної інформації для проведення подальших досліджень у сфері ПІІ є результати статистичного спостереження. Так, при аналізуванні стану прямого іноземного інвестування на світовому та регіональному ринках з метою виявлення основних тенденцій та особливостей, якими не можна нехтувати при залученні ПІІ на цільове підприємство, використовувалися такі інформаційні джерела:

- 1) щорічні інвестиційні звіти, підготовлені ЮНКТАД, які є міжнародним стандартом обліку та аналізу ПІІ;
- 2) видання «fDi magazine», що вважається найбільшим світовим центром збору інформації, пов'язаної з ПІІ;
- 3) інформаційні видання міжнародної аудиторської компанії Ernst & Young.

В ході аналізування стану залучення ПІІ на підприємства в межах Львівської області інформаційними джерелами є бази даних Головного управління статистики у Львівській області та дані, зібрані шляхом опитування керівників підприємств, на

які залучені ПІІ, а також експертів приватного та державного сектору, що працюють у сфері міжнародної економічної співпраці.

У вітчизняних словникових виданнях вказано, що під станом розуміють «обставини, умови, в яких хто-, що-небудь перебуває, існує; ситуація, зумовлена певними обставинами, умовами; становище; сукупність ознак, рис, що характеризують предмет, явище в даний момент відповідно до певних вимог щодо якості, ступеня готовності і т. ін.» [136, с. 371-372]. Враховуючи таке трактування, залучення ПІІ на підприємства не можливо розглядати ізольовано, виключно в ключі сторін окремого інвестиційного проекту, оскільки специфіка ПІІ зумовлює врахування важливості зовнішніх факторів не менше від внутрішніх. Стан залучення ПІІ на підприємства значною мірою залежить від глобальних тенденцій економічного розвитку і прямого іноземного інвестування зокрема, а також стану бізнес-клімату та інвестиційного клімату того середовища, в межах якого підприємства здійснюють свою виробничо-господарську діяльність. З огляду на викладане вище під станом залучення ПІІ на підприємства пропонується розуміти зріз ситуації, в якій перебувають підприємства, в статутному капіталі яких є частка прямого іноземного інвестора, а також можливості підприємств, які потенційно можуть залучати ПІІ, що обумовлюється специфічними характеристиками зовнішніх обставин.

Аналізування стану залучення ПІІ на підприємства пропонується здійснювати як визначену послідовність, яка графічно зображена на рис. 2.5.

1) Аналізування загальних тенденцій залучення ПІІ на світовому та регіональному ринку з метою виявлення потенційних можливостей конкурентного середовища.

Будучи відокремленими від картини світу та тих процесів, що є вирішальними для її формування, залучення ПІІ стає завданням непосильної ваги. Зовнішні фактори на рівні з внутрішніми визначають результативність цього процесу. Тому відстеження і аналізування останніх тенденцій прямого іноземного інвестування на міжнародному рівні є одним із необхідних кроків як зі сторони державних органів, які безпосередньо займаються промоцією ПІІ та мають вплив на формування

державної політики щодо іноземних інвестицій, так і для розроблення відповідної стратегії зі сторони самих підприємств, що бажають залучити іноземний капітал.

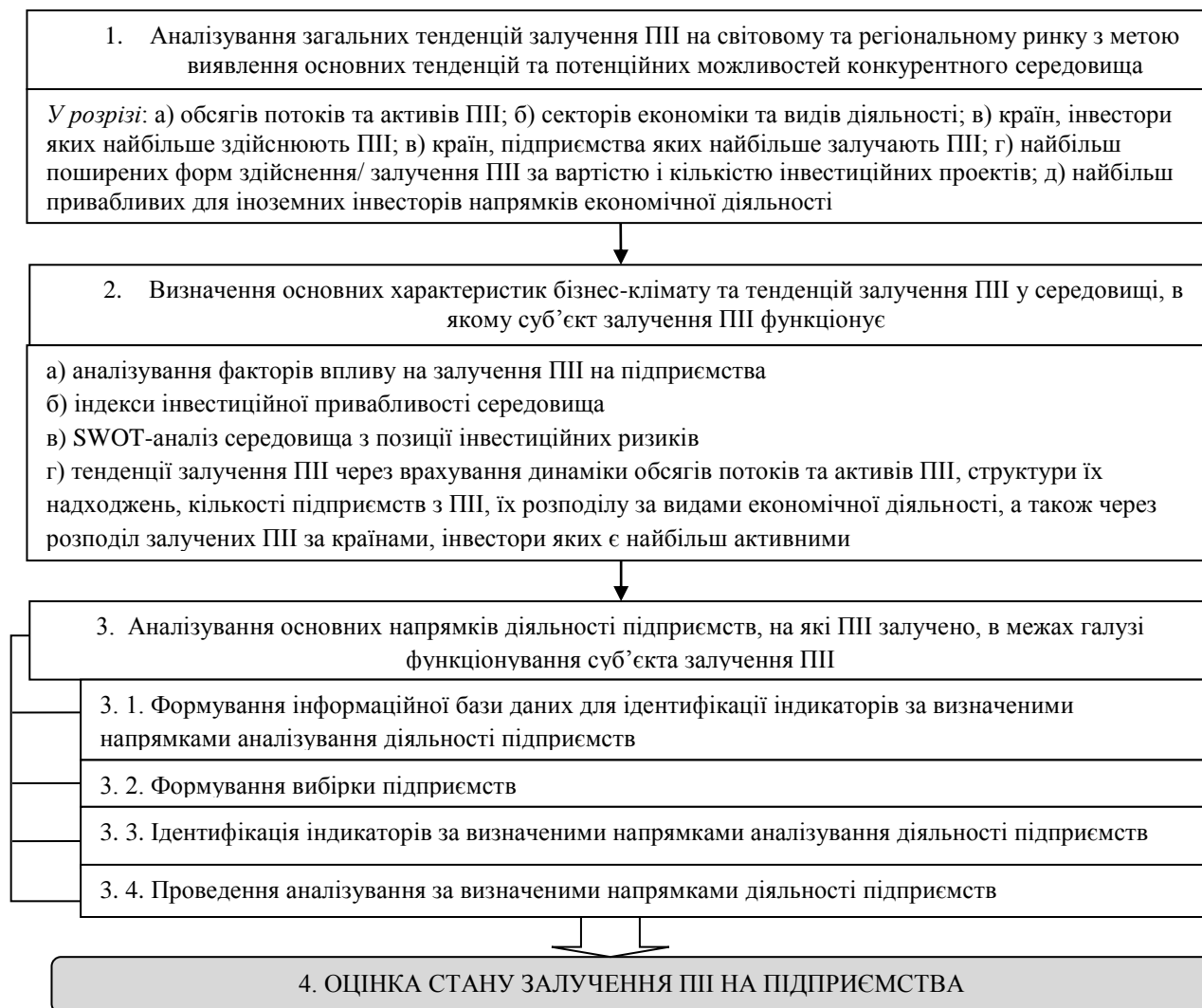


Рис. 2.5. Послідовність аналізування стану залучення ПІІ на підприємства

Джерело: запропоновано автором

На рівні підприємства такий крок дозволяє більш критично оцінити шанси конкретної інвестиційної пропозиції та її здійснимість, зважаючи на загальні преференції іноземних інвесторів щодо спрямування ПІІ як територіально, так і за видами економічної діяльності.

Аналізування сучасного стану прямого іноземного інвестування пропонується проводити у розрізі обсягів потоків та активів ПІІ; секторів економіки та видів діяльності; країн, інвестори яких найбільше здійснюють ПІІ; країн, підприємства яких найбільше залучають ПІІ; найбільш поширених форм здійснення/ залучення ПІІ за вартістю і кількістю інвестиційних проектів, а також найбільш привабливих

для іноземних інвесторів напрямків економічної діяльності з метою виокремлення основних актуальних тенденцій у світі та Європі в контексті їх залучення на підприємства і виявлення потенційних можливостей конкурентного середовища (див. пп. 2.1).

Результати нашого опитування керівників підприємств, що мали досвід залучення ПІІ, свідчать, що на практиці рішення щодо залучення ПІІ часто приймається без ретельного вивчення ситуації на міжнародному ринку ПІІ, оскільки критичними стають особиста мотивація інвесторів, унікальні обставини та особистісні контакти. Проте, для сторони, що їх залучає, володіння інформацією щодо основних тенденцій ринку дозволяє щонайменше виокремити групи країн, що є найбільш зацікавленими в їхньому регіоні та основних конкурентів в залученні капітальних ресурсів; визначити найбільш популярні форми здійснення ПІІ, а також пересвідчитись, чи вид економічної діяльності, в рамках якого підприємство функціонує, є привабливим для інвестора. Таким чином, менеджери підприємств отримують інформаційну базу щодо стану прямого іноземного інвестування та матеріал для виявлення загальних настроїв іноземних інвесторів, що дозволяє ознайомитись з масштабом подальшої діяльності в напрямку залучення ПІІ на підприємство та скеровує на тактичні кроки стосовно розробки інвестиційної пропозиції, яка забезпечувала б конкурентні переваги серед інших.

2) Визначення основних характеристик бізнес-клімату та тенденцій залучення ПІІ у середовищі, в якому суб'єкт залучення ПІІ функціонує.

Зовнішні умови середовища, зокрема соціально-економічну ситуацію країни, представником якої є сторона, що має намір залучити ПІІ, іноземні інвестори розцінюють з позиції можливих витрат, дохідності і ризику інвестиційного проекту, що розглядається, та оцінюють умови як такі, що сприяють його впровадженню або ж не сприяють. Найбільш поширеними для оцінки зовнішнього середовища функціонування суб'єктів господарської діяльності є застосування різноманітних рейтингів та індексів інвестиційної привабливості, що узагальнюють широкий спектр факторів.

Для підприємства, що визначилось із залученням ПІІ, важливо є самостійно проаналізувати фактори впливу з метою комплексного розуміння обставин, за яких відбувається управління системою залучення ПІІ на підприємства. Низка різноманітних факторів, які з одного боку формують умови для залучення ПІІ на підприємства, а з іншого – визначають особливості та успішність перебігу цього процесу, відіграє особливу роль. Фактори, що впливають на систему залучення ПІІ на підприємство характеризуються динамізмом та доволі часто невизначеністю інформації щодо них. Більш детально цю проблематику ми розглянули в праці [11], далі зосередимо увагу на найбільш суттєвих моментах.

У вітчизняних словникових виданнях зазначено, що фактор – це «умова, рушійна сила, причина будь-якого процесу». Його синонімом є поняття «чинник» як «джерело впливу на процес, явище, систему; може бути змінною величиною, яка за припущенням впливає на результати експерименту» [43, с. 483, 508; 136, с. 668, 823]. Враховуючи таке тлумачення, під факторами залучення ПІІ на підприємства слід розуміти різні умови, рушійні сили та причини, які впливають та визначають стан залучення ПІІ, зокрема спрямованість ПІІ як географічну, так і галузеву стосовно вибору конкретного підприємства.

Як підтверджують економічні дослідження [149; 155], вагомість тих, чи інших факторів залежить від низки обставин, зокрема як від форми здійснення ПІІ, так і від їх приналежності до класу. Так, якщо ПІІ є горизонтальними, тоді їх здійснення мотивоване доступом до ринків збуту цільового підприємства країни, що характеризується високими торговельними витратами через високі тарифи і/або витрати транспортування. Таким чином, розмір внутрішнього ринку і торговельні витрати будуть спонукати притоки ПІІ. У випадку вертикальних ПІІ здійснення ПІІ мотивоване отриманням переваг завдяки дешевій вартості робочої сили. Це означає, що спонукати до притоку ПІІ буде різниця у відносному забезпеченні факторами виробництва. Виходячи з цього, стає очевидним, що горизонтальні ПІІ є більш характерними для країн зі схожим забезпеченням факторами виробництва, в той час, як вертикальні ПІІ здійснюються між країнами з різним забезпеченням факторами виробництва.

Враховуючи результати вивчення теорії, емпіричних досліджень і практичних матеріалів з прямого іноземного інвестування, пропонується узагальнена типологія факторів залучення ПІІ за низкою суттєвих та незалежних ознак (рис. 2.6), оскільки від достовірності виокремлення факторів впливу та їх моніторингу залежатиме результативність залучення ПІІ на підприємства загалом.

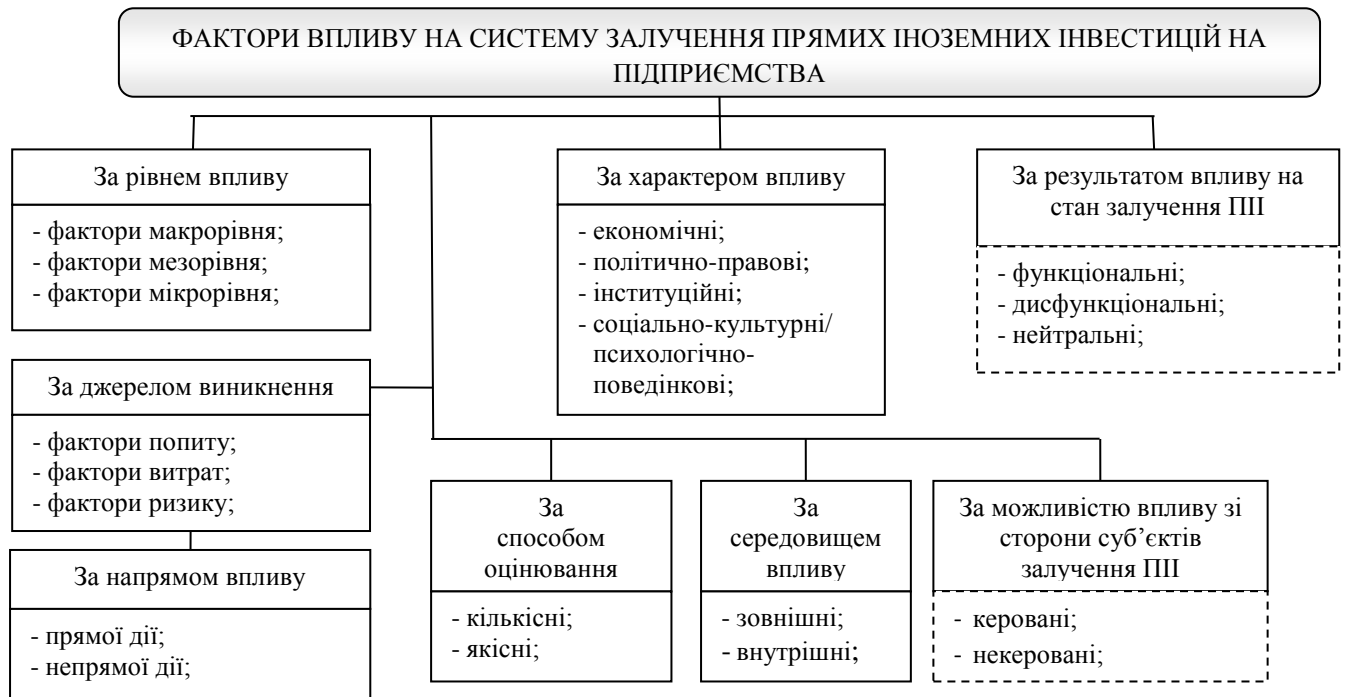


Рис.2.6. Типологія груп факторів, що впливають на систему залучення прямих іноземних інвестицій на підприємства

Джерело: сформовано автором (примітка: [---] - ознаки та групи факторів, запропоновані автором)

За рівнем впливу фактори, від яких залежить залучення ПІІ, доцільно поділяти на фактори макрорівня, мезорівня та мікрорівня. Фактори макрорівня характеризують особливості держави або ж регіону, в середовище яких планується залучення ПІІ. Сюди відносять їх географічне розміщення та можливі вигоди від нього; забезпеченість природними ресурсами; законодавчо-правову базу; економічну стабільність розвитку; політичну стабільність; соціально-культурний рівень суспільства; характеристики споживчої спроможності, що визначається кількістю населення та ВВП на душу населення; стан розвитку науки; середній рівень використання технологій та техніки. Фактори мезорівня описують характеристики галузі, в межах якої планується функціонування підприємства з ПІІ.

До них належать бар'єри входу на ринок для нових гравців та можливості виходу з нього; стан конкуренції на ринку; основні індикатори розвитку галузі; стан та перспективи розвитку суміжних галузей, пов'язаних з діяльністю цільового підприємства, на яке планується залучення ПІІ; стан та перспективи розвитку інфраструктури; загроза рейдерства тощо.

До факторів мікрорівня відносяться безпосередньо характеристики підприємства, яке розглядається як цільове для залучення ПІІ. Їх перелік не може бути стандартизованим, адже важливість кожного з них залежить від вимог іноземного інвестора до підприємства, його стратегії, а також від потреб та стратегії самого підприємства, що ПІІ залучає. Проте, ключовими факторами, які обов'язково враховуються в процесі залучення ПІІ на підприємство є його частка ринку (критично важливий показник, оскільки автоматично збільшує капіталізацію компанії, що є одним із основних для іноземних інвесторів); стан та перспективи розвитку підприємства; рівень забезпечення ресурсами; стан технологій, що застосовується підприємством; стратегічне планування підприємства; ефективність управління підприємством; стадія життєвого циклу підприємства; стан виробничого процесу; налагодженість каналів постачання і збуту продукції; інноваційна орієнтація підприємства; стан корпоративної культури.

Особливої уваги заслуговує поділ факторів, що впливають на систему залучення ПІІ на підприємство, за джерелом виникнення, зокрема зі сторони іноземного інвестора, інтереси якого та можливість їх реалізації стають предметом переговорів між сторонами прямого іноземного інвестування. Типологія, що використовується авторами [149; 219; 243; 263; 267] надає можливість стороні, що ПІІ залучає, збалансувати свою інвестиційну пропозицію, ідентифікувавши її сильні та слабкі сторони на основі факторів попиту, що забезпечують прибутковість вкладених інвестицій; факторів витрат, за якими нараховуються додаткові витрати для іноземного інвестора; та факторів ризику, що є джерелом невизначеності прямого іноземного інвестування. Перелік факторів кожної групи наведений на рис 2.7.

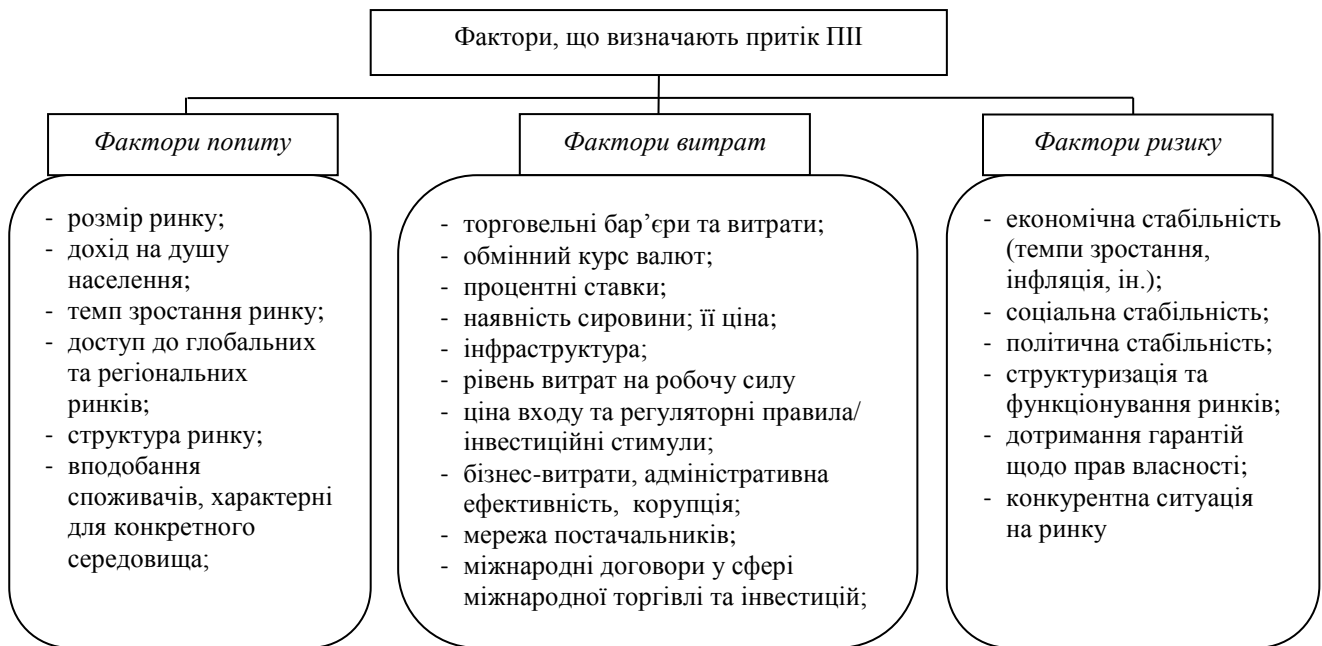


Рис. 2.7. Фактори, що впливають на залучення ПІІ за джерелом виникнення

Джерело: систематизовано автором на основі опрацьованих наукових та практичних матеріалів

У літературі виокремлюють фактори впливу прямої і непрямой дії [75, с. 48]. Фактори прямої дії безпосередньо впливають на систему залучення ПІІ. До них належать цілі підприємства; організаційна структура підприємства; ресурсне забезпечення підприємства; працівники підприємства; рівень технологій, що застосовуються підприємством; споживачі, постачальники, конкуренти підприємства; державні органи влади; інфраструктура; законодавчі акти; система економічних відносин в державі. Фактори непрямой дії здійснюють свій вплив на систему залучення ПІІ на підприємство опосередковано через певні механізми і встановлені взаємовідносини. Сюди відносять міжнародні події у сфері ПІІ; міжнародне оточення; науково-технічний прогрес, рівень техніки та технологій, притаманний середовищу, куди здійснюється залучення ПІІ; політичні, соціально-культурні обставини; особливості міжнародних економічних відносин; стан економіки загалом.

Окрім вищенаведених ознак типології факторів, що впливають на систему залучення ПІІ, прикладну цінність має також їх поділ за характером впливу, що знайшов найбільш поширене застосування. Він передбачає виокремлення таких груп факторів, як:

а) економічні фактори, куди відносимо показники потенційного розміру ринку; економічного зростання ВВП, ВВП на душу населення, що вказує на потенційну купівельну спроможність та великі потенційні перспективи отримання прибутку; чисельності населення країни як бази споживання; наявності природних ресурсів; відносної забезпеченості факторами виробництва, інфраструктурного стану (стан доріг, залізно-дорожні сполучення, телекомунікації); прибутковості та рівня ризику інвестиційного проекту;

б) політично-правові фактори, які характеризують законодавче забезпечення проведення підприємницької та інвестиційної діяльності; захист прав власності, інтелектуальної власності, що є особливо важливим фактором для підприємств, що виробляють продукцію з високою доданою вартістю, інноваційним наповненням; можливість офіційного державного втручання щодо розподілу прибутку; стан реформування, націленого на економічне зростання; державні інвестиції в систему освіти та інфраструктуру, що підвищують ефективність приватного капіталу та робочої сили. Про силу впливу політичних факторів засвідчує факт, що в лютому 2014 р. до початку «кримського конфлікту» по Україні було зафіксовано 15 інвестиційних проектів, що передбачають здійснення ПІ «з нуля», в той час як за березень-серпень цей показник становив лише 10 проектів [206].

в) інституційні фактори, куди входять податкові пільги, інвестиційні стимули, гнучкість ринку праці (стандарти та регулювання ринку праці), якість системи освіти, якість функціонування державних органів влади;

г) соціально-культурні фактори, які відображають загальний рівень культури в країні, особливості комунікаційних засобів, стан соціального забезпечення її громадян, розвиток освіти, медицини, науки тощо та формують рівень кваліфікації робочої сили, що особливо впливає на інвестиційне рішення. Як в процесі пошуку іноземних інвесторів, так і в подальшій співпраці з ними постає необхідність налагодження кооперації з представниками різних країн світу. Культурний аспект щодо національних, корпоративних та професійних відмінностей набуває своєї вагомості особливо в міжкордонних процесах злиття і поглинання та створенні спільних підприємств, визначаючи ефективність проведення таких операцій між їх

сторонами [46, с. 250; 242, с. 52]. В основі значного впливу культурних факторів на прийняття рішення щодо місця здійснення ПІІ лежить концепція «фізичної відстані» між сторонами інвестиційного процесу, яку запропонувала скандинавська школа економіки. Представники цієї школи під «фізичною відстанню» розуміли «... суму факторів, що є перешкодами для вільного потоку інформації з ринку та на ринок. Їх прикладами є відмінності в мові, освіті, бізнес-практиці, культурі та індустріальному розвитку» [204; с. 24]. В межах цієї групи доцільно виокремити також психологічно-поведінкові фактори, які є наслідком впливу соціально-культурних, однак акцентують увагу на індивідуальних особливостях сприйняття та особистих якостей (освіта, знання, вік, досвід, психологічні характеристики) осіб, що приймають інвестиційні рішення та є представниками, як сторони, що ПІІ залучає, так і сторони, що їх здійснює. Не варто недооцінювати, що саме від їх взаємодії та взаєморозуміння залежатиме, чи результат інвестиційного рішення буде позитивним чи негативним. Розгляд факторів, пов'язаних з особливостями осіб, що приймають інвестиційні рішення є важливим, оскільки при прийнятті управлінських рішень вони (менеджери) не позбавлені морального, культурного та інших соціальних впливів, що часто не береться до уваги в економічній літературі при розгляді проблематики залучення ПІІ на підприємства.

За способом оцінювання фактори впливу на систему залучення ПІІ поділяються на кількісні та якісні. Кількісні фактори залучення ПІІ є кількісно вимірними і можуть бути подані у числовій формі. До них належать ВВП, ВВП на душу населення, рівень інфляції, темпи зростання ринку, прибутковість, кількість працівників, тощо.

Що стосується якісних факторів, то вони визначають внутрішні якості, особливості, ознаки умов та рушійних сил, що передбачає наявність суб'єктивної думки особи, яка приймає управлінське рішення щодо здійснення ПІІ. Такі фактори вимагають особливого підходу стосовно їх оцінки за допомогою шкал найменувань і порядку. До них належать рівень кваліфікації персоналу, зміни економічної політики, спрямованої на бізнес-середовище чи залучення ПІІ зокрема, стабільність політичної ситуації, правового середовища тощо.

За результатами анкетного опитування іноземних інвесторів (загальна кількість респондентів – 808) можемо стверджувати, що при виборі території для здійснення ПІ серед якісних факторів найбільш важливими протягом 2011-2014 рр. залишаються стабільність та прозорість політичного, законодавчого та регуляторного середовища, потенціал зростання внутрішнього ринку країни чи регіону, потенційне зростання продуктивності для компанії від здійснення ПІ, а також транспортна та логістична інфраструктура (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Ключові фактори при виборі території для здійснення ПІ

Фактори	Роки		
	2014	2012	2011
Стабільність та прозорість політичного, законодавчого та регуляторного середовища	1	2	3
Потенціал зростання внутрішнього ринку країни чи регіону	2	1	8
Потенційне зростання продуктивності для компанії від здійснення ПІ	3	5	4
Витрати на робочу силу	4	3	7
Транспортна та логістична інфраструктура	5	4	1
Кваліфікація місцевої робочої сили	6	6	6
Стабільність соціального середовища	7	7	5
Система корпоративного оподаткування	8	8	9
Телекомунікаційна інфраструктура	9	10	2
Гнучкість законодавства щодо робочої сили	10	9	10

Джерело: виокремлено на основі [168]. Загальна кількість респондентів – 808.

Іншим джерелом важливості якісних факторів для іноземних інвесторів є «Звіт про ПІ», що презентує світові тенденції ПІ «з нуля», надаючи інформацію щодо кількості здійснених інвестиційних проектів та їх розподіл впродовж року (табл. 2.5). Згідно нього у 2013 р. такі фактори, як потенціал зростання внутрішнього ринку, близькість до ринків чи споживачів та державна політика регулювання (бізнес-клімат) стали найбільш визначальними при прийнятті рішення щодо здійснення ПІ «з нуля» [173, с. 16-17].

Наведені результати спостережень за інвестиційними проектами засвідчують факт, що більшість з них перш за все є спрямованими на пошук нових ринків виробництва та збуту продукції.

Таблиця 2.5

Ключові фактори при прийнятті рішення про здійснення ПІІ «з нуля»

Фактори	Кількісні характеристики	Кількість проектів	Частка від загальної кількості (%)*
Потенціал зростання внутрішнього ринку		840	45,4%
Близькість до ринків чи споживачів		611	33,0%
Державна політика регулювання/ Бізнес-клімат		380	20,6%
Доступність кваліфікованої робочої сили		328	17,7%
Стан інфраструктури та наявність логістичних переваг		158	8,5%
Наявність промислових кластерів		119	6,4%
Інвестиційна привабливість/ Якість життя		89	4,8%
Підтримка державних органів		75	4,0%
Технологічний стан, в т.ч. реалізація інновацій		57	3,1%
Нижчі витрати		47	2,5%
Інші фактори		194	10,5%

Джерело: [173, с. 16]. Загальна кількість інвестиційних проектів – 2 898.* в загальному підсумку допускається більше 100%, оскільки один респондент міг зазначити більше одного фактора для одного й того ж самого проекту

Поширеним підходом в економічній літературі є виокремлення факторів зовнішнього і внутрішнього середовища [70, с. 46]. Поділ факторів залучення ПІІ за середовищем впливу спричинений розглядом підприємства як відкритої системи, що функціонує неавтономно, а у взаємодії із зовнішнім середовищем, тому піддається впливу різноманітних рушійних сил, які підприємству невідконтрольні. Зовнішні фактори залучення ПІІ визначаються поза межами підприємства, в той час як внутрішні фактори формуються «зсередини» підприємства.

Необхідно розуміти, що наявність зовнішнього фактора в процесі прямого іноземного інвестування вносить свої специфічні особливості та додаткові ризики як для іноземного інвестора, так і для сторони, що ПІІ залучає, особливо на мікрорівні. Перш за все це стосується оцінки вартості капітальних інвестицій, що передбачає появу труднощів, які відсутні у внутрішніх інвестиційних проектах, зокрема [219, с. 603]:

- флуктуація обмінного курсу впродовж невизначеного періоду часу та в невизначених межах. Відтак, інвестиційний проект піддається ризику несприятливого обмінного курсу;

- політика держави щодо підприємств з іноземними інвестиціями, яка визначає «правила гри»; що може бути як сприятлива, так і дискримінаційна стосовно ставок оподаткування, захисту прав власності, обсягів грошових переказів материнській компанії тощо. Ці можливості характеризують ризик країни, на підприємство якої ПІІ залучаються;
- складність правильного оцінювання змін на ринку в міжнародному контексті, що відображає ринковий (системний) ризик;
- проблема коректності процедури оцінювання інвестиційного проекту. Постає питання вибору, чи проводити оцінювання з точки зору самого інвестиційного проекту чи з точки зору материнської компанії, оскільки з'являються відмінності між обсягами чистого грошового потоку інвестиційного проекту та чистого грошового потоку, який доступний для репатріації материнській компанії.

Як засвідчують результати вивчення практики залучення ПІІ та опитування фахівців консалтингової сфери, що працюють з іноземними інвесторами, діючи строго до своєї стратегії розвитку, прямі іноземні інвестори першочергово розглядають фактори зовнішнього середовища, які формують бізнес-клімат середовища. До факторів зовнішнього середовища, що впливають на залучення ПІІ, належать насамперед система економічних відносин в державі, стан економіки та інфраструктури, політичні та регуляторні обставини, стан розвитку людського капіталу, конкурентність середовища тощо.

Очевидно, що суб'єкти господарської діяльності, країни яких активно працюють над покращенням свого інвестиційного та бізнес-клімату, перебувають у більш вигідних умовах в процесі залучення ПІІ в порівнянні з тими суб'єктами, які проводять свою господарську діяльність в несприятливих умовах зовнішнього середовища. Умови, яких шукають прямі іноземні інвестори, є такими, що забезпечують здорову атмосферу для підприємництва в цілому. Зважаючи на основні особливості ПІІ, зокрема їх довготривалість, для характеристики умов залучення ПІІ на підприємства поряд зі сприятливим інвестиційним кліматом критично важливим є і стан бізнес-клімату загалом. Бізнес-клімат передбачає сукупність факторів, які сприяють не лише залученню іноземних інвестицій, а й

ефективній подальшій діяльності інвестора та її позитивному впливу на економіку відповідного регіону. Така спрямованість націлена на попередження репатріації прибутку з метою реінвестицій інвестора у підприємство, що забезпечувало б збільшення обсягів виробництва, розширення ділових зв'язків та розвиток бізнесу загалом [110, с. 19].

Якщо фактори зовнішнього середовища впливають на залучення ПІІ «ззовні» підприємства, то фактори внутрішнього середовища формують та визначають особливості перебігу залучення ПІІ «зсередини» підприємства. До факторів внутрішнього середовища, що впливають на залучення ПІІ на підприємство належать цілі підприємства, його структура, наявність та стан ресурсів, особливо компетентність та фаховість управлінського персоналу та решти працівників тощо.

Вивчення факторів залучення ПІІ дозволяє зробити висновки, що в аналізованому контексті із практичної точки зору та позиції суб'єктів, що таким процесом управляють, доцільним та прикладним є доповнення поділу. Зокрема, пропонується виокремлювати фактори впливу на залучення ПІІ додатково за такими ознаками як результат впливу на стан залучення ПІІ, а також за можливістю впливу на стан залучення ПІІ зі сторони суб'єктів залучення.

Так, за результатом впливу на стан залучення ПІІ доречним є поділ на такі групи: а) функціональні фактори, які позитивно впливають на процес, що здійснюється, сприяючи прийняттю позитивного управлінського рішення зі сторони потенційного іноземного інвестора на користь сторони, що ПІІ залучає; б) дисфункціональні фактори, які переконують потенційного іноземного інвестора відхилити інвестиційну пропозицію у вигляді ПІІ від сторони, що її пропонує; в) нейтральні фактори, динаміка яких жодним чином не впливає на перебіг процесу залучення ПІІ.

Слід зазначити, що перелік факторів кожної групи не є стандартизованим, а залежить від специфічних характеристик як сторони, що ПІІ залучає, так і потенційного іноземного інвестора, їх інвестиційних вимог та очікувань, мотивів, особливостей реалізації інвестиційного проекту, форми ПІІ, характеристик галузі та ін.

Ідентифікувавши та сформувавши перелік груп факторів щодо їх впливу на стан залучення ПІІ, з позиції управління процесом залучення ПІІ важливим є наступний крок визначення, які з них є підконтрольні стороні, що ПІІ залучає. Тому за можливістю впливу на стан залучення ПІІ зі сторони суб'єктів залучення можна виділяти такі групи факторів, як керовані та некеровані фактори.

До групи керованих факторів залучення ПІІ належать ті, на які суб'єкт залучення ПІІ може здійснювати вплив, спрямований на зміну їх стану та досягнення поставлених цілей. Сюди відносимо фактори внутрішнього середовища підприємства, а також групу факторів зовнішнього середовища прямої дії, на які можливість впливу реалізовується шляхом налагодження з ними певних взаємовідносин (споживачі, постачальники, конкуренти, державні органи влади). Некеровані фактори залучення ПІІ підприємство сприймає як дані та такі, що формують його умови функціонування (міжнародні події, політичні обставини, стан світової економіки, тенденції та стан прямого іноземного інвестування на світовому рівні тощо).

3) Аналізування основних напрямків діяльності підприємств, на які ПІІ залучено, в межах галузі функціонування суб'єкта залучення ПІІ.

3.1) Формування інформаційної бази даних для ідентифікації індикаторів за визначеними напрямками аналізування діяльності підприємств.

При аналізуванні стану залучення ПІІ на підприємства Львівської області використовувались дані Державної служби статистики України. До 1990 р. Україна, як і інші країни колишнього Радянського Союзу, була фактично закритою для широкого кола іноземних інвесторів. ПІІ почали надходити після 1991 р., однак державне спостереження за їх обсягом почало здійснюватись лише з 1994 р. На основі вивчення методологічних положень з організації державного статистичного спостереження щодо інвестицій зовнішньоекономічної діяльності [39; 40] можна стверджувати, що його головним інструментарієм, який буде використаний нами в ході аналізування стану залучення ПІІ на підприємства, є форма № 10-зез «Звіт про іноземні інвестиції в Україну», що відображає інформацію про первинні операції з внесення капіталу та усі наступні операції між прямим іноземним інвестором та

підприємством прямого інвестування. Звітність за вищезгадуваною формою є обов'язковою для усіх юридичних осіб усіх видів економічної діяльності, які залучили інвестиції від іноземних партнерів-нерезидентів і відповідно з цим отримали зобов'язання чи вимоги перед нерезидентами. До них належать [39, с. 9]: а) юридичні особи, які мають ПІІ (не менше 10% іноземних інвестицій у загальному обсязі статутного, пайового капіталу або не менше 10% голосів у його управлінні кожним окремим нерезидентом); б) юридичні особи, які залучили ПІІ в результаті укладення концесійних договорів та договорів про спільну інвестиційну діяльність; в) філії та представництва нерезидентів в Україні.

Необхідно зауважити, що з погляду статистичного обстеження група підприємств, в статутному капіталі яких є іноземний капітал, є найбільш динамічною в короткому періоді. Кожного звітного періоду їх кількість є змінною, оскільки відбуваються як надходження, так і вилучення іноземного капіталу з підприємств. Поза тим потрібно зважати на суттєві зміни в методології групування національного класифікатора, що відбулися з метою інтеграції системи класифікацій видів економічної діяльності до міжнародних стандартів статистики. Як наслідок, ускладнюється процедура аналізування, зокрема через побудову динамічних рядів, порівняння з попередніми періодами їх економічної діяльності та впливу на решту підприємств. Тому важливим джерелом інформації якісного характеру є дані, зібрані шляхом власного дослідження підприємств, в статутному капіталі яких є ПІІ, через опитування експертів.

3.2) Формування вибірки підприємств.

Зважаючи на невеликий розмір генеральної сукупності, загальні характеристики якої є відомими завдяки наявності попередньої статистичної інформації, було обрано метод основного масиву, що дозволяє формувати цілеспрямовану вибірку шляхом відбору тих одиниць, що найбільше впливають на предмет дослідження і забезпечують 60-70%-ве представлення, а також квотний метод за такою ознакою, як обсяг залучених ПІІ на підприємство.

3.3) Ідентифікація індикаторів за визначеними напрямками аналізування сфер діяльності підприємств.

Аналізування стану залучення ПІІ на підприємства здійснюється *ex post*, тобто за результатами діяльності тих підприємств, що уже мають певний досвід у цій сфері в умовах функціонування у конкретному середовищі. Як вказують результати нашого дослідження, приступаючи до процесу залучення ПІІ, підприємства керуються різними мотивами та цілями. Очевидно, що вони розраховують на потенційний позитивний вплив ПІІ на діяльність свого підприємства як наслідок такого стратегічного кроку. З метою підтвердження або ж спростування цієї гіпотези в ході аналізування стану залучення ПІІ на підприємства, діяльність машинобудівних підприємств, що потрапили у вибірку, пропонується проаналізувати у розрізі основних індикаторів, що представляють такі сфери діяльності підприємств: 1) сфери, що характеризує процес залучення ПІІ на підприємство; 2) фінансово-економічної сфери; 3) зовнішньоекономічної сфери; 4) інноваційної сфери; 5) соціальної сфери.

Вищеперелічені сфери діяльності підприємств були обрані з огляду на вплив ПІІ, який очікується від залучення ПІІ на підприємства, що досліджений у працях [180; 201; 230; 239; 250]. Як уже було розглянуто у Розділі 1, здійснюючи ПІІ іноземний інвестор повинен володіти певним набором переваг з точки зору використання ресурсів (фінансових, технологічних, маркетингових тощо). Специфіка переваг відрізняється залежно від виду іноземного інвестора. Однак, найчастіше вони проявляються як результат ефективного управління інтелектуальним капіталом, зокрема через управлінський досвід, володіння технологіями, ліцензіями, патентами, торговельними марками, налагодженими маркетинговими мережами та ін. Дослідження підтверджують, що рівень впливу ПІІ на економічне зростання підприємства залежить саме від «трансферу знань», що здійснюється від іноземного інвестора приймаючій стороні [231, с. 43]. Очевидно, що найбільша його інтенсивність має спостерігатися на підприємствах зі 100%-ою часткою власності іноземного інвестора. Відповідно підприємство, що залучає ПІІ з метою подальшого розвитку підприємства, має бути зацікавленим отримати якнайбільший синергетичний ефект партнерства у тих сферах своєї діяльності, що визначені як пріоритетні в процесі залучення ПІІ.

Результати діяльності підприємств, в статутний капітал яких залучені ПІІ, за вищезгаданими напрямками будуть співставлені із загальними результатами усіх машинобудівних підприємств шляхом застосування методу багатовимірного вертикального порівняння, що полягає в розрахунку питомої ваги частини до цілого за визначеним переліком індикаторів.

Необхідно зазначити, що у зв'язку з відсутністю спеціалізованих баз даних, отримання даних, необхідних для поглибленого всебічного аналізування стану залучення ПІІ на рівні підприємств є доволі проблематичним. У практиці підрозділів служби державної статистики не є стандартизованим окреме спостереження результативності діяльності підприємств, в статутному капіталі яких є частка іноземних інвесторів. У сфері ПІІ результати систематизованого спостереження формуються лише за основними узагальненими показниками. На державному та регіональному рівні до них належить інформація щодо руху ПІІ впродовж періоду спостереження та обсягу ПІІ від початку ведення спостереження. Ця інформація подається додатково у розрізі країн ЄС та інших країн, а також у розрізі видів економічної діяльності та країн-інвесторів [40; с. 14-15].

Тому задля досягнення поставлених цілей дослідження виникла необхідність оптимізувати перелік індикаторів, а також провести анкетування та інтерв'ю з представниками управлінської ланки менеджерів цільових підприємств. Перелік індикаторів фінансово-економічної, зовнішньоекономічної, інноваційної та соціальної сфер діяльності, відібраних для аналізування стану залучення ПІІ на підприємства, було сформовано на основі вивчення літературних джерел [41; 73; 88; 110], присвячених проблематиці діагностики діяльності підприємств.

Можна стверджувати, що кількісними індикаторами сфери залучення ПІІ на підприємства є безпосередньо обсяг залучених інвестицій, а також ті результати, які наслідково проявляються у наступних виокремлених сферах. До якісних індикаторів ми відносимо цілі залучення ПІІ, їх форму залучення, напрям використання ПІІ та такі характеристики іноземного інвестора як країна його походження та сфера діяльності, що можуть давати сигнали про мотив здійснення ПІІ з його сторони та можливості забезпечення розвитку підприємства, яке залучає ПІІ. Кількісні

індикатори були зібрані за допомогою результатів статистичного спостереження; якісні індикатори є результатом проведених інтерв'ю та анкетування.

Фінансово-економічна сфера діяльності машинобудівних підприємств аналізується за такими групами індикаторів: 1) виробнича – показник собівартості реалізованої продукції; 2) маркетингова – обсяг реалізованої продукції; 3) технологічно-майнова – вартість основних засобів; капітальні інвестиції; 4) фінансова – чистий дохід від реалізації продукції; фінансовий результат від операційної діяльності; фінансовий результат до оподаткування, чистий прибуток (збиток); питома вага прибуткових (збиткових) підприємств до загальної кількості машинобудівних підприємств.

Зовнішньоекономічна сфера діяльності машинобудівних підприємств буде відслідковуватись за допомогою індикаторів обсягу експорту, обсягу імпорту, а також обсягу імпорту давальницької сировини та експорту готової продукції, виготовленої з давальницької сировини, в силу специфіки галузі та особливостей налагодження виробничого процесу на підприємствах, що є об'єктами дослідження.

Відстеження інноваційної сфери діяльності підприємств у нашому дослідженні здійснюється за допомогою таких індикаторів, як обсяг фінансування інноваційної сфери діяльності машинобудівних підприємств та обсяг реалізованої продукції, що є новою для ринку. Під інноваційною сферою діяльності підприємств розуміються усі дії (наукові, технологічні, організаційні, маркетингові, комерційні), що спрямовані на розробку і впровадження нового продукту або ж на вдосконалення уже розроблених продуктів, результатом чого є їх реалізація на ринку.

Обсяг фінансування інноваційної сфери діяльності машинобудівних підприємств описується загальними витратами на інноваційну діяльність, які охоплюють витрати, пов'язані як з внутрішніми, так і з зовнішніми науково-дослідними роботами (через придбання у третіх сторін), націленими на запровадження інновацій на підприємстві.

Обсяг реалізованої продукції, що є новою для ринку, визначається за ціною продажу відвантаженої за межі підприємства готової продукції без податку на

додану вартість, акцизного збору та інших непрямих податків. Продукція вважається інноваційною протягом трьох років з часу її впровадження [54; 55].

Важливим є факт, що підприємства, які працюють виключно на давальницькій сировині, а реалізація усієї їх продукції здійснюється шляхом експорту, статистичному обстеженню не піддаються.

Соціальна сфера представлена такими індикаторами, як середньооблікова кількість штатних працівників, середньомісячна номінальна заробітня плата, фонд оплати праці та сума витрат підприємств на утримання робочої сили (крім тих, які враховані у фонді оплати праці).

Оцінка стану залучення ПІІ на підприємства базується на визначенні його рівня відносно усередненого значення галузевого індикатора за відповідними сферами діяльності підприємств у групі машинобудівних підприємств, в статутний капітал яких залучено ПІІ.

За допомогою анкетного опитування було визначено репрезентативні індикатори сфер діяльності, що є важливими при оцінці стану залучення ПІІ на підприємства. До таких належать: обсяг реалізованої продукції, капітальні інвестиції, чистий прибуток (збиток), сальдо зовнішньоекономічних торговельних операцій, обсяг фінансування інноваційної сфери діяльності підприємства, фонд оплати праці та сума витрат підприємств на утримання робочої сили.

Зважаючи, що досліджувані підприємства є гетерогенними навіть в межах своєї групи, пропонується звести значення вищевизначених індикаторів до можливості порівняння через їх розрахунок на одного працівника:

$$A_{ij} = \frac{a_{ij}}{n_i} , \quad (2.1)$$

де i – позначення підприємства, що аналізується; j – позначення індикатора, що аналізується; n_i – кількість штатних працівників i -го підприємства; a_{ij} – значення j -го індикатора i -го підприємства в абсолютних величинах; A_{ij} – значення j -го індикатора i -го підприємства в розрахунку на одного працюючого.

Порівняння кожного значення індикатора за підприємством здійснюється з усередненим значенням аналогічного індикатора по галузі (2.2) в межах групи машинобудівних підприємств, в статутний капітал яких залучено ПІІ.

$$B_{rj} = \frac{b_{rj}}{n_r}, \quad (2.2)$$

де r – позначення групи підприємств, що аналізується; j – позначення індикатора, що аналізується; n_r – кількість штатних працівників r -ої групи підприємств; b_{rj} – значення j -го індикатора r -ої групи підприємств в абсолютних величинах; B_{rj} – усереднене значення j -го індикатора r -ої групи підприємств в розрахунку на одного працюючого.

Таким чином, якщо $A_{ij} > B_{rj}$, припускається, що стан залучення ПІІ на i -му підприємстві є задовільним; а якщо $A_{ij} < B_{rj}$ - незадовільний.

2.3. Оцінка стану залучення прямих іноземних інвестицій на підприємства

В Україні індекс інвестиційної привабливості щоквартально розраховує Європейська Бізнес Асоціація (ЄБА), починаючи з 2008 року. Як зазначено на їх офіційному сайті [45], інвестиційний клімат розглядається як сукупність політичних, економічних, законодавчих, регуляторних та інших факторів, які в підсумку визначають ступінь ризику капіталовкладень та можливість їх ефективного використання. Індекс інвестиційної привабливості від ЄБА не є об'єктивним показником, що розраховується на основі точних статистичних даних, а представляє середнє арифметичне оцінок відповідей респондентів (керівників компаній-членів ЄБА, які представляють найбільших іноземних та вітчизняних інвесторів). Як бачимо, він відображає суб'єктивні погляди менеджерів. Однак, цей метод експертного оцінювання індексу інвестиційної привабливості дозволяє визначити сприйняття інвесторів національного бізнес-середовища та прослідкувати динаміку його змін, що безпосередньо впливає на прийняття інвестиційних рішень. Завдяки йому можемо говорити про тенденції сприйняття економічних реалій, настрої серед інвесторів, які є каналами розповсюдження інформації в професійних

колах, а також реакцію бізнесу на дії державних органів та довіру до них загалом. Динаміка індексу інвестиційної привабливості країни в динаміці наведено на рис. 2.8. Декомпозиція індексу за окремими складовими подана в Додатку Л.

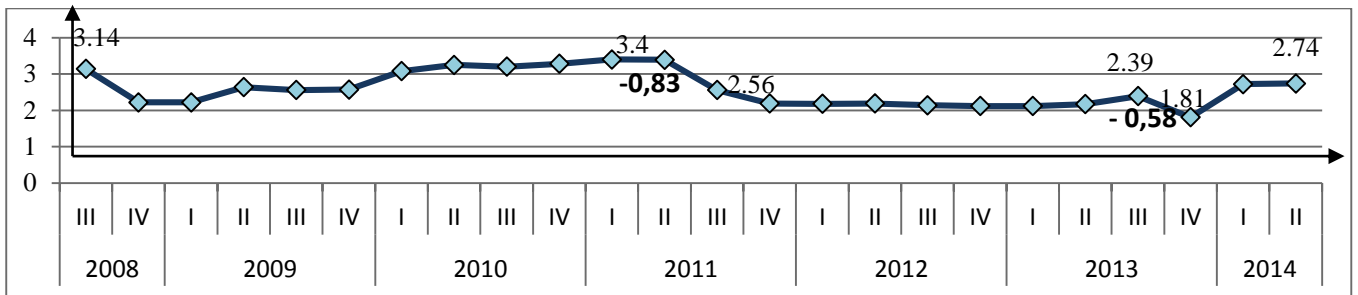


Рис.2.8. Поквартальна динаміка індексу інвестиційної привабливості за період 2008-2014 рр.

Джерело: побудовано автором на основі даних [45].

Основними проблемами, які впливають на негативні оцінки респондентів протягом 2008-2014 рр. залишаються питання загальних умов ведення бізнесу та співвідношення інтересів, корупція та фаворитизм, фіскальний та адміністративний тиск, проблеми судової системи, а також нестабільна політична ситуація і як наслідок волатильність національного курсу. Як бачимо, перелічені фактори впливу на відповіді респондентів стосуються аспектів не лише інвестиційного клімату, а й бізнес-клімату загалом. Підготовка підписання Україною Угоди про асоціацію з Європейським Союзом спричинила зростання індексу інвестиційної привабливості у III кварталі 2013 року. Однак, не підтвердження очікувань, а разом з ним політична нестабільність, економічні ризики і очікування девальвації національної валюти миттєво спричинили падіння індексу у IV кварталі 2013 року до найнижчого показника (1,81; максимально позитивне значення індексу – 5) за весь період спостережень. Значення індексу і надалі залишається на низьких позиціях. Та, незважаючи на стан військового конфлікту протягом перших двох кварталів 2014 р., поточні зміни в законодавстві, спрямовані на регулювання ведення бізнесу, спричинили позитивні відповіді респондентів та тенденцію до підвищення значення індексу.

Зважаючи на територіальний розмір України та специфічну диференціацію за регіонами, що формує пакет конкурентних переваг, їх інвестиційна привабливість не

є однаковою. Вигідне географічне розташування Львівської області з точки зору сусідства з країнами-членами Європейського Союзу, великий ринок збуту, наявність робочої сили та інших необхідних ресурсів є тими факторами, що потенційно мали б приваблювати іноземних інвесторів здійснювати свою господарську діяльність у межах області. Поряд з цими характеристиками в Додатку Л наведені фактори, що негативно впливають на масштаби інвестування.

За даними індексу інвестиційної привабливості регіонів України у 2014 р. Львівська область є лідером серед інших областей, завдячуючи в основному «м'яким» факторам (діловий клімат, відкритість влади, регуляторні процедури), за якими займає перші позиції, а також за компонентами трудових ресурсів серед «жорстких» факторів (Додаток Л).

Необхідно зазначити, що індекс не виокремлює іноземні інвестиції в окрему цільову категорію, а орієнтований на оцінку здатності регіонів генерувати загальні інвестиційні ресурси як зовнішні, так і внутрішні, що спрямовані на економічне зростання регіону. Зважаючи, що цей індекс акцентує увагу на факторах, які визначають не лише залучення інвестицій, а й враховує їх можливість подальшого позитивного впливу завдяки взаємодії з іншими суб'єктами економічної системи (споживчий сегмент, бізнес-сегмент та органи державної влади), які є критично важливими для прямих іноземних інвесторів, вважаємо, що доцільно буде використовувати його результати як загальну оцінку бізнес-клімату при залученні ПІІ на підприємства.

Однак, незважаючи на конкурентні позиції в порівнянні з іншими областями, станом на 2013 р. на підприємства Львівської області залучено 1 637,8 млн дол. США [30, с. 5], що забезпечило 6-те місце в загальному рейтингу серед регіонів України після м. Києва (26 592,0 млн дол. США), Дніпропетровської (8 351,8 млн дол. США), Донецької (2 981,5 млн дол. США), Харківської (2 170,3 млн дол. США) та Київської (1 927,7 млн дол. США) областей. Динаміка ПІІ на підприємствах Львівської області наведено на рис. 2.9, а дані щодо обсягів залучення та темпів їх зростання в Додатку М.

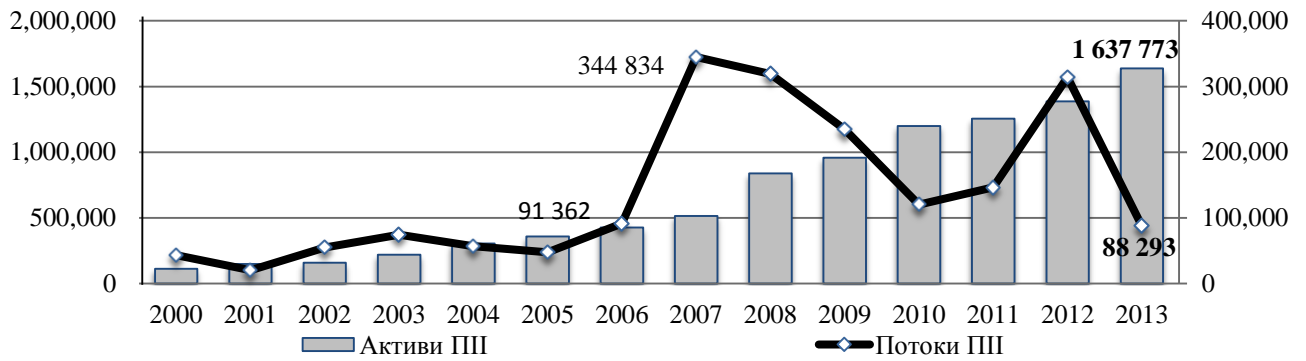


Рис. 2.9. Динаміка залучення ПІІ на підприємства Львівської області за період 2000-2013 рр., тис. дол. США (на поч. року)

За період 2000-2013 рр. більшість усіх надходжень ПІІ було здійснено у формі грошових внесків (70,3%) (рис. 2.10).

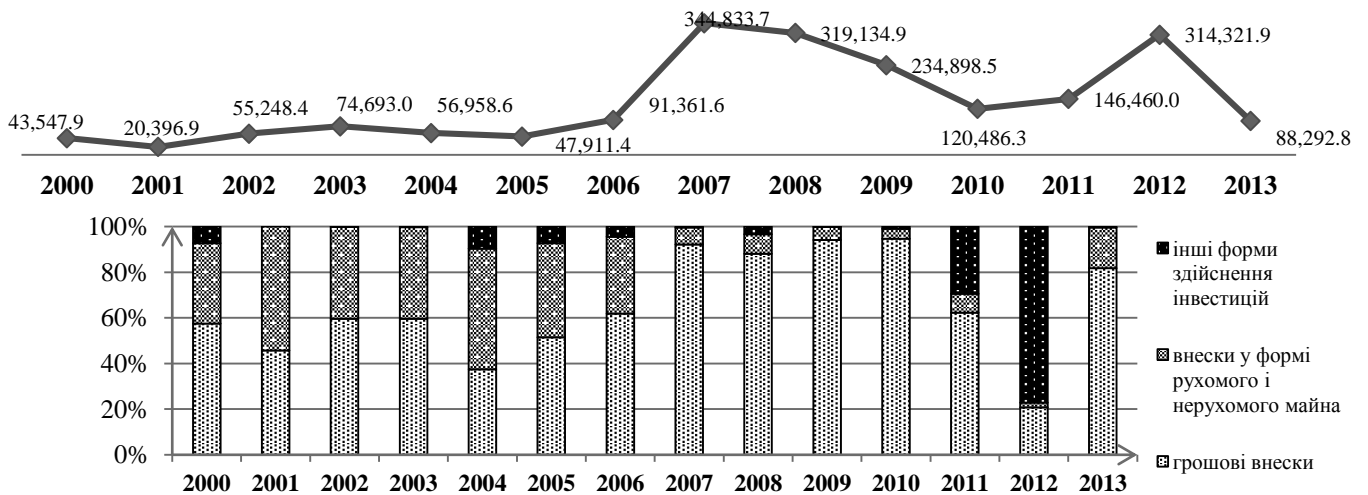


Рис. 2.10. Надходження ПІІ на підприємства Львівської області за типом інвестованих активів за період 2000-2013 рр.

Значні частки ПІІ у формі рухомого і нерухомого майна спостерігалися лише на початковому етапі залучення. Структура надходжень зазнала змін у зв'язку зі зменшенням ПІІ у реальний сектор економіки, а відтак зменшилася і питома вага машин, обладнання та інших активів, що знаходять застосування у виробничих процесах. Впродовж останніх п'яти років їх частка в середньому становить 7,6%. Інформація щодо обсягів надходжень ПІІ на підприємства Львівської області, в тому числі на машинобудівні підприємства, за типом інвестованих активів наведена в Додатку Н.

У загальній структурі частка підприємств з іноземними інвестиціями у Львівській області є мінімальною, хоча з кожним роком спостерігається незначне

зростання їх кількості. За нашими розрахунками за період 2001 – 2013 рр. ця частка залишається незмінною і коливається в межах 2% (табл. 2.6).

Таблиця 2.6

Кількість суб'єктів ЄДРПОУ по Львівській області

Показники	2001	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Кількість суб'єктів ЄДРПОУ, тис. шт. на кінець року	44,9	55,3	58,1	60,3	62,1	63,9	65,7	67,4	68,2
Кількість підприємств з іноземними інвестиціями, шт.	776	1 101	1 138	1 168	1 261	1 273	1 282	1 195	1 249
Частка підприємств з іноземними інвестиціями, %	1,72	1,99	1,96	1,93	2,03	1,99	1,95	1,77	1,83

На початок 2013 року у Львівській області функціонувало 1 249 підприємств, в акціонерний капітал яких залучені ПІІ. Їхній розподіл за кількістю підприємств та обсягами залучених ПІІ наведений у табл. 2.7.

Таблиця 2.7

Кількість підприємств Львівської області, на які залучені ПІІ (2013р.)

Обсяг інвестицій	Кількість підприємств		Обсяг залучених інвестицій	
	одиниць	у % до загального обсягу	тис. дол. США	у % до загального обсягу
Усього	1 249	100	1 637 772,5	100
> 5 млн дол. США	41	3,3	1 319 876,5	80,6
1 – 5 млн дол. США	97	7,8	207 734,7	12,7
500 тис. – 1 млн дол. США	58	4,6	40 536,9	2,5
100 – 500 тис. дол. США	220	17,6	52 970,1	3,2
10 – 100 тис. дол. США	359	28,7	14 974,5	0,9
< 10 тис. дол. США	474	38,0	1 679,8	0,1

За чисельністю підприємств у Львівській області іноземні інвестори надають перевагу спрямуванню інвестицій переважно у малий та середній бізнес, що не вимагає значних обсягів вкладення капіталу та відповідно є менш ризиковим. На більшості підприємств (66,7%) обсяг залучених ПІІ становить до 100 тис. дол. США. Вони забезпечують лише 1% загального обсягу іноземного капіталу області. Приклади залучення великих обсягів ПІІ (більше 5 млн дол. США) на підприємства Львівської області не є поширеними. Однак, саме на цю незначну кількість підприємств (3,3%) припадає лівова частка загального обсягу ПІІ (81%), що у вартісному обсязі становить 1 318,3 млн дол. США.

Що стосується розподілу підприємств за видами економічної діяльності, в статутному капіталі яких є частка ПІІ, то за кількістю здійснених проектів найбільш привабливими для іноземних інвесторів є торгівля, промисловість (зокрема харчова, легка, хімічна та нафтохімічна, машинобудування) та операції з нерухомим майном. Таким чином, іноземні інвестори спрямовують свій капітал насамперед у галузі, що можуть забезпечити високі прибутки, а не у високотехнологічне виробництво. З огляду на таку структуру залучення ПІІ їх вплив на економічне зростання не є позитивно вагомим. Детальна інформація щодо кількості підприємств міститься в Додатку П. Чисельність підприємств з ПІІ у галузях та залучені обсяги ПІІ на підприємства не є прямопропорційними (рис. 2.11).

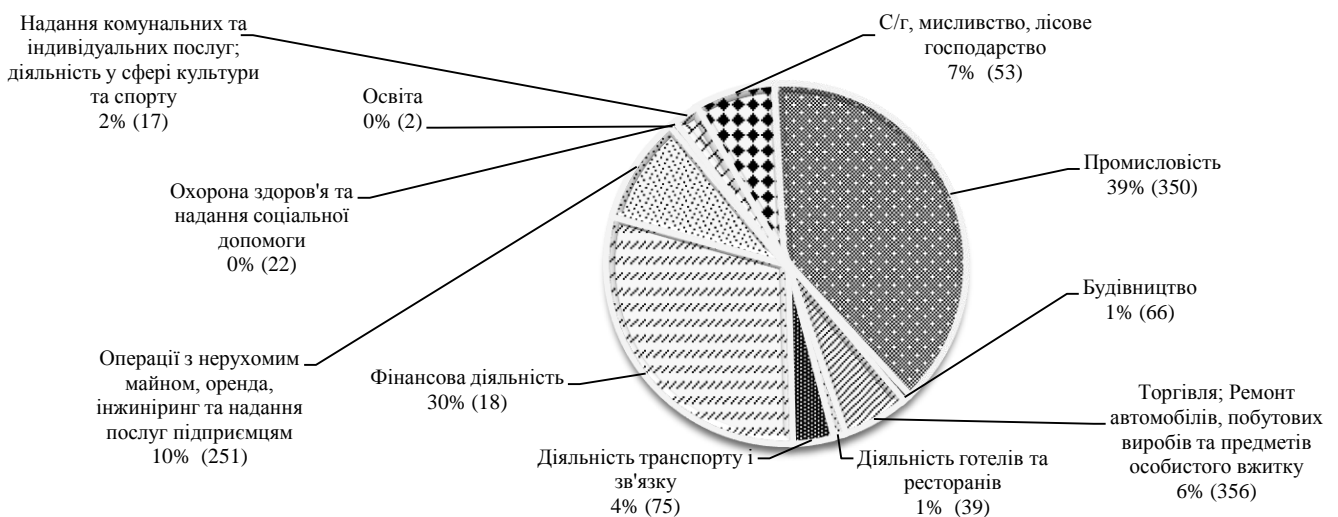


Рис. 2.11. Частки обсягів залучення ПІІ за видами економічної діяльності, 2013р.

(в дужках зазначено кількість підприємств, в статутному капіталі яких є частка ПІІ)

Так, підприємства у сфері торгівлі та ремонту автомобілів, побутових виробів та предметів особистого вжитку, серед яких, як показують статистичні дані, особливо поширена співпраця з іноземними партнерами у формі ПІІ, залучили лише 6 % (97 678,6 тис. дол. США) від загального обсягу ПІІ, в той час як промисловість – 39% (637 239,6 тис. дол. США), фінансова діяльність – 30% (486 182,4 тис. дол. США). Такий стан пояснюється специфікою окремих видів економічної діяльності. Зокрема торговельна сфера не вимагає значних капіталовкладень, орієнтується на швидкий обіг та зовнішньо-економічні зв'язки, а також характеризується концентрацією у сфері торгівлі невеликих підприємств, обсяг ПІІ яких рідко перевищує 10 тис. дол. США.

Більшість іноземних партнерів є резидентами країн-членів Європейського Союзу, що зумовлено значною мірою географічною близькістю. За весь період інвестування ними вкладено 1 375,2 млн дол. США (або 83,9% в загальній структурі). Дані щодо надходжень ПІІ у Львівську область за угрупованнями країн впродовж 2000-2013 рр. наведено в Додатку Р. Станом на 2013 рік серед лідерів в інвестуванні підприємств Львівщини є інвестори з Кіпру (476,5 млн дол. США, 29,1% в загальній структурі), чії інвестиції були спрямовані на промислові підприємства (левова частка надійшла в постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря, переробну промисловість), а також у діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування; інвестори з Польщі інвестували 398,3 млн дол. США (24,3%), з яких близько 80% було спрямовано у фінансову та страхову діяльність, а 15% - в переробну промисловість; третіми є інвестори з Австрії, які здійснили інвестицій на суму 221,0 млн дол. США (13,5%), з яких 64% спрямовано у фінансову та страхову діяльність, 17,3% - в переробну промисловість, а 8,3% - в операції з нерухомим майном; інвестори з Німеччини та Швейцарії проявляють абсолютну орієнтацію на переробну промисловість, куди було спрямовано 91% від загального обсягу 84,9 млн дол. США (5,2%) та 95,9% від 76,6 млн дол. США (4,7%) відповідно. Перелічені країни займають більше три чверті від загальнообласного обсягу ПІІ. Незначним залишається інтерес до підприємств Львівщини інвесторів зі сторони країн СНД. Ними інвестовано лише 24,7 млн дол. США (1,5% в загальній структурі) [31; с. 49-50, 69-78]. Слід також зазначити, що серед 25-ти найбільших прямих інвесторів Львівської області є 6 офшорних зон: Кіпр, Ліхтенштейн, Британські Віргінські Острови, Гонконг, Нідерландські Антільські Острови та Сейшельські Острови.

Зважаючи на факт, що машинобудування належить до пріоритетних галузей інвестування і є однією з стратегічних в контексті розвитку економіки [38, с. 26], підприємства саме цієї галузі були обрані для подальшого аналізування стану залучення ПІІ. На машинобудівні підприємства залучено відносно значні обсяги ПІІ у порівнянні з іншими видами економічної діяльності промисловості (13,7%). Традиційно вони є осердям промисловості. Їх стан – один із критеріїв

характеристики матеріально-технічної бази, технологічного прогресу та інноваційного розвитку області. На сьогодні важливість машинобудування в загальній структурі промисловості є меншою в порівнянні з 1990-ми рр., а також з розвиненими країнами, де частка сектору в промисловості займає від 25% до 45%. За період 1990 – 2013 рр. частка машинобудування у загальному обсязі реалізованої промислової продукції знизилась майже в п'ять разів (7,9% у 2013 р.), що є показником найбільшого падіння серед окремих видів діяльності. Зважаючи на приналежність машинобудування до групи високотехнологічних галузей та його потенціал впливу на економічний розвиток регіону, доцільно проаналізувати, як машинобудівні підприємства використовують можливості ПІІ для свого розвитку.

На початок 2013 р. на машинобудівні підприємства Львівщини залучено 92,5 млн дол. США, або 13,7% усіх ПІІ у промисловість (рис. 2.12). 2008 рік, протягом якого притік ПІІ становив 50,5 млн дол. США, став для підприємств машинобудування піковим.

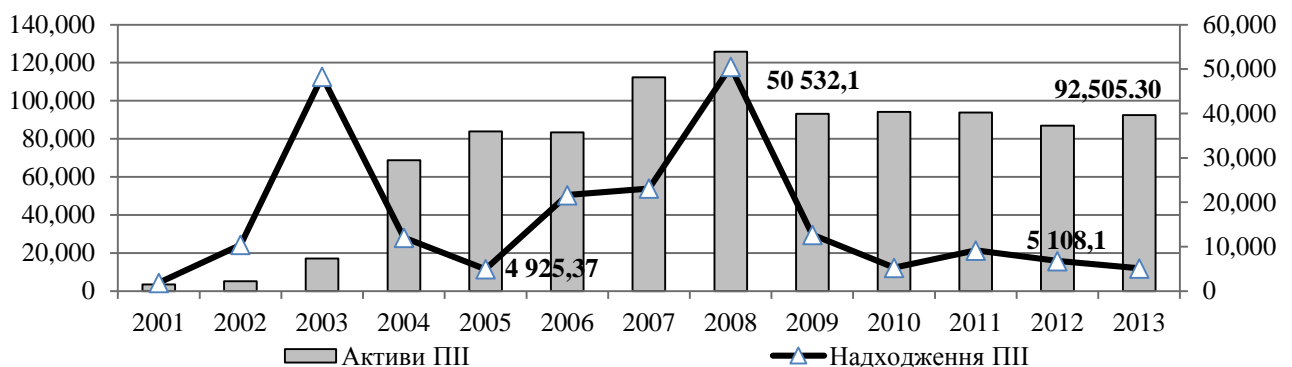


Рис. 2.12. Динаміка залучення ПІІ на підприємства машинобудування Львівської області за період 2000-2013 рр., тис. дол. США, на початок року

Стратегічними інвесторами цього сектору промисловості є представники Німеччини (61,6 млн дол. США), Угорщини (16 млн дол. США) та Кіпру (8,7 млн дол. США). Поширеною практикою серед машинобудівних підприємств є налагодження партнерських зв'язків з інвесторами з Данії, а також з Польщі та Російської Федерації особливо на рівні малих та середніх підприємств. Що стосується останніх, така тенденція пояснюється географічною та культурною близькістю представників сторін процесу прямого іноземного інвестування, що

безпосередньо впливає на якість комунікації та не вимагає значних трансакційних витрат, спрямованих на налагодження співпраці з прямими іноземними інвесторами

Та впродовж останніх п'яти років зацікавленість прямих іноземних інвесторів машинобудівними підприємствами спадає, що засвідчує зменшення самих обсягів надходження ПІІ та їх часток у розрізі промисловості та загального обсягу залучення ПІІ в економіку Львівщини (рис. 2.13).

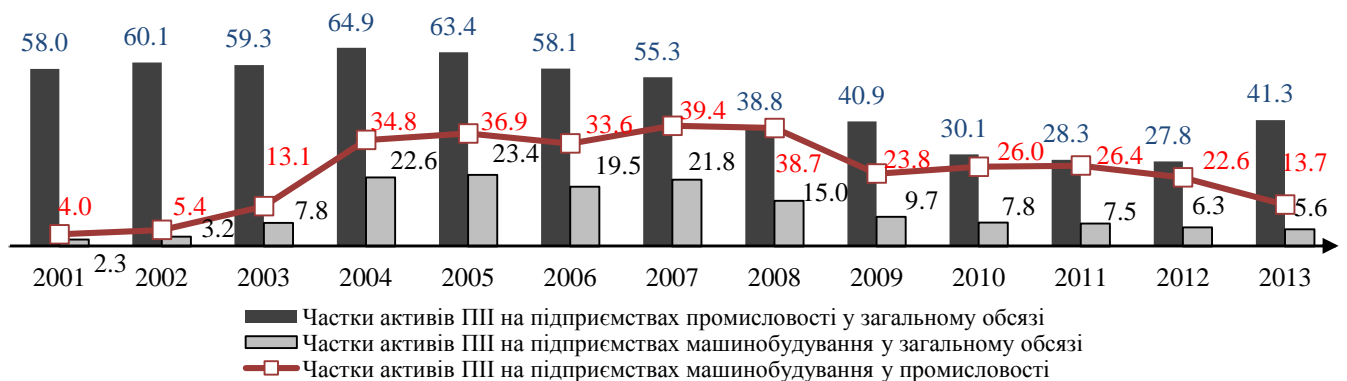


Рис. 2.13. Частки підприємств промисловості та машинобудування у загальному обсязі залучених ПІІ на підприємствах Львівської області протягом 2001-2013 рр., %

Хоча частка підприємств з ПІІ у машинобудуванні є вищою за загальний показник по області і становить близько 3%, кількість підприємств з ПІІ у машинобудуванні залишається мінімальною. Така ситуація вказує на слабку активність машинобудівних підприємств у сфері пошуку шляхів фінансування своєї діяльності за посередництва ПІІ, а також низьку інвестиційну привабливість цього виду діяльності серед іноземних інвесторів. Також останніми роками можна виокремити додаткову технічну причину, що зрозуміло не пояснює загальної картини щодо стану залучення ПІІ на підприємства, однак окреслює специфіку питання, що аналізується, а саме особливості проведення статистичного обстеження, зокрема проблема зміни юридичної адреси підприємств і як наслідок зняття їх з обліку в межах області, а також суттєві зміни в методології групування національного класифікатора за КВЕД.

Станом на 2013 р. у Львівській області в галузі машинобудування зареєстровано 37 підприємств, в акціонерний капітал яких залучено ПІІ. Перелік підприємств за групами обсягів залучених ПІІ та країнами походження ПІІ

наведений в Додатку С. У структурі надходжень переважають грошові внески та внески у формі рухомого і нерухомого майна (рис. 2.14). Що стосується інших форм здійснення ПІІ, то у 2005 р. 322,5 тис. дол. США було залучено шляхом приватизації державного майна та реінвестування доходів у сумі 526,7 тис. дол. США. Слід зазначити, що впродовж аналізованого періоду це єдиний зафіксований випадок здійснення ПІІ через реінвестиції. У 2008-2009, 2011 р. надходження ПІІ забезпечив продаж іноземними інвесторами своїх прав власності на капітал нерезидентам інших країн, а в 2012 р. ПІІ були здійснені у формі нематеріальних активів на суму 13,5 тис. дол. США. Як бачимо, здійснення ПІІ у формі нематеріальних активів є радше винятком із загальної практики.

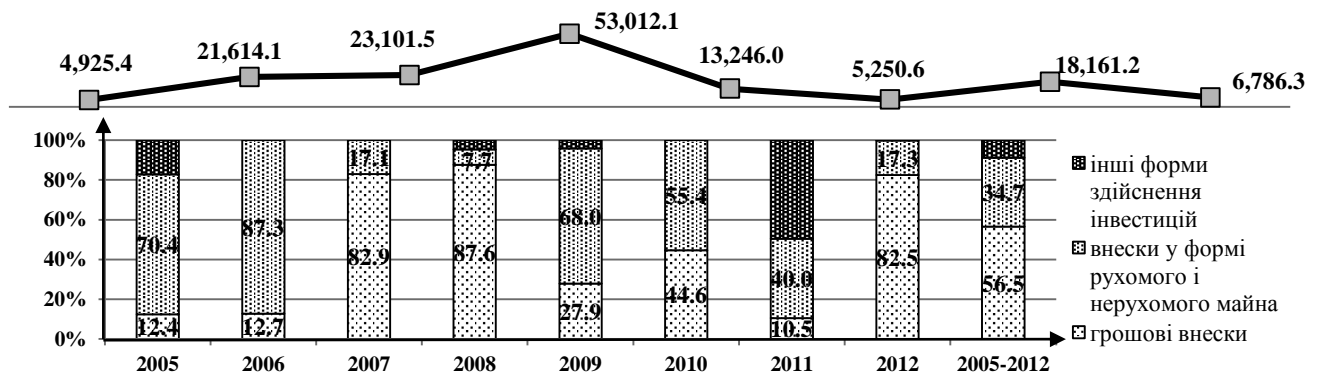


Рис. 2.14. Надходження ПІІ на підприємства машинобудування у Львівській області за типом інвестованих активів за період 2005-2012 рр.

Найбільші обсяги ПІІ отримали ТзОВ «Леоні Ваерінг Системс УА ГМБХ» (Німеччина), ЗАТ «Завод комунального транспорту» (Угорщина), ТзОВ «Діскавері бурове обладнання (Україна)» (Кіпр, Велика Британія), ТзОВ «ОДВ-Електрик» (Німеччина), ТзОВ «Сі Еф Ті Україна» (Італія), ТзОВ «Електроконтакт Україна» (Німеччина), ЗАТ «Автовантажувач» (Кіпр), ТзОВ «Амардіко 120 Україна» (Данія), ПАТ «Іскра» (Кіпр).

Для подальшого аналізування стану залучення ПІІ на підприємства методом основного масиву була сформована вибірка машинобудівних підприємств, в статутний капітал яких залучено ПІІ. До неї увійшло 14 машинобудівних підприємств (табл. 2.8), що представляють шість квот підприємств, згрупованих за критерієм обсягу залучення ПІІ: 1) більше 10 млн дол. США – ТзОВ «Леоні Ваерінг

Системс УА ГМБХ», ЗАТ «Завод комунального транспорту», ТзОВ «Діскавері бурове обладнання (Україна)»; 2) від 1 до 10 млн дол. США – ТзОВ «ОДВ-Електрик», ТзОВ «Електроконтакт Україна», ЗАТ «Автовантажувач», ПАТ «Іскра»; 3) від 500 тис. дол. США до 1 млн дол. США – Українсько-німецьке СП у формі ТзОВ «Інтернешнл Каттер Манюфекчерер ГМБХ (ICM)», ТзОВ «Кабельверк-Львів», ТзОВ «Гульдманн - Україна»; 4) від 100 тис. дол. США до 500 тис. дол. США – Спільне українсько-німецьке підприємство у формі ТзОВ «Сферос-Електрон»; 5) від 10 тис. дол. США до 100 тис. дол. США – ТзДВ «Бориславський експериментальний ливарно-механічний завод»; 6) менше 10 тис. дол. США – Спільне українсько-німецьке підприємство «Олнова» у формі ТзОВ і ТзОВ «Хеммель – Україна».

Станом на початок 2013 р. сформована вибірка представляє 85% загального обсягу залучених ПП на підприємства машинобудування. Незважаючи на їх мізерну частку в загальній структурі, лише 1,35% (і близько 3% серед машинобудівних підприємств), вибрані підприємства працевлаштували третину усіх осіб, зайнятих в машинобудуванні. На них зосереджено більше половини основних засобів машинобудівних підприємств залишковою вартістю 584 млн грн та припадає половина усіх освоєних капітальних інвестицій, що були вкладені для власного розвитку. Окрім цього, вони є найбільш орієнтованими на співпрацю із зовнішніми ринками серед машинобудівних підприємств (табл. 2.9).

Таблиця 2.9

Окремі індикатори діяльності машинобудівних підприємств із залученими ПП в порівнянні з усіма машинобудівними підприємствами у 2013 р.

Показники Групи підприємств	К-ість суб'єктів ЄДРПОУ (од.)	Обсяг залучених ПП (тис. дол. США)	К-ість штатних працівників (тис. ос.)	Обсяг реалізованої продукції (тис. грн)	Залишкова вартість основних засобів (тис. грн)	Обсяг освоєння капітальних інвестицій (тис. грн.)	Обсяг експорту (тис. дол. США)	Обсяг імпорту (тис. дол. США)
Усі м/б підприємства	1035	99 737	25	2 746 063	1 025 308	212 043	289 291	215 590
М/б підприємства із залученими ПП*	14	84 899	9	952 689	584 435	113 646	243 343	177 714
Частка м/б підприємств із ПП, %	1,35	85	36,1	34,7	57	53,5	84,1	82,4

Примітка: підприємства, що увійшли до вибірки

Таблиця 2.8

Перелік підприємств машинобудування Львівської області, в які залучені ПІІ (станом на 2013 рік)

№	Назви підприємств	Роки	Форми залучення	Види діяльності підприємств	Іноземні інвестори	Місце-знаходження
Більше 10 млн. дол. США						
1.	ТзОВ «Леоні Ваерінг Системс УА ГМБХ»	2002	ПІІ «з нуля»	Виготовлення кабельних мереж для транспорту	Leoni AG, Німеччина http://leoni.com	м. Стрий
2.	ЗАТ «Завод комунального транспорту»	2003	М&А (купівля акцій)	Виробництво автомобільного транспорту	Dankar Kft, Farma Market Kft, Угорщина	м. Львів
3.	ТзОВ «Діскавері бурове обладнання (Україна)»	2006	М&А (злиття)	Розробка і виробництво бурового обладнання і вузлів до обладнання для буріння і обслуговування нафтогазових свердловин	Discovery Drilling Equipment Ltd., Кіпр, Велика Британія, http://discoveryde.com/	м. Стрий
Від 1 до 10 млн. дол. США						
4.	ТзОВ «ОДВ-Електрик» http://odwprofspilka.org/proodwelekttric	2003	М&А (brownfield) приватизація	Виробництво кабельних розгалужень, електромагнітних катушок, і електро-механічних систем на замовлення компаній Volkswagen, Audi, Bosch, Siemens	ODW-Elektrik GmbH, Німеччина http://www.odw-elektrik.com	м. Новий Розділ
5.	ТзОВ «Електроконтакт Україна»	2007	-ПІІ «з нуля» М&Abrownfield	Виробництво електричної кабельної продукції для автомобілів BMW, Daimler, Opel, Mercedes	Nexans autoelectric GmbH, Німеччина, http://www.autoelectric.de	м. Перемишляни м. Золочів
6.	ЗАТ «Автовантажувач»	2007	М&А (купівля акцій)	Виробництво вентиляційног і такелажного устаткування	Terminal Real Estate Holdings Limited, Кіпр (дані про інвестора відсутні)	смт. Шкло
7.	ПАТ «Іскра»	2001	М&А (купівля акцій)	Виробництво ламп розжарювання, газорозрядних ламп та ламп спеціального призначення	Seefont Holdings Limited, Rosinante Enterprises Limited, Kriscon Limited Кіпр (дані про інвестора відсутні)	м. Львів
Від 500 тис. дол. До 1 млн. дол. США						
8.	СП у формі ТзОВ «Інтернешнл Каттер Мануфакчерер ГМБХ (ІСМ)» http://icm.org.ua	1992	СП (приватизація)	Виробництво бурового інструменту	WIRTH Maschinen-und Bohrgerate-Fabrik GmbH, (в 2009 викуплена Aker Solutions ASA. Однак, структурний підрозділ в Україні не зазначений)	м. Дрогобич
9.	ТзОВ «Кабельверк-Львів»	2004	М&А (brownfield)	Виробництво бортових кабельних мереж для автомобілів Volkswagen та Škoda	KWL s.r.o., Чеська Республіка http://www.kwlsro.cz (є дочірнім підприємством Kabelwerk Lausitz GmbH, Німеччина)	м. Львів
10.	ТзОВ «Гульдманн – Україна»	2004	М&А (brownfield)	Виробництво медичного, хірургічного та ортопедичного устаткування, виробництво металевих конструкцій.	V. Guldmann A/S, Данія www.guldmann.com	смт. Куликів,
Від 100 тис. дол. До 500 тис. дол. США						
11.	СП у формі ТзОВ «Сферос-Електрон» http://spheros.electron.ua	1996 2008	СП	Виробництво опалювачів для автобусів, ресиверів, паливних баків, деталей лазерного розкрою, нестандартного обладнання	Spheros GmbH, Німеччина http://www.spheros.de	м. Львів
Від 10 тис. дол. До 100 тис. дол. США						
12.	ТзДВ «Бориславський експериментальний ливарно-механічний завод»	2008	М&А (купівля акцій)	Виробництво насосів, промислового холодильного та вентиляційного устаткування	Приватний інвестор, Російська Федерація (дані про інвестора відсутні)	м. Борислав
Менше 10 тис. дол. США						
13.	СП «Олнова» у формі ТзОВ; http://olnova.com.ua/	1997	СП	Конструювання, вир-во і продаж машин для подрібнення деревини та твердих мінеральних речовин і запчастин для них	HAMMEL Recyclingtechnik GmbH, Німеччина http://www.hammel.de	м. Буськ
14.	ТзОВ «Хеммель – Україна»; http://hemmel.com.ua	2007	М&А (brownfield)	Вир-во подрібнювальної техніки: рубальні машини, первинний та вторинний подрібнювачі, сортувальні лінії, циркулярні		с. Ожидів, Буський р-н

Аналізуючи сферу залучення ПІІ на підприємство, слід зазначити, що на машинобудівні підприємства, що увійшли до вибірки дослідження, було залучено 84 899 тис. дол. США, що становить 85% обсягу залучених ПІІ на машинобудівні підприємства, 13,3% обсягу залучених ПІІ на промислові підприємства та 5,2% загального обсягу залучених ПІІ на всі підприємства Львівщини. За типом інвестованих активів у структурі надходжень ПІІ переважають грошові внески; третину складають внески у вигляді рухомого і нерухомого майна.

За результатами проведеного дослідження шляхом опитування керівників підприємств у 2013 р. (табл. 2.10) основними цілями залучення ПІІ на підприємства є розширення виробничого потенціалу, збільшення статутного капіталу, оновлення обладнання, впровадження нових видів продукції та технологій, а також вихід на міжнародні ринки.

Таблиця 2.10

Цілі залучення ПІІ на машинобудівних підприємствах

Перелік цілей	Кількість	% до загальної кількості
Розширення виробничого потенціалу	12	80,0
Збільшення статутного капіталу	10	66,6
Оновлення обладнання	9	60,0
Вихід на міжнародні ринки	7	46,6
Впровадження нових видів продукції та технологій	5	33,3
Продаж вільних виробничих площ	2	13,3
Інше (продаж бізнесу/приватизація, енергозбереження, підвищення продуктивності праці, захист від рейдерських атак, розподіл ризиків, ін.)	3	20,0

Джерело: результати анкетного опитування. В підсумку допускається більше 100%, оскільки один респондент міг зазначити більше, ніж одну переслідувану ціль при залученні ПІІ на підприємство

Прийнявши рішення про залучення ПІІ на підприємства, виробничі цілі залишаються основними. Так, розширення виробничих мереж за посередництва ПІІ є метою для 80% підприємств, а 60% підприємств залучали ПІІ з метою оновлення обладнання. Однак, лише для третини опитаних підприємств (33,3%), які є великими за розміром та в основному створені через інвестиції «з нуля», впровадження нових видів продукції та технологій стало мотивуючим при залученні ПІІ.

Значна частина опитаних підприємств (66,6%) зазначили збільшення статутного капіталу, що є основою для забезпечення кредитоспроможності, ліквідності та репутації підприємства, серед основних цілей залучення ПІІ. Для

майже як половини опитаних підприємств ПІІ залучалися задля виходу на міжнародні ринки. Переслідування таких цілей, як продаж бізнесу (приватизація), підвищення продуктивності праці, розподіл ризиків при реалізації інвестиційних проектів, захист від рейдерських атак виявились вторинними та не переважаючими серед машинобудівних підприємств Львівщини в процесі залучення ПІІ.

В аналізованні стану залучення ПІІ на підприємства одним із найважливіших аспектів є вивчення напрямів використання залучених ПІІ, оскільки за ними можна формувати судження про якість та доцільність процесу залучення ПІІ на підприємства. Як засвідчують результати опитування (табл. 2.11), більшість ПІІ розподіляються відповідно до цілей залучення.

Найбільш поширеною формою залучення ПІІ на машинобудівних підприємствах Львівщини є М&А (злиття та поглинання) шляхом купівлі пакету акцій акціонерних товариств та участі в статутному фонді товариств з обмеженою відповідальністю (рис. 2.15).

Таблиця 2.11

Напрями використання залучених ПІІ на машинобудівних підприємствах

Всього	100,0
1. Використано інвестицій, які надійшли від іноземного інвестора (2+3+4+5+6)	98,9
2. Капітальні інвестиції	59,9
будівництво нових та придбання раніше існуючих будівель та споруд	21,9
машини, обладнання, транспортні засоби	29,4
капітальний ремонт, реконструкція та модернізація	6,3
нематеріальні активи	2,3
3. Фінансові інвестиції (придбання цінних паперів, участь у статутному капіталі інших підприємств)	6,2
4. Поточні (операційні) витрати	9,5
5. Погашення кредитів банків та позик	3,3
6. Інше	20,1
створення статутного фонду	16,4
надання кредитів і позик	1,1
7. Не використано інвестицій, які надійшли від іноземного інвестора	1,1

Джерело: результати анкетного опитування

До акціонерних товариств, які залучили ПІІ належать ПАТ «Іскра» (інвесторами є компанії з Кіпру), ЗАТ «Завод комунального транспорту» (угорські компанії), ЗАТ «Автовантажувач» (кіпрська компанія), а також

ТзДВ «Бориславський експериментальний ливарно-механічний завод» (фізична особа з Російської Федерації). Однак, такий кількісний показник, як частка власності іноземного інвестора, ще не є гарантом успішної діяльності підприємства. Це засвідчує досвід таких потужних колись підприємств, як ЗАТ «Завод комунального транспорту» і ЗАТ «Автонавантажувач», які залучили значні обсяги ПІІ у 2003 р. та 2007 р. відповідно, а на даний момент визнані банкрутами (ЗАТ «Автонавантажувач» в жовтні 2012 р., ЗАТ «Завод комунального транспорту» в серпні 2014 р.).

Участь іноземних інвесторів в статутному фонді ТзОВ часто відбувається як наслідок «brownfield investment», за яких спостерігається не спорудження нових виробничих потужностей, а акт купівлі готових майнових комплексів або ж об'єктів незавершеного будівництва з подальшим переоснащенням їх під потреби власного виробництва. Прикладом цієї форми ПІІ є діяльність ТзОВ «ОДВ-Електрик», виробничою площадкою для якого став Новороздільський завод «Контакт» (в 2003 р. німецька компанія викупила у ФДМУ за 924 тис. грн пакет розміром 91,43%); ТзОВ «Кабельверк-Львів» на базі виробничих площ АТ «Мікроприлад»; ТзОВ «Електроконтакт Україна»: один із заводів використовує виробничі площі ВАТ «Золочівський радіозавод», вартість реконструкції яких перевищує 500 тис. дол. США; українсько-німецьке СП у формі ТзОВ «Інтернешнл Каттер Манюфакчерер ГМБХ (ICM)» на базі ВАТ "Дрогобицький долотний завод». Діяльність ТзОВ «Діскавері бурове обладнання (Україна)» є прикладом операції злиття інжинірингових компаній як форми залучення ПІІ з Великобританії та Кіпру. На даний час на площах ВАТ «Стрийський завод «Металіст» як результат повної модернізації налагоджене виробництво бурових установок та обладнання, яке відповідає стандартам якості світового рівня, що підтверджується міжнародними сертифікатами. Як зазначено на офіційному сайті компанії Discovery Drilling Equipment Ltd, завод в Україні забезпечує конкурентні переваги компанії на міжнародному рівні. У світі функціонують ще три подібні заводи (в Німеччині, Італії та Румунії), однак серед беззаперечних переваг українського заводу є висока якість продукції та конкурентоздатні ціни.

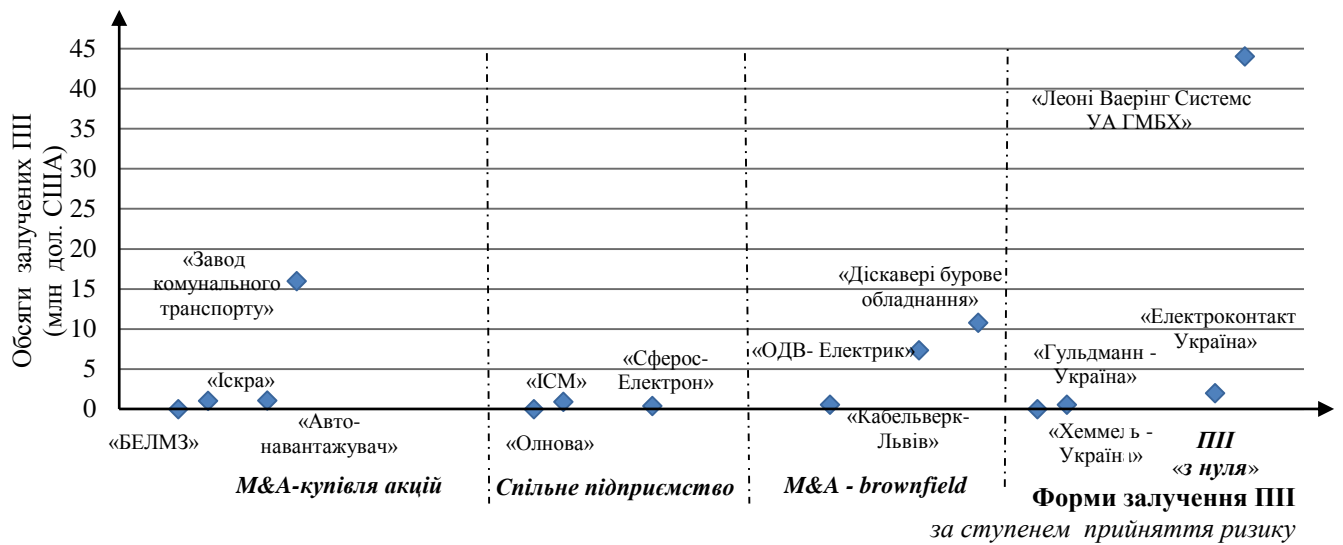


Рис. 2.15. Розподіл машинобудівних підприємств Львівщини за обсягами та формами залучення ПІІ

Джерело: побудовано за результатами досліджень автора

За останні 10 років на Львівщині можна спостерігати лише два приклади будівництва нових промислових заводів «з нуля» за кошти іноземних інвесторів: ТзОВ «Леоні Ваерінг Системс УА ГМБХ» в Стрийському районі (2002) та ТзОВ «Електроконтакт Україна» в Перемишлянах (2007). ТзОВ «Леоні Ваерінг Системс УА ГМБХ» є єдиним прикладом залучення великих обсягів ПІІ у промисловість Львівщини. За весь період діяльності на підприємство було залучено близько 45 млн дол. США. Середній обсяг залучених ПІІ на решті підприємств цієї групи не перевищує 3 млн дол. США. Діяльність ТзОВ «Гульдманн - Україна» також започатковувалась «з нуля» як 100%-е дочірнє підприємство датської холдингової групи Guldmann. Однак, будівництво промислових приміщень не здійснювалось. Натомість підприємство використовує приміщення одного із своїх засновників ДП «Ен Джі Метал Україна», яке в свою чергу є дочірнім підприємством датської компанії «Н. Граверсенс Металварефабрік А/С». Подібна ситуація спостерігається і на ТзОВ «Хеммель-Україна», що є дочірнім підприємством зі 100%-ою часткою власності німецької компанії HAMMEL Recyclingtechnik GmbH – лідера у сфері виробництва подрібнювальної техніки. Враховуючи усі фактори, що формують інвестиційний потенціал області, незначний обсяг залучення ПІІ засвідчує про його невикористання, а відтак упущення можливості освоєння додаткових капітальних

інвестицій, залучення сучасних технологій та реалізацію усіх активів людських ресурсів.

Надаючи характеристику іноземних інвесторів машинобудівних підприємств Львівщини, на основі узагальнення матеріалів досліджених машинобудівних підприємств з ПП, можна виокремити дві групи інвесторів, що діють на ринку: стратегічні та спекулятивні інституційні інвестори.

Стратегічні інвестори є представниками тієї ж або суміжних галузей та займають сильні ринкові позиції на міжнародній арені. Прикладами на Львівщині є діяльність Leoni AG, ODW-Elektrik GmbH, Nexans autoelectric GmbH, Spheros GmbH. Стратегічні іноземні інвестори машинобудівних підприємств здійснювали ПП в пошуках додаткових ресурсів з метою розширення своїх виробничих потужностей. Серед них сформована значна група представників Німеччини у сфері виробництва електричного устаткування. Згідно класифікації ПП, яка розглянута в розділі 1, за критерієм приналежності до виду продукту та стадій його виробництва залучені ПП на машинобудівні підприємства можемо віднести до вертикальних зворотніх ПП. Їх діяльність у розрізі основних сфер діяльності підприємства буде розглянута пізніше.

Спекулятивні інституційні інвестори, часто використовуючи офшорні механізми, здійснюють покупку значного пакету акцій на ринку цінних паперів, джерело походження капіталу яких тяжко простежити, а компанія, яка їх представляє, не характеризується довгою історією проведення діяльності. Мотиви здійснення ПП цього виду інвесторів можна припустити за країною їх походження (ЗАТ «Завод комунального транспорту», ЗАТ «Автонавантажувач», ПАТ «Іскра»).

В силу обставин та впливу чинників різноманітного характеру на підприємницьку діяльність, зокрема і частки власності спекулятивних фінансових інвесторів, ЗАТ «Автонавантажувач» та ЗАТ «Завод комунального транспорту» визнані банкрутами. Прямими іноземними інвесторами ЗАТ «Завод комунального транспорту» у 2003 р. стали угорські інвестиційні компанії Dankar Kft і Farma Market Kft, які згодом у 2008 р. були ліквідовані. Не володіючи інформацією щодо усіх специфічних моментів цього випадку, можемо лише гіпотетично припустити, що до такого результату призвела і політика керівництва підприємства в процесі

залучення ПІ, зокрема щодо вибору іноземного інвестора, завдяки ресурсам якого можна було б попередити банкрутство. Як зазначено в [133], залучення ПІ на підприємство здійснювалось першочергово з метою отримання податкових пільг на найближчі п'ять років згідно Закону України «Про стимулювання виробництва автомобілів в Україні», умовою якого було залучення інвестицій не менше 30 млн дол. США та реалізація інвестиційної програми. При виборі іноземного інвестора керівництво тоді ще ВАТ «Львівський автобусний завод» (ВАТ «ЛАЗ») надало перевагу інституційному інвестору – фінансовим компаніям Dankar Kft і Farma Market Kft, а не стратегічному – «РАВА-моторс». Одна з причин – неможливість погодження розміру частки акцій акціонерного товариства останнього. В результаті вищезгадані угорські компанії стали засновниками ЗАТ «Львівський автомобільний завод», порівну розділивши між собою 50% акцій. Решта 50% у цьому підприємстві належало ВАТ «ЛАЗ». У 2006 р. «Львівський автомобільний завод» був перейменований на ЗАТ «Завод комунального транспорту». Власниками заводу ВАТ «ЛАЗ» у свою чергу були Helvick Investments Limited (Велика Британія) та Marybeni Energy Corporation (Канада), підконтрольні російським бізнесменам. В той час, коли активи ЗАТ «Завод комунального транспорту» проходили процедуру банкрутства, російський співвласник холдингу, частиною якого є ЗАТ «Завод комунального транспорту», відзначав достатні виробничі потужності заводу, на шляху запуску яких є обмеженість ринку збуту України та втрачена мережа постачальників. Перспективним натомість у розрізі збуту автобусів і тролейбусів з низьким рівнем підлоги, що взмозі випускати ЗАТ «Завод комунального транспорту», на його думку, є ринок Росії. Однак, зважаючи на торговельні ба'єри та вимоги російського уряду щодо налагодження виробництва повного циклу на їх території, експорт як опція виходу на іноземний ринок не розглядається [61]. Вважаємо, що за таких умов перенесення виробництва на територію сусідньої держави має ознаки свідомого доведення підприємства до банкрутства з метою реструктуризації ресурсів холдингу та позбавлення потенційного конкурента.

Згідно ст. 219 Кримінального кодексу України «доведення до банкрутства – це умисне, з корисливих мотивів, іншої особистої зацікавленості або в інтересах третіх

осіб вчинення власником або службовою особою суб'єкта господарської діяльності дій, що призвели до стійкої фінансової неспроможності суб'єкта господарської діяльності, якщо це завдало великої матеріальної шкоди державі чи кредиторам» [68].

Як зазначено у праці О. М. Кравцової [67, с. 201], економічна сутність доведення до банкрутства полягає в «умисному створенні або збільшенні неплатоспроможності шляхом розтрати або зливання боржником свого майна та майна, наданого йому іншими особами, через використання необґрунтовано занижених цін при реалізації майна, отримання кредитів, які свідомо не будуть погашені, необґрунтовано завищених витрат невиробничого характеру».

Навмисне доведення підприємства до банкрутства інкримінували також інвестору ЗАТ «Автонавантажувач» як представники обласної профспілки [105], так і працівники заводу, організувавши страйк у 2010 р. [114; 117]. Структура власності підприємств, що представляють потужний за часів СРСР львівський завод «Автонавантажувач» є досить заплутаною. Не справившись з викликами часу, і як наслідок – затяжна криза діяльності підприємства, в 2000 р. ВАТ «Львівський завод «Автонавантажувач» (ВАТ «ЛЗА») було піддане санації. Тоді 57% акцій підприємства залишилось у власності Львівської облдержадміністрації, а 40,32% перейшли до ВАТ «ВНК «Розточчя СТ», інвестиційної компанії, що представляла російських інвесторів. В результаті господарська база ВАТ «ЛЗА» була роздібнена на близько десятка підприємств, серед яких і ЗАТ «Автонавантажувач», що був створений шляхом передачі виробничих фондів ВАТ «ЛЗА» [36; 125]. У 2007 р. на ЗАТ «Автонавантажувач» надійшли інвестиції з Кіпру, що становили 20%-у частку акцій товариства та представляли швидше за все повернення виведеного з України капіталу співвласників з метою уникнення податкового навантаження. Жодного впливу такого надходження фінансових ресурсів на відновлення діяльності підприємства не спостерігалось. Кінцевим результатом діяльності інвестора став розпродаж землі, майна, зокрема обладнання та металевих конструкцій у формі реалізації металобрухту, зупинка виробництва, заборгованість виплати заробітної плати [56; 114; 117; 125] та визнання банкрутства.

Незважаючи, що приклад діяльності лише двох підприємств, продукція яких була візитною карткою промислової потужності регіону, не є достатнім для загальних висновків, однак на основі проведеного опитування керівників машинобудівних підприємств можемо стверджувати: у процесі залучення ПІІ на підприємства існує гостра необхідність аналізування насамперед добросовісності мотивів іноземних інвесторів (їх репутація, досвід діяльності, приклади здійснення попередніх міжнародних інвестиційних проектів тощо), яка спричинена основним питанням подальшого розвитку підприємства. Особливо це стосується випадків, коли мова іде про горизонтальні ПІІ. Окрім мотивів іноземних інвесторів, ретельному аналізуванню повинні піддаватись різноманітні аспекти їх ресурсного забезпечення та можливостей щодо результатів реалізації намічених інвестиційних проектів.

Виробнича сфера діяльності підприємств, що досліджуються, представлена індикаторами собівартості та обсягу реалізованої продукції. Останніми роками значення собівартості реалізованої продукції є майже рівнозначним як на вітчизняних підприємствах, так і на підприємствах із залученими ПІІ. Зважаючи на зменшення обсягів реалізованої продукції, така тенденція не може бути позитивною.

Обсяг реалізованої продукції, що визначається як вартість відвантаженої за межі підприємства готової продукції за ціною продажу, в нашому дослідженні служить індикатором маркетингової сфери діяльності підприємств. З табл. 2.10 бачимо, що протягом восьми років середня частка машинобудівних підприємств із залученими ПІІ становить 35,4%. Таким чином, 3% підприємств з ПІІ (від загальної кількості машинобудівних підприємств) забезпечують третину загального обсягу реалізованої продукції.

Технологічно-майнова сфера стану залучення ПІІ на підприємства представлена такими абсолютними показниками, як вартість основних засобів та обсяг капітальних інвестицій. На машинобудівних підприємствах, в статутний капітал яких залучено ПІІ, зосереджено половина вартості основних засобів усіх машинобудівних підприємств області.

У загальній структурі окремих складових індикатора капітальних інвестицій спостерігаємо, що частка машинобудівних підприємств із залученими ПІІ протягом останніх трьох років стабільно займає більше половини обсягу усіх капітальних інвестицій, здійснених машинобудівними підприємствами загалом (Додаток Т).

Схожа тенденція зберігається як щодо матеріальних, так і нематеріальних активів. Протягом 2011-2013 рр. машинобудівними підприємствами із ПІІ здійснено значні інвестиції в основний капітал, зокрема в машини, обладнання, інвентар та в транспортні засоби. В 2012 - 2013 рр. значні ресурси спрямовані на капітальний ремонт, що пояснюється приведенням приміщень, які були взяті в оренду підприємствами з ПІІ, до умов, придатних для налагодження виробничих процесів. Що стосується нематеріальних активів, то вони займають значну частку порівняно з місцевими підприємствами, зосереджуючись в основному на програмному забезпеченні та формуванні баз даних.

Необхідно звернути особливу увагу, що капітальні інвестиції у землю зі сторони іноземних інвесторів відсутні, що пояснюється складною і ресурсно-витратною (додаткові грошові кошти, час) процедурою набуття прав власності на землю іноземними підприємствами [134]. Чималі обмеження українського законодавства щодо отримання прав власності на землю є значною перепорою технічного характеру у загальному процесі залучення ПІІ, оскільки змушує іноземних інвесторів шукати альтернативні правові моделі набування прав на землю в Україні, серед яких оренда (суборенда), суперфіцій (право користуватись чужою земельною ділянкою для забудови), інвестиційний договір, придбання корпоративних прав юридичної особи, яка вже має права на землю, право постійного користування землею. Переваги та недоліки кожної правової моделі, що можуть бути запропоновані іноземному інвестору стороною, яка ПІІ залучає, наведено в Додатку У.

Найбільш активними підприємствами в освоєнні капітальних інвестицій у групі підприємств, в статутний капітал яких залучено ПІІ, є такі великі підприємства, як ТзОВ «Леоні Ваєрінг Системс УА ГМБХ», ТзОВ «ОДВ-Електрик», ТзОВ «Діскавері бурове обладнання (Україна)», ТзОВ «Електроконтакт Україна», ПАТ «Іскра».

Інформація щодо усіх машинобудівних підприємств із залученими ПІІ, які освоювали капітальні інвестиції впродовж 2011-2013 рр., наведена в табл. 2.12 у розрізі обсягів освоєних капітальних інвестицій.

Таблиця 2.12

**Перелік машинобудівних підприємств із залученими ПІІ
за обсягами освоєння капітальних інвестицій за період 2011-2013 рр.**

Обсяги освоєння капітальних інвестицій	Назви підприємств		
	2011	2012	2013
1	2	3	4
20 - 30 млн грн	ПАТ «Іскра»; ТзОВ «Леоні Ваерінг Системс УА ГМБХ»	ТзОВ «Леоні Ваерінг Системс УА ГМБХ»	ТзОВ «Леоні Ваерінг Системс УА ГМБХ»; ПАТ «Іскра»; ТзОВ «Електроконтакт Україна»
5 - 10 млн грн	ТзОВ «ОДВ-Електрик»	ПАТ «Іскра»; ТзОВ «Електроконтакт Україна»	-
1 - 5 млн грн	ТзОВ «Електроконтакт Україна»; ТзОВ «Діскавері бурове обладнання (Україна)»; Спільне українсько-німецьке підприємство «Олнова» у формі ТзОВ; ТзОВ «Хеммель – Україна»; ТзОВ «Гульдманн - Україна»; ТзОВ «Сі Еф Ті Україна»	ТзОВ «ОДВ- Електрик»; Спільне українсько-німецьке підприємство «Олнова» у формі ТзОВ; ЗАТ «Завод комунального транспорту»	ТзОВ «ОДВ- Електрик»; ТзОВ «Діскавері бурове обладнання (Україна)»; ТзОВ «Гульдманн - Україна»
500 тис. грн – 1 млн грн	ЗАТ «Завод комунального транспорту»	ТзОВ «Гульдманн - Україна»; ТзОВ «Діскавері бурове обладнання (Україна)»	Спільне українсько-німецьке підприємство «Олнова» у формі ТзОВ; Спільне українсько-німецьке підприємство у формі ТзОВ «Сферос-Електрон»
100 тис. грн - 500 тис. грн	Спільне українсько-німецьке підприємство у формі ТзОВ «Сферос-Електрон»; ТзДВ «Бориславський експериментальний ливарно-механічний завод»; Українсько-німецьке СП у формі ТзОВ «Інтернешнл Каттер Манюфекчерер ГМБХ (ІСМ)»; ЗАТ «Автонавантажувач»	ТзОВ «Хеммель – Україна»; Спільне українсько-німецьке підприємство у формі ТзОВ «Сферос-Електрон»; Українсько-німецьке СП у формі ТзОВ «Інтернешнл Каттер Манюфекчерер ГМБХ (ІСМ)»;	ТзОВ «Хеммель – Україна»
Менше 50 тис. грн	-	-	ТзДВ «Бориславський експериментальний ливарно-механічний завод»

Джерело: складено на основі результатів анкетного дослідження автора

За фінансовими результатами підприємств, в статутному капіталі яких є ПІІ (табл. 2.13), можна ствердити, що на відміну від попередніх років, коли більше

половини підприємств спрацьовувало прибутково, станом на 2013 р. більшість становлять збиткові підприємства.

Таблиця 2.13

Питомі ваги машинобудівних підприємств, в статутний капітал яких залучено ПІІ, в загальній структурі індикаторів стану фінансово-економічної сфери, %

Індикатори		2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Собівартість реалізованої продукції		39,2	26,4	26,3	23,2	34,7	30,4	25,7	49,3
Обсяг реалізованої продукції		47,2	29,5	30,0	25,2	38,1	33,8	44,8	34,7
Основні засоби	первісна вартість	21,5	23,7	25,8	27,5	30,6	34,3	31,6	49,8
	залишкова вартість	34,3	34,3	37,3	37,9	41,6	43,6	43,9	57,0
	амортизація	40,6	39,4	44,1	49,1	48,9	57,3	52,5	78,0
Капітальні інвестиції	у матеріальні активи	н/д*					58,2	69,8	53,6
	у нематеріальні активи						35,5	45,9	53,6
Чистий дохід від реалізації продукції		39,4	27,9	28,3	23,4	35,6	31,1	26,4	45,2
Фін. результат від операційної діяльності	прибуток	36,7	32,7	36,8	19,1	45,6	39,5	42,7	43,6
	збиток	17,1	8,3	10,5	31,9	62,4	9,7	38,5	42,3
Фін. результат від звичайної діяльності до оподаткування	прибуток	34,8	34,4	36,2	15,3	43,0	35,2	36,5	1,1
	збиток	3,6	5,2	9,4	37,4	66,8	8,4	23,6	4,6
Чистий прибуток		37,0	37,3	38,3	10,9	43,3	38,3	32,4	11,5
Чистий збиток		7,9	5,3	9,4	51,8	66,6	8,1	24,7	48,1
<i>Питома вага прибуткових підприємств серед групи м/б підприємств із залученими ПІІ, %</i>		55,6	60	70	54,5	41,7	61,5	66,7	36,4
<i>Питома вага збиткових підприємств серед групи м/б підприємств із залученими ПІІ %</i>		44,4	40	30	45,5	58,3	38,5	33,3	63,6
<i>Питома вага прибуткових підприємств серед усіх м/б підприємств, %</i>		64,6	66,7	68	66,7	62,7	64,6	65	58,9
<i>Питома вага збиткових підприємств серед усіх м/б підприємств, %</i>		35,4	33,3	32	33,3	37,3	35,4	35	41,1

Примітка: складено автором на основі статистичних даних та розрахунків автора. Неможливо відстежити динаміку за період 2006-2013 рр. у зв'язку зі зміною методології проведення статистичного спостереження за капітальними інвестиціями, яка передбачає, що обсяги капітальних інвестицій вже не розподіляються за місцем їх освоєння, а припадають на територію реєстрації юридичної особи.

Підприємства, в статутний капітал яких залучено ПІІ, є найбільш активними учасниками зовнішньоекономічної діяльності серед інших підприємств галузі. На

них припадає ледова частка як експорту, так і імпорту в загальній структурі зовнішньоекономічних операцій машинобудівних підприємств (рис. 2.16).



Рис. 2.16. Обсяги машинобудівних підприємств, в статутний капітал яких залучено ПП, в структурі загальних обсягів експорту та імпорту

За останні роки їх середня частка як в експортних, так і в імпортованих операціях складає 85,8% і 84,2% відповідно. Станом на 2013 р. машинобудівні підприємства, в статутний капітал яких залучено ПП, забезпечили активне торговельне сальдо обсягом 65,6 млн дол. США. За даними ГУСуЛО [32] у структурі експорту продукції машинобудівних підприємств основну частку займають електричні машини та устаткування, серед них – проводи ізольовані, кабелі, електролампи, радари, ізолятори, електроприлади для запалювання або пуску двигунів.

Така зовнішня спрямованість діяльності підприємств пояснюється їх специфікою роботи, а саме спеціалізацією на виробництві комплектуючих та допоміжного обладнання для машинобудівних заводів Європи на основі операцій з давальницькою сировиною. Ця тенденція особливо відстежується, починаючи з 2010 р., коли частка операцій з давальницькою сировиною стала переважаючою в загальній структурі зовнішньоекономічної діяльності і становить 70-80% (Додаток Ф).

Проведені дослідження дозволяють стверджувати, що популярність залучення ПП при подальшому використанні давальницької сировини на машинобудівних підприємствах обумовлюється низкою причин, зокрема: 1) кризовою економічною ситуацією машинобудівних підприємств, за якої вони опинились на межі виживання, і як наслідок – необхідність пошуку альтернативних шляхів підтримки виробничої діяльності підприємств; 2) відсутністю налагоджених мереж постачання

якісної сировини; 3) низьким рівнем попиту на виготовлену продукцію на внутрішньому ринку; 4) відсутністю налагоджених мереж збуту готової продукції; 5) дефіцитом власних оборотних засобів та не вигідними умовами кредитування; 6) наявністю незадіяних ресурсів (технологічне обладнання; кваліфіковані трудові ресурси, що володіють знаннями і навиками роботи зі складними технологічними процесами тощо); 7) логістичним розташуванням території, що дозволяє швидко доставку сировини і комплектуючих до виробничого підрозділу, а готової продукції – до кінцевого споживача.

Найбільшими недоліками співпраці підприємства з іноземним інвестором на основі схем використання давальницької сировини є насамперед висока залежність підприємства від поставок, необхідних для виробництва, а також незацікавленість інвестора в інноваційному розвитку виробництва, яке лише підтримується на рівні, достатньому для забезпечення потрібної якості виготовленої продукції.

Аналізуючи стан інноваційної сфери діяльності машинобудівних підприємств, в статутний капітал яких залучено ПП, слід зазначити, що згідно з [55], підприємства, які працюють виключно на давальницькій сировині, а реалізація усієї їх продукції здійснюється шляхом експорту, не піддаються статистичному обстеженню. Таке методологічне рішення є виправданим, оскільки на базах цих підприємств науково-дослідні розробки не проводяться. Це підтверджується результатами і проведеного нами анкетування керівників машинобудівних підприємств з ПП. Будучи суто виробничими підрозділами, дочірні підприємства використовують надані технології, уже розроблені науково-дослідними центрами їх материнських компаній. Винятком є діяльність ТзОВ «Електроконтакт Україна», в організаційній структурі якого є бюро, що працює над розробкою об'єктів інтелектуальної власності. Що стосується решти машинобудівних підприємств з ПП, обсяги фінансування їх інноваційної діяльності в період 2008-2013 рр. у порівнянні з усіма машинобудівними підприємствами не є стабільно визначеними. Якщо у 2012 р. загальні витрати машинобудівних підприємств, на які залучено ПП, на інноваційну діяльність становили більше половини (55,2%) від обсягу витрат по галузі, то вже у 2013 р. їх частка впала до 3,4% (Додаток Ф). Найбільш активними

підприємствами, які фінансують інноваційну діяльність, є ТзОВ «Сферос-Електрон»; ТзОВ «Діскавері бурове обладнання (Україна)» ТзОВ «Електроконтакт Україна»; ТзДВ «БЕЛМЗ».

Обсяги реалізованої продукції, що є новою для ринку, на машинобудівних підприємствах Львівщини демонструють стрімке падіння на рівні 97,6% у порівнянні з 2008 р. При цьому зменшується і частка машинобудівних підприємств, в статутний капітал яких залучено ПІ. Коли в 2008-2010 рр. їх середня частка становила більше половини (52,6%) від загального обсягу реалізованої продукції машинобудівних підприємств, то за період 2011-2013 рр. цей показник становив лише 16,6% (Додаток Ф). Зважаючи, що частка обсягів реалізації продукції, що є новою для ринку, в загальній структурі реалізованої продукції і так є мінімальною (менше 1% за 2011-2013 рр.), стає очевидно гострою необхідність залучення ПІ, які передбачали б насамперед виробництво продукції з переважаючою інноваційною складовою.

Таким чином, найбільш вагомий внесок машинобудівних підприємств з іноземним капіталом у Львівській області розкривається через соціальну сферу діяльності. 14 підприємств, що становить менше 2% усіх машинобудівних підприємств області, працевлаштовують більше третини усіх штатних працівників (більше 9 тис. осіб у 2013 р.), забезпечуючи їм конкурентну місячну зарплату. На час проведення дослідження найбільш оплачуваною є робота на таких підприємствах, як ТзОВ «Діскавері бурове обладнання (Україна)», ТзОВ «Гульдманн - Україна», ТзОВ «Сферос-Електрон», ТзОВ «ОДВ- Електрик», ТзОВ «Леоні Ваерінг Системс УА ГМБХ» та ТзОВ «Електроконтакт Україна». Витрати підприємств на утримання робочої сили, що не входять до складу фонду оплати праці (витрати на соціальне забезпечення, культурно-побутове обслуговування працівників та їх професійне навчання) становлять приблизно четверть усіх витрат цього типу по машинобудівних підприємствах області. На більшості підприємств розроблені пакети соціальних гарантій.

Проаналізувавши найбільш характерні аспекти сфер діяльності підприємств з ПІ, доцільно перейти до узагальнення оцінки стану залучення ПІ на

машинобудівні підприємства відносно усередненого значення галузевого індикатора у 2013 р. шляхом розрахунку на одного працюючого (табл. 2.14).

Таблиця 2.14

Усереднені значення індикаторів по галузі (тис. грн)

Індикатори сфер діяльності Групи підприємств	Фінансово-економічна			Зовнішньо-економічна	Інноваційна	Соціальна	
	ОРП	КІ	ФР	ХМ	ІннВ	ФОП	РсВ
Усі м/б підприємства	108, 84	8, 40	14,61	2,92	0, 742	3,46	2, 72
М/б підприємства з ПІІ	104, 78	12, 50	-3, 97	7,56	0, 069	3,30	1, 44
М/б з вітчизн. капіталом	111, 12	6, 10	25, 07	0,31	0,042	3,54	3, 44

Джерело: обчислено автором

Примітки: ОРП – обсяг реалізованої продукції; КІ – капітальні інвестиції; ФР – фінансовий результат; ХМ - сальдо зовнішньоекономічних торговельних операцій; ІннВ - обсяг фінансування інноваційної сфери діяльності підприємства; ФОП - фонд оплати праці; РсВ – додаткові витрати на утримання робочої сили.

Порівнюючи усереднені галузеві значення індикаторів по відповідній групі з індикаторами підприємств, що увійшли до вибірки, отримуємо оцінки стану залучення ПІІ на підприємствах, що відображено в табл. 2.15.

Таблиця 2.15

Оцінка стану залучення ПІІ на підприємства

Індикатори сфер діяльності Підприємства	Фінансово-економічна			Зовнішньо-економічна	Інноваційна	Соціальна		Узагальнений результат по підприємству
	ОРП	КІ	ФР	ХМ	ІннВ	ФОП	РсВ	
ТзОВ «Леоні Ваерінг Системс УА ГМБХ»	-	+	+	+	-	+	+	+
ЗАТ «ЗКТ»	-	-	-	-	-	-	-	-
ТзОВ «Діскавері бурове обладнання (Україна)»	+	+	-	+	-	+	-	+
ТзОВ «ОДВ- Електрик»	-	+	+	+	-	+	-	+
ТзОВ «Електроконтакт Україна»	-	+	-	+	-	+	+	+
ЗАТ «Автонавантажувач»	-	-	-	-	-	-	-	-
ПАТ «Іскра»	+	+	+	+	-	-	-	+
СП у формі ТзОВ «Інтернешнл Каттер Манюфекчерер ГМБХ»	-	-	-	-	-	-	-	-
ТзОВ «Кабельверк-Львів»	-	-	-	+	-	-	-	-
ТзОВ «Гульдманн -Україна»	+	+	-	+	-	+	+	+
СП у формі ТзОВ «Сферос-Електрон»	+	-	+	+	+	+	-	+
ТзДВ «БЕЛМЗ»	-	+	-	-	-	-	-	-
СП у формі ТзОВ «Олнова»	+	-	+	+	-	-	+	+
ТзОВ «Хеммель – Україна»	+	-	-	+	-	+	-	-
Результат за індикатором	-	+	-	+	-	+	-	

Джерело: побудовано автором

ОРП – обсяг реалізованої продукції; КІ – капітальні інвестиції; ФР – фінансовий результат; ХМ - сальдо зовнішньоекономічних торговельних операцій; ІннВ - обсяг фінансування інноваційної сфери діяльності підприємства; ФОП - фонд оплати праці; РсВ – додаткові витрати на утримання робочої сили;

«+» - задовільний стан залучення ПІІ на підприємства; «-» - незадовільний стан залучення ПІІ на підприємства

Таким чином, на основі проведених досліджень можна стверджувати, що для ПІІ, які залучені на підприємства машинобудування у Львівській області є характерними наступні ознаки:

- домінування такої форми залучення ПІІ, як купівля пакету акцій акціонерних товариств та участь в статутному фонді товариств з обмеженою відповідальністю (т.зв. М&А) на противагу створенню підприємств «з нуля»;
- спеціалізація на виготовленні комплектуючих та допоміжного обладнання для машинобудівних заводів Європи на основі використання схем з давальницькою сировиною, що забезпечує експортно-орієнтованість підприємницької діяльності;
- відсутність технологічно завершеного виробництва, що підтверджує факт незацікавлення іноземних інвесторів переносити наукоємкі процеси, науково-дослідні центри в тому числі, за межі країни базування, тим самим зберігаючи свої конкурентні переваги на глобальному ринку;
- високий рівень непорядкованості та непрозорості бізнесу, на основі якого планується подальша реалізація інвестиційних проектів за участі ПІІ;
- відсутність попереднього аналізування та планування процесу залучення ПІІ на підприємства, що стає результатом втілення недобросовісних мотивів іноземних інвесторів та відсутності ПІІ зі значною інноваційною складовою;
- приналежність до класу вертикальних ПІІ, основним мотивом здійснення яких є підвищення ефективності діяльності іноземного інвестора шляхом зниження витрат, в основному спрямованих на кваліфіковану робочу силу (на відміну від горизонтальних ПІІ, які спрямовані перш за все на захоплення частки внутрішнього ринку і є для іноземного інвестора експортнозаміщувачими);
- поширеність споживчих та виробничо-технологічних ПІІ за характером використання залученого капіталу;
- поширеність посередніх ПІІ за результатом залученого капіталу на підприємство, які демонструють загальні показники господарської діяльності на рівні середніх значень машинобудівних підприємств з вітчизняним капіталом;

- вагома роль у вирішенні питань суспільного характеру шляхом працевлаштування населення, сплати податків, активізації ділової активності регіону та його залучення до світової мережі торговельних, капітальних та комунікаційних потоків.

Висновки до другого розділу

1. Незважаючи на зменшення світових обсягів, кількість суб'єктів, що прагнуть їх залучити, стабільно зростає. Останніми тенденціями на міжнародному ринку ПІІ є: зміна лідерських позицій у обсягах ПІІ за походженням інвесторів; зміна фокусу об'єктів інвестування з природних ресурсів та виробництва на спектр послуг; залучення до процесів прямого іноземного інвестування малих та середніх підприємств, особливо високотехнологічних; збільшення обсягів договірних форм ПІІ.

2. Поширеною світовою практикою залучення ПІІ на підприємства стала діяльність державних/напівдержавних агентств, що є першим офіційним контактним центром між іноземними інвесторами та внутрішніми інвестиційними можливостями. Вони виконують посередницьку функцію в налагодженні співпраці між зацікавленими сторонами. До головних завдань АЗІ належать: таргетування та маркетингова діяльність у сфері залучення ПІІ; сприяння інвесторам та надання інвестиційних послуг; пост-інвестиційний супровід; кооперація з іншими суб'єктами системи залучення ПІІ.

3. Найбільші обсяги надходжень ПІІ у постсоціалістичні країни забезпечив механізм приватизації за участі іноземних інвесторів, що гарантував подальшу реструктуризацію місцевих підприємств за виробничим, організаційним, кадровим, інформаційним, ринковим напрямками. Головними цілями підприємств ЦСЄ, які залучали ПІІ через приватизацію, були: забезпечення розвитку підприємства в довготривалому періоді; отримання доступу до нових джерел фінансування; отримання нових технологій; отримання нових управлінських та маркетингових навиків; отримання доступу на іноземні ринки; запобігання банкрутства підприємства.

5. Стан залучення ПІІ на підприємства – це зріз ситуації, в якій перебувають підприємства, в статутному капіталі яких є частка прямого іноземного інвестора, а також можливості підприємств, які потенційно можуть залучати ПІІ, що обумовлюється специфічними характеристиками зовнішніх обставин.

6. Додатково виокремлено групи факторів впливу на систему залучення ПІІ на підприємства за такими ознаками, як результат впливу на стан залучення ПІІ (функціональні; дисфункціональні; нейтральні), а також за можливістю впливу на стан залучення ПІІ зі сторони суб'єктів залучення (керовані, некеровані фактори).

7. Аналізування стану залучення ПІІ на підприємства запропоновано здійснювати як визначену послідовність, що передбачає аналізування загальних тенденцій залучення ПІІ на світовому та регіональному ринку; визначення основних характеристик бізнес-клімату та тенденцій залучення ПІІ у середовищі, в якому суб'єкт залучення ПІІ функціонує; аналізування основних напрямків діяльності підприємств, на які ПІІ залучено, на основі чого будується оцінка стану залучення ПІІ на підприємства відносно усередненого значення по галузі функціонування суб'єкта залучення ПІІ.

8. ПІІ на більшості машинобудівних підприємствах Львівської області є вертикальними, основним мотивом здійснення яких є підвищення ефективності діяльності іноземного інвестора шляхом зниження витрат, в основному спрямованих на кваліфіковану робочу силу. Також вони є експортно-орієнтованими, що забезпечується в основному через реалізацію схем використання давальницької сировини. Однак, за усередненими показниками результативність діяльності підприємств із залученими ПІІ в інноваційній сфері є на рівні підприємств з вітчизняним капіталом.

Основні результати розділу опубліковані у наукових працях автора [10; 11; 15; 153].

РОЗДІЛ 3

ФУНКЦІОНАЛЬНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ ЗАЛУЧЕННЯ ПРЯМИХ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ НА ПІДПРИЄМСТВА

3.1. Організаційний напрям розвитку системи залучення прямих іноземних інвестицій на підприємства

Проаналізувавши стан залучення ПІІ на машинобудівні підприємства Львівської області шляхом опитування представників консалтингової сфери, керівників підприємств, а також на основі результатів діяльності підприємств з ПІІ, є підстави констатувати факт відсутності на досліджуваних підприємствах попередньої системної діяльності, націленої на залучення ПІІ.

Такій діяльності був притаманний або хаотичний, або ж більше реактивний характер як відповідь на інвестиційну ініціативу самих іноземних інвесторів. Як наслідок, більшість іноземних інвесторів, які здійснили ПІІ на досліджувані машинобудівні підприємства, є стратегічними, що передбачає володіння іноземним інвестором контрольної частки власності. Відсутні ПІІ від інституційних інвесторів (венчурних компаній, фондів прямих інвестицій), які, як показує практика, фінансують інвестиційні проекти, що характеризуються інноваційною складовою та взмозі забезпечити гарантовану дохідність. Оскільки в більшості випадків ініціатива першочергово виступала від іноземних інвесторів, питання розвитку підприємства, на яке ПІІ спрямовувались, розглядалося лише в контексті розвитку материнської компанії.

Окрім цього, результати вивчення літературних джерел, емпіричних досліджень і практичних матеріалів з проблематики прямого іноземного інвестування, а також анкетного опитування дають змогу узагальнити основні характеристики діяльності, спрямованої на залучення ПІІ на підприємство:

1. Залучення ПІІ на підприємство передбачає налагодження двосторонньої взаємодії, де стороною А є підприємець, а стороною Б – іноземний інвестор. Як підприємець, який шукає для свого підприємства шляхи додаткового зовнішнього інвестування, так і інвестор, який володіє необхідними ресурсами і бажає їх

інвестувати, вступають у процес пошуку найбільш вдалих варіантів для реалізації своїх планів.

2. Між сторонами існує розрив. Сторони інвестиційного процесу, що передбачає залучення ПІІ на підприємство, не є знайомими між собою на початкових етапах і не володіють точною і повною інформацією про можливості партнерства один з одним.

3. З обох сторін налагодження взаємодії є ресурсозатратним. Участь у пошуку та прийнятті рішень потребує значних ресурсів. Окрім вкладення матеріальних ресурсів, він вимагає також часу, креативності, управлінського досвіду.

4. Обидві сторони зацікавлені у виборі найкращих варіантів. Зважаючи на обмежені ресурси, сторони, як правило, зупиняються на оптимальному варіанті, що забезпечує реалізацію визначеної стратегії розвитку підприємства.

5. Пошук найбільш вдалих варіантів відбувається на основі доступної інформації. Кількість і якість доступної інформації залежать від затрачених ресурсів на її збирання, розповсюдження та донесення до цільової аудиторії як зі сторони підприємця, так і зі сторони інвестора. Можливість отримання достовірної та повної інформації щодо реального економічного стану підприємства безпосередньо впливає на вибір іноземного інвестора стосовно об'єкта інвестування активів. Інформаційні переваги сторін у процесі залучення ПІІ є фундаментальними. Навіть незначні інформаційні неточності можуть мати істотний вплив на поведінку економічних суб'єктів.

У відносинах «потенційний інвестор – потенційний реципієнт інвестицій» спостерігається проблема асиметрії інформації, яка виражається в тому, що реципієнт інвестування завжди володіє повною, достовірною інформацією про стан підприємства, в яке інвестор планує здійснювати ПІІ, на відміну від самого інвестора. В той самий час завжди існує ризик зі сторони підприємця зіштовхнутись з розходженням «задекларованих» і справжніх цілей інвестування (ризик недружнього поглинання) [94]. За наявності асиметрії інформації як для інвесторів, так і для підприємств, зацікавлених в залученні додаткового капіталу у формі ПІІ, постають непрості завдання. В умовах невизначеності інвестор намагається з якнайменшими втратами визначити напрямок, об'єкт та результативність

інвестованих коштів, а потенційний реципієнт таких інвестицій прагне переконати інвестора в своїй інвестиційній привабливості. З цією метою зацікавлена сторона продукує інформаційні сигнали, які повідомляють інвестора про можливості та готовність до співпраці. Інвестор в свою чергу оцінює їх повноту та якість. Завдяки таким інформаційним сигналам відбувається вирівнювання інформаційної асиметрії.

Проведені дослідження [14] дозволяють стверджувати, що до інформаційних сигналів належать аналітичні звіти про інвестиційну привабливість країни, які проводяться міжнародними організаціями; точки зору експертів, консультантів, фінансових посередників щодо інвестиційної привабливості та спроможності підприємства; публікації фінансових звітів підприємств; проведення та участь у інвестиційних форумах, виставках, конференціях. Основними каналами розповсюдження інформації сьогодні є Інтернет, друковані ЗМІ, місцеві та іноземні спеціалізовані друковані видання, радіо та телебачення. Для проведення аналізу враховуються також статистичні дані державних органів, звіти підприємств, а також деталізована інформація про діяльність підприємства. Не менш важливу роль відіграють і різноманітні рейтинги впливових міжнародних інституцій стосовно інвестиційної привабливості, легкості ведення бізнесу, конкурентоспроможності, кредитоспроможності та інші. Асиметрія інформації, яка є ендегенною характеристикою міжнародного інвестування, повинна бути чітко прослідкована з метою її можливого усунення для потенційних інвесторів. Таким чином, процес залучення ПІІ на підприємство є значною мірою процесом пошуку інформації, її опрацювання і подальшою комунікацією сторін задля досягнення результату.

6. Процес пошуку та залучення ПІІ може здійснюватись сторонами самостійно, силами працівників, або ж шляхом залучення третьої сторони (сторона В) – посередників. Як вже було зазначено, залучення ПІІ є двостороннім процесом, де є сторона, що залучає ПІІ та сторона, що ПІІ здійснює, формуючи разом загальний процес прямого іноземного інвестування. Однак, важливо пам'ятати, що ні потенційні інвестори, ні підприємці відкрито не афішують своїх намірів щодо здійснення чи залучення ПІІ. Визначальну роль у пошуку іноземного інвестора відіграють особисті контакти. За обставин відсутності налагоджених особистих

контактів, в пригоді можуть стати посередники, від яких насамперед вимагається професійність та надійність. Посередником може виступати інвестиційний консультант – представник консалтингової компанії, інвестиційного банку, який має необхідні знання і практичний досвід в сфері залучення зовнішніх інвестицій. Завданням професійних посередників є знайомство потенційного інвестора з підприємством, що передбачає презентацію документів, які переконали б інвестора запропонувати за частку власності капіталу достатню суму коштів.

Активність в управлінні процесом належить тій стороні, що є його ініціатором. У даному дослідженні розглядається лише випадок, коли ініціатором виступає саме підприємство, що прагне залучити ПІІ. Однак, загалом можна виокремити чотири шляхи взаємодії учасників прямого іноземного інвестування (рис. 3.1): 1) іноземний інвестор самостійно шукає інвестиційні можливості для здійснення ПІІ; 2) підприємство самостійно шукає іноземного інвестора з метою залучити його ресурси у вигляді ПІІ; 3) іноземний інвестор звертається до посередників за відповідними послугами пошуку та налагодження бізнес-контактів; 4) підприємство звертається до посередників з метою пошуку іноземного інвестора.

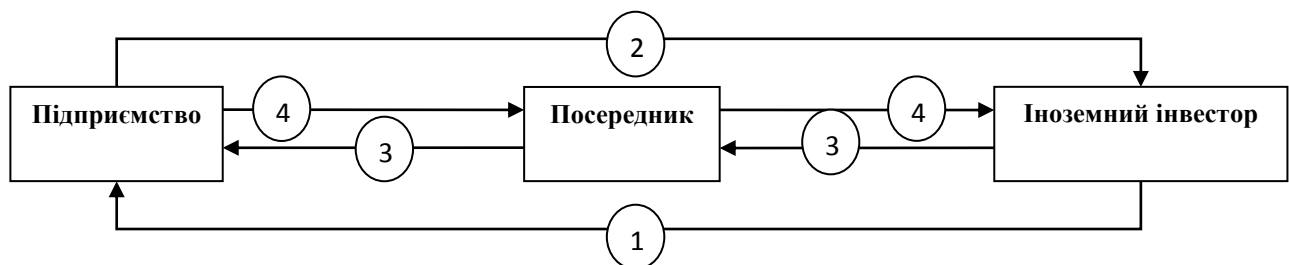


Рис.3.1. Шляхи взаємодії учасників прямого іноземного інвестування

Джерело: узагальнено автором

Самостійний пошук сторони здійснюють у випадках, коли: а) наявні достатні ресурси (матеріальні активи, знання) для знаходження бізнес-партнера; б) неможливо профінансувати послуги із залучення третьої сторони; в) бажають обмежити доступну інформацію через специфічність інвестицій.

Перевагою залучення послуг третьої сторони щодо пошуку потенційних бізнес-партнерів є підвищення ефективності процесу через їх вузьку спеціалізацію в конкретному виді діяльності, володіння більшим обсягом професійної інформації, а

також економію часу в порівнянні з самостійним пошуком. Основним недоліком є те, що така можливість стає додатковою статтею витрат.

Таким чином, способи пошуку залежать від характеристик інвестиційного проекту та обсягів необхідного капіталу, а також наявних ресурсів для його реалізації. Велике значення відіграє і розмір підприємства [148]. Так, великі підприємства у порівнянні з невеликими підприємствами та приватними інвесторами однозначно мають більше можливостей в одержанні необхідної інформації.

7. Сукупність сторін інвестиційного процесу, що передбачає залучення ПІІ на підприємство, утворюють ринок ПІІ, який є хаотичним та висококонкурентним, особливо на міжнародній арені. Функціонуючи в умовах динамічності, невизначеності зовнішнього середовища та високої конкуренції як на національному, так і глобальному ринку, а також зважаючи на сучасний стан глобалізації, на національному ринку присутні також такі великі міжнародні гравці, як транснаціональні корпорації. Тим самим вони створюють додаткову конкуренцію локальним гравцям. Беручи до уваги унікальність кожної сторони та наявність у їх арсеналі різних ресурсів та особистих інтересів, а також численність каналів взаємозв'язків, їх взаємодія є достатньо складною.

8. Взаємозв'язки сторін інвестиційного процесу, що передбачає залучення ПІІ на підприємство, реалізуються у вигляді управлінських рішень, а також фінансових, матеріальних та інформаційних потоків. Дії сторін, незалежні один від одного чи скоординовані, формують бізнес-середовище процесу залучення ПІІ. Від якості їх взаємодій безпосередньо залежить результат процесу залучення ПІІ на підприємство. Беззаперечно, в основі успішності залучення ПІІ є комунікація – процес обміну інформацією між сторонами.

9. З метою забезпечення результативності сторонами інвестиційного процесу доцільно розробляти відповідну систему, що є самонавчаючою. На основі попередніх досвідів та опрацьованої інформації такі системи (в нашому випадку система залучення ПІІ на підприємство) мають здатність до її засвоєння та зміни своєї поведінки відповідно до набутих знань.

Таким чином, можемо зазначити, що підприємству, яке має за мету реалізувати інвестиційний проект за допомогою залучених ПІІ, слід проводити проактивну системну діяльність, яка дозволила б перш за все залучити до співпраці найбільш підходящого іноземного інвестора та досягти визначених цілей.

Водночас слід пам'ятати, що ПІІ в свою чергу самі по собі є стратегічним інвестиційним проектом як для сторони, що ПІІ залучає, так і для іноземного інвестора, який їх здійснює. Найбільш ефективно інвестиційний проект може бути реалізованим саме через його розгляд як системи з виокремленням компонентів задля мобілізації матеріальних, фінансових, трудових, інформаційних, технологічних ресурсів, що необхідні для їх належного функціонування та виявлення способів взаємодії з метою досягнення визначеної цілі. В сфері залучення ПІІ на підприємства такий погляд на управління інвестиційними проектами є необхідним, однак недостатнім кроком, оскільки не враховує цілісності феномену ПІІ та висвітлює лише фрагментарні аспекти цього складного процесу.

Задля ефективного управління інвестиційним проектом, що передбачає формування системи залучення ПІІ на підприємство, залучення ПІІ пропонується розглядати на засадах процесно-структурованого менеджменту, який є сукупністю «процесного, системного, ситуаційного, динамічного та функціонального підходів і ґрунтується на концепції, відповідно до якої менеджмент розглядається як процес, що є послідовністю певних завершених етапів, кожен з яких має свою структуру, що разом забезпечують здійснення управлінського впливу керуючої системи на керовану з метою досягнення цілей організації у певних умовах функціонування» [74]. Проведені дослідження дозволяють стверджувати, що такий крок є передумовою успішного результату залучення ПІІ на підприємство, оскільки характеризується комплексністю виявлення взаємозв'язків та взаємодій між елементами системи залучення ПІІ на підприємство, високим рівнем структурованості, врахуванням функціональних позицій управління (планування, організування, мотивування, контролювання та регулювання), певною послідовністю завершених етапів, результатом яких є реалізація управлінських рішень в умовах динамічних змін зовнішнього середовища.

Система залучення ПІІ на підприємство втілює організаційну сторону реалізації інвестиційних проектів, що спрямована на налагодження співпраці між іноземним інвестором та вітчизняним підприємством у формі ПІІ, результатом чого повинна стати прибуткова підприємницька діяльність як наслідок залучених ПІІ. Структурно вона є підсистемою загальної системи управління підприємством, зокрема управління інвестиційною діяльністю. Зважаючи на специфічні особливості ПІІ, при залученні ПІІ на підприємство широко застосовується проектна організаційна структура управління.

Узагальнення матеріалів досліджених підприємств, в статутний капітал яких залучено ПІІ, а також напрацювання науковців, що займаються проблемами прямого іноземного інвестування дозволили дійти висновку, що формування системи залучення ПІІ на підприємстві слід розглядати як визначену послідовність. На рис. 3.2 схематично наведена побудова системи залучення ПІІ на підприємство.

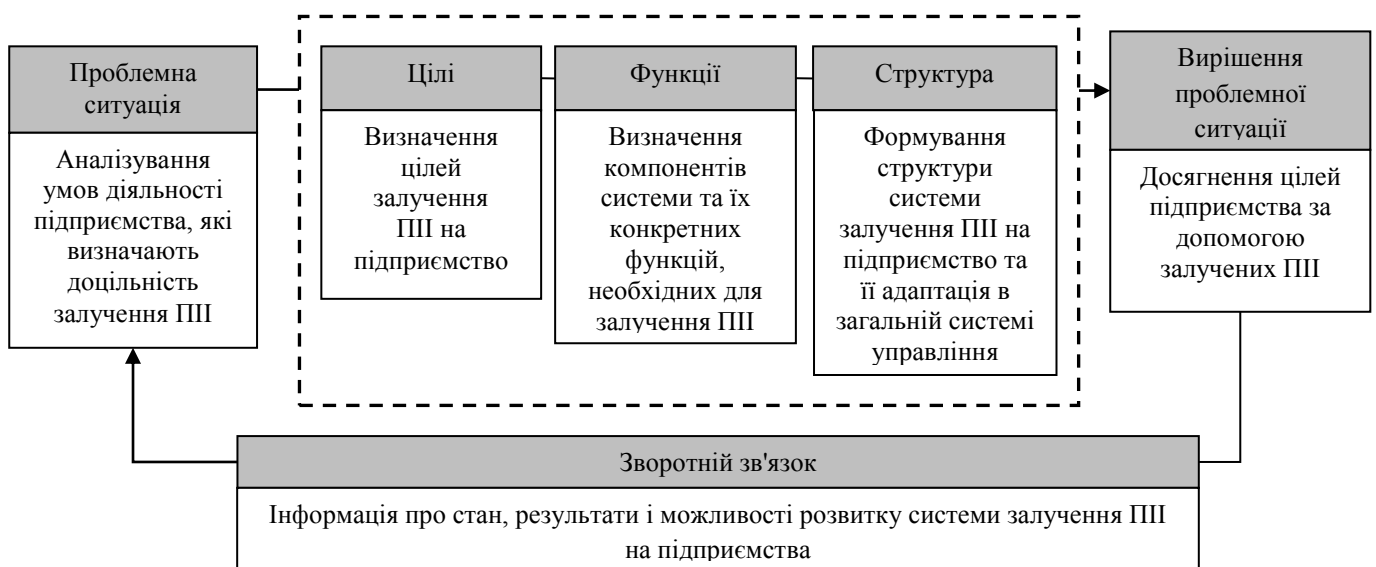


Рис. 3.2. Побудова системи залучення ПІІ на підприємства

Джерело: розроблено автором

Побудова системи залучення ПІІ на підприємства передбачає проходження таких етапів, як:

1) аналізування умов діяльності підприємства, які визначають доцільність залучення саме ПІІ серед доступних можливостей зовнішнього фінансування зокрема та усіх інших шляхів залучення інвестицій загалом (зміна структури власного капіталу, залучення коштів внутрішніх фінансових установ, емісія акцій тощо) задля

реалізації конкретного інвестиційного проекту. Така проблемна ситуація спричинена наявністю на підприємстві бізнес-ідеї за обмежених ресурсів, доступних для її реалізації або ж загальних критичних умов діяльності підприємства на межі його виживання;

2) постановку цілі, на досягнення якої спрямоване функціонування системи залучення ПІІ на підприємство. На кожному етапі життєвого циклу перед підприємством постає необхідність фінансування свого розвитку. Ціль, що надає системі залучення ПІІ на підприємство змісту, обумовлюється низкою взаємоузгоджених вимог між підприємством та іноземним інвестором щодо подальшого розвитку підприємства;

3) визначення функцій компонентів системи, які забезпечують досягнення цілі за посередництва ПІІ;

4) формування структури системи залучення ПІІ на підприємство та її адаптація в загальній системі управління підприємством, що забезпечує виконання визначених функцій елементів системи з метою досягнення поставленої цілі.

Будь-яка система будується на певних принципах, послідовне та чітке дотримання яких забезпечує їй адекватне функціонування і ефективну взаємодію між її компонентами. Розкриття принципів залучення ПІІ в науковій літературі і періодичних виданнях зустрічається значно рідше, ніж розглянуті раніше спроби різних авторів вибудувати теорії здійснення ПІІ чи класифікацій ПІІ в чітку наукову структуру. Проведені дослідження стану залучення ПІІ на підприємствах дозволяють стверджувати, що залучення ПІІ необхідно вибудовувати з самого початку на основоположних правилах з метою забезпечення їх позитивного впливу. Тому пропонуємо поділяти принципи системи залучення ПІІ на підприємство на дві категорії: 1) принципи формування системи залучення ПІІ на підприємство; 2) принципи функціонування системи залучення ПІІ на підприємство;

До першої категорії принципів формування системи залучення ПІІ на підприємство ми відносимо:

- принцип відповідності загальним закономірностям побудови систем (принципи цілеспрямованості, комплексності, ієрархічності, цілісності);

- принцип адаптивності зовнішньому середовищу, що вимагає від системи залучення ПІІ на підприємство здатність пристосовуватись до невизначено змінних умов зовнішнього середовища при незмінності цілі.

Принципи функціонування системи залучення ПІІ на підприємство пропонується поділяти на загальні, що поширюються на більшість економічних процесів та явищ, та специфічні, які розробляються цільово під конкретну ситуацію, що склалась в умовах розвитку підприємства та вимагає відповідного реагування на неї. До загальних принципів функціонування системи залучення ПІІ на підприємство належать такі:

- принцип динамічності, що передбачає здатність системи змінювати свій стан, забезпечуючи її розвиток;
- принцип системності, що вимагає врахування усіх загальних та специфічних особливостей компонентів системи та взаємозв'язків між ними задля досягнення поставленої цілі;
- принцип відкритості, що передбачає взаємодію та відповідну реакцію компонентів системи зі змінними факторами зовнішнім середовищем, забезпечуючи досягнення цілі.

Під специфічними принципами функціонування системи залучення ПІІ на підприємство розуміємо основні критерії, якими повинні керуватися суб'єкти у процесі залучення ПІІ на підприємства. До них ми відносимо:

- принцип доцільності залучення ПІІ, що передбачає відповідність стратегії розвитку підприємства, за якої залучення ПІІ є єдиноправильним та раціональним рішенням;
- принцип розвитку підприємства, який націлений на якісні структурні зміни соціально-економічного стану підприємства як наслідок залучення ПІІ;
- принцип конкурентостійкості, що вимагає від суб'єктів залучення ПІІ забезпечувати конкурентні позиції підприємства, на яке ПІІ залучаються, за умов мінливого зовнішнього середовища;
- принцип професіоналізму, який вимагає від сторони, що ПІІ залучає, володіння необхідними навиками роботи з прямими іноземними інвесторами, особливо у сфері

комунікації, незважаючи навіть на непостійний характер процесу, що є об'єктом управління;

- принцип оперативності, що передбачає швидке виконання тих чи інших завдань, необхідних при залученні ПІІ на підприємства;
- принцип інтегрування, який передбачає поєднання та врахування різних підходів до залучення прямих іноземних інвесторів до співпраці (підхід процесійно-структурованого менеджменту, маркетинговий, поведінковий підходи тощо);
- принцип взаємоузгодженості та скоординованості дій на різних рівнях управління при залученні ПІІ на підприємство;
- принципи маркетингу, зокрема маркетингу відносин. Зважаючи на довготривалі відносини між інвестором та підприємцем, необхідним є забезпечення принципів комунікативності, довіри, взаємної вигоди, спільної зацікавленості у відносинах, цінності і її усвідомлення на кожному ступені корпоративної ієрархії та активної діяльності, спрямованої на розвиток співпраці, протяжності у часі, кореляції цілей, наявності засобів та можливостей обох сторін процесу залучення ПІІ на підприємство.

Структура системи залучення ПІІ на підприємство, яка відображає побудову «стійких зв'язків між компонентами системи, що забезпечують цілісність системи і тотожність самій собі» [115, с. 109], наведена на рис. 3.3. Слід зазначити, що зв'язки між компонентами відіграють важливу роль, оскільки виступають інтегруючою ланкою в системі, яка характеризує як будову (статичу), так і функціонування (динаміку) системи [97, с. 12].

Як засвідчує рис. 3.3, ключовим компонентом системи залучення ПІІ на підприємство є суб'єкти прямого іноземного інвестування. Саме вони мають можливість впливу на об'єкт залучення – ПІІ. Обсяги та якісні характеристики ПІІ визначаються конкретним інвестиційним проектом, реалізація якого стала причиною необхідності залучення ПІІ. В свою чергу характеристики інвестиційного проекту зумовлюють той, чи інший вибір форми ПІІ, що найбільше підходить для здійснення/залучення ПІІ на підприємство. Від взаємодії суб'єктів прямого іноземного інвестування безпосередньо залежить результат системи на виході.

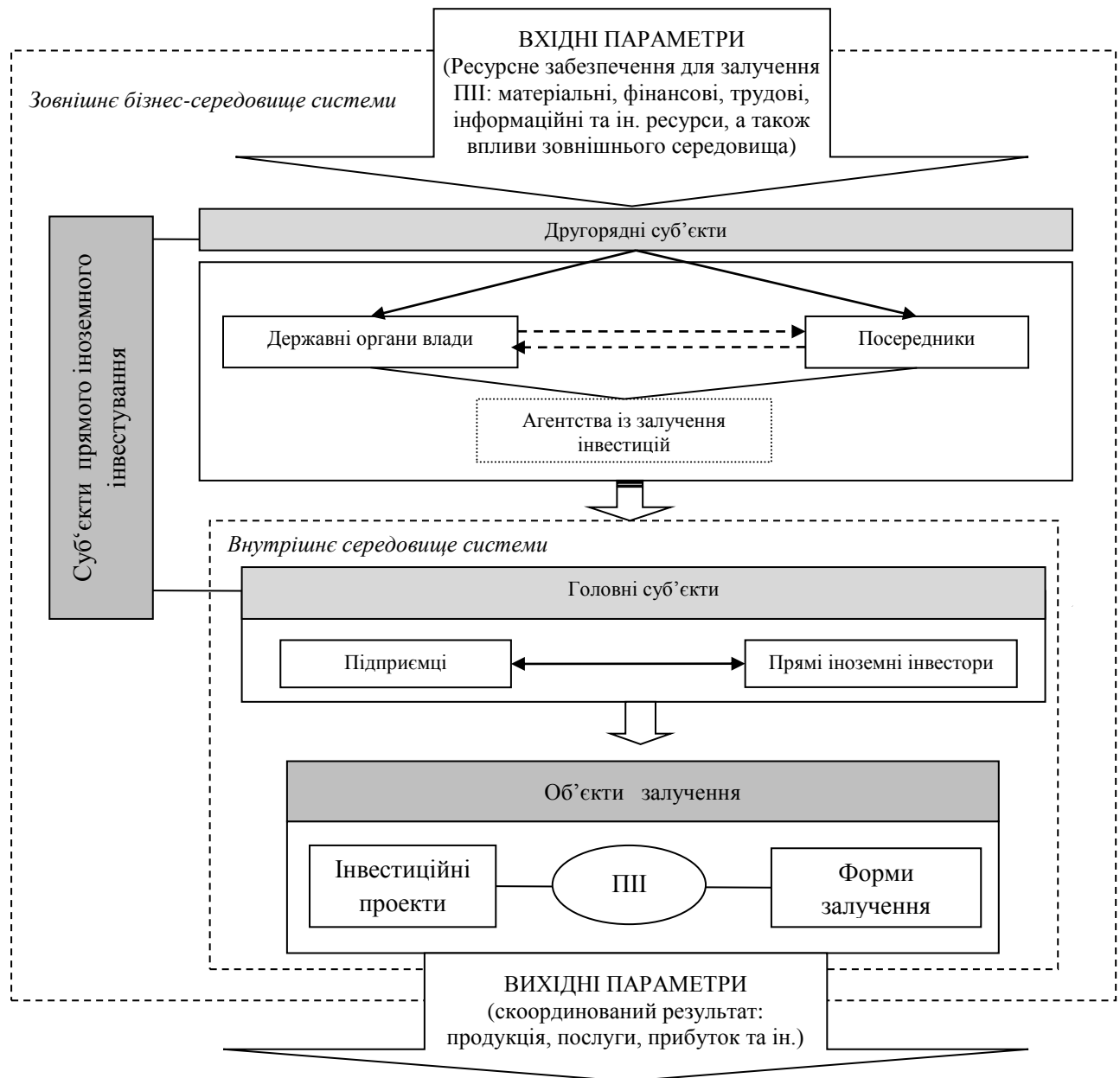


Рис. 3.3. Структура системи залучення ПІІ на підприємство

Джерело: розроблено автором

Проаналізувавши поняття «розвиток» як у спектрі економічної, так і філософської категорії (Додаток Б), можна виокремити його три самобутні властивості, а саме: закономірність змін, що проявляють лише позитивний характер і відмежовує розвиток від випадкових процесів катастрофічного типу; незворотність, що забезпечує процеси подальшого функціонування та спрямованість, що задає напрям змін задля досягнення поставленої цілі. Що стосується поняття «розвиток системи», то серед вчених не спостерігається єдності поглядів (див. Додаток Б). Залежно від акценту, що, на їх думку, є найважливішим

при його характеристиці, встановлено такі основні підходи до трактування поняття «розвиток системи»:

- 1 – як процесу, що розгортається в часі і передбачає адаптацію системи до зовнішнього середовища при незмінності цілей системи;
- 2 – як зміна стану системи на інший стан, що є якісно кращим, більш доцільним з огляду на досягнення поставленої цілі, тобто відслідковується зв'язок з лише прогресом системи;
- 3 – як необхідні зміни складу, структури, моделей функціонування системи, спрямованих на досягнення цілі.

Поєднавши вищезгадані підходи, під розвитком системи залучення ПІІ на підприємства пропонується розуміти процес послідовних змін стану системи, що розгортається в часі та передбачає адаптацію системи до зовнішнього середовища задля залучення ПІІ на підприємство з метою реалізації цілей підприємства.

Під станом системи залучення ПІІ на підприємство пропонується розуміти набір притаманних їй характеристик у певний момент часу, які реалізуються через виконання необхідних завдань. Здатність системи переходити з одного стану в інший описує її поведінку, що передбачає визначення конкретних закономірностей, які спричиняють цей перехід. Як вже було зазначено, саме в процесі переходу системи залучення ПІІ з одного стану в інший при незмінності цілей проявляється її розвиток.

Результати проведених досліджень з вивчення досвіду підприємств, які залучали ПІІ, а також напрацювання науковців, що займаються проблемами інвестиційної діяльності підприємств, дають можливість запропонувати виокремити такі стани системи залучення ПІІ на підприємство: 1) підготовки системи до залучення ПІІ; 2) готовності системи до залучення ПІІ; 3) залучення системою ПІІ. В основі виокремлення вищезгаданих станів системи залучення ПІІ на підприємства лежить поняття «готовності підприємства до залучення ПІІ», яке було розглянуто в пп. 1.3. Пропонується концептуальна модель розвитку системи залучення ПІІ, що схематично подана на рис. 3.4.

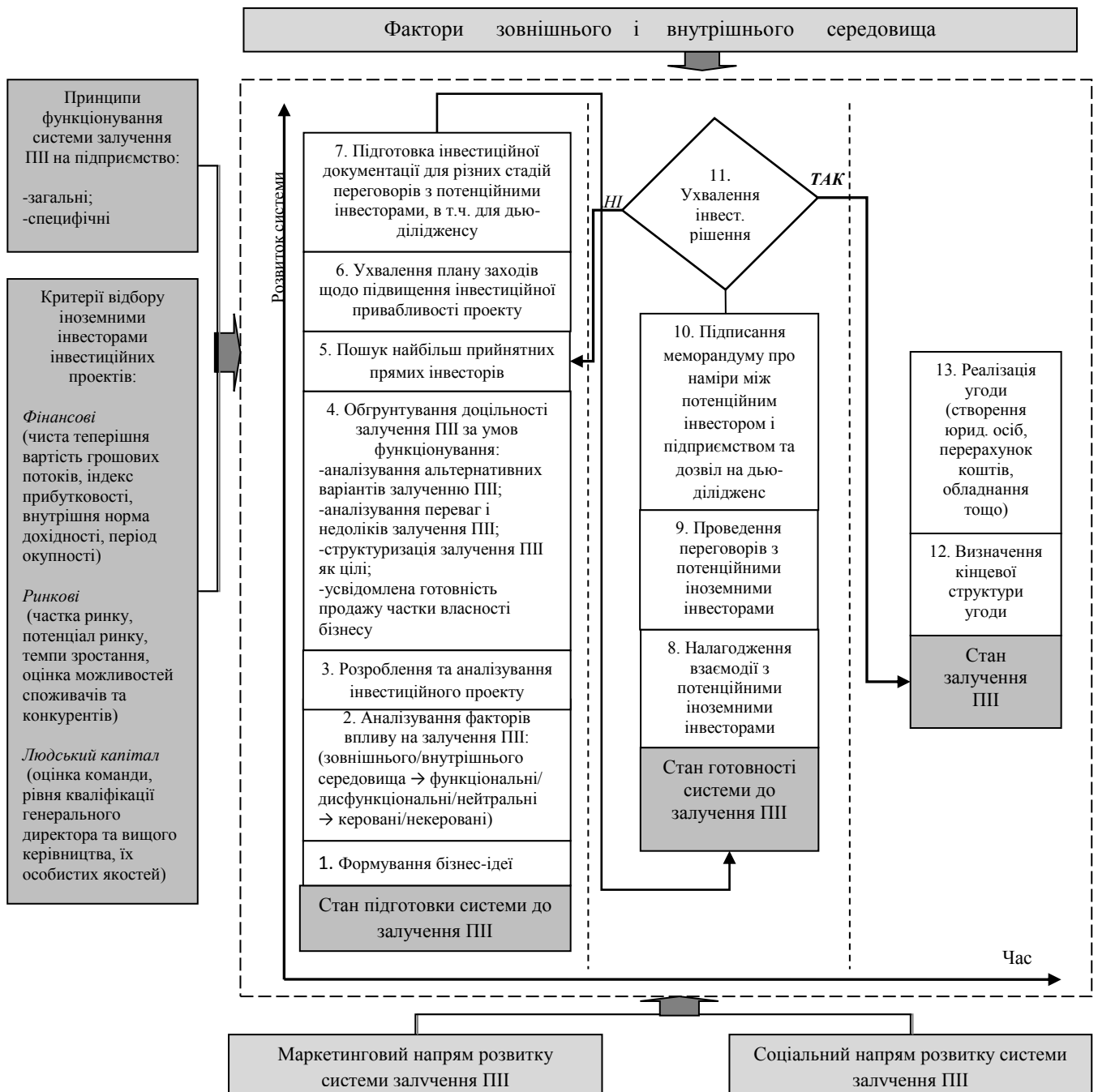


Рис. 3.4. Концептуальна модель розвитку системи залучення ПІІ на підприємство як процес послідовних змін її стану

Джерело: розроблено автором

Запропонована модель передбачає комплекс заходів, спрямованих на досягнення підприємством поставленої цілі, перебіг яких визначається впливом факторів, як зовнішнього, так і внутрішнього середовища. В тому числі сюди належать принципи функціонування системи, а також маркетинговий та соціальний напрями розвитку системи, в рамках яких вибудовується діяльність, що націлена на

донесення інвестиційних пропозицій підприємства потенційним інвесторам та відповідність цих пропозицій критеріям відбору останніх (див. пп. 3.2).

Як вже було зазначено, розвиток системи залучення ПІІ на підприємство передбачає зміну її станів, яка забезпечується проходженням необхідних етапів на шляху досягнення поставленої цілі. Таким чином, система залучення ПІІ може перебувати у стані підготовки, стані готовності та стані безпосереднього залучення ПІІ.

Дослідження практичної діяльності підприємств, що залучені в процесі пошуку додаткового фінансування, стало підставою для висновку, що якість проходження визначених етапів у стані підготовки системи до залучення ПІІ формує базу для результативності усього процесу.

Стан підготовки системи до залучення ПІІ на підприємство вимагає виявити і привести до презентаційного вигляду усі аспекти інвестиційної пропозиції, які стануть основними питаннями обговорення з потенційними прямими іноземними інвесторами у стані готовності системи до залучення ПІІ.

Припускається, що при потребі залучення ПІІ підприємство має в наявності конкурентну бізнес-ідею, реалізація якої потребує забезпечення ресурсами, або ж воно знаходиться на межі виживання і ця бізнес-ідея спрямована на запобігання його банкрутства. Сторона, що шукає фінансування, стикається з необхідністю формування інформаційної бази. Виникає потреба проаналізувати зовнішнє та внутрішнє середовище свого функціонування з метою виокремлення факторів впливу на залучення ПІІ. З метою ефективного управління процесом, що аналізується, пропонується групувати такі фактори на функціональні, дисфункціональні та нейтральні, а також на керовані та некеровані за можливістю впливу зі сторони суб'єкта залучення ПІІ (див. пп. 2.2).

Наступним етапом системи залучення ПІІ на підприємство у стані її підготовки є розроблення та аналізування інвестиційного проекту на предмет здійсності, ризику та дохідності. Далі слідує етап, який є засадничим в процесі залучення ПІІ на підприємство загалом, це обґрунтування його доцільності. Цей етап передбачає виконання наступних завдань: 1) аналізування альтернативних варіантів залученню

ПШ; 2) аналізування переваг і недоліків залучення ПШ; 3) структуризацію залучення ПШ як цілі; 4) усвідомлену готовність продажу частки власності бізнесу (10% - 100%) власниками підприємства, його керівництвом та персоналом іноземному інвестору.

Структуризація залучення ПШ на підприємство як цілі (табл. 3.1) повинна дати відповіді на такі основні питання, як:

- що підприємство пропонує іноземному інвестору, щоб його зацікавити?
- який обсяг ПШ підприємству необхідно залучити?
- які вимоги підприємства до ПШ (вид ПШ, вид інвестора, форма залучення)?
- які канали продаж підприємство буде здійснювати під час пошуку іноземного інвестора?
- скільки часу підприємство взмозі відвести на залучення ПШ?
- що перешкоджає залученню ПШ на підприємство?
- що сприяє залученню ПШ на підприємство?
- яких результатів підприємство планує досягти з допомогою залучених ПШ?

Таблиця 3.1

Структуризація залучення ПШ як цілі

Атрибути цілі	Система обмежень досягнення цілі	Результативність досягнення цілі
1. Предмет залучення Відображає інвестиційну ідею і проект, що буде запропонований іноземному інвестору	1. Некеровані фактори залучення ПШ	Результативність від залучення ПШ на підприємство для сторін процесу: - підприємства; - прямого іноземного інвестора
2. Кількісні характеристики цілі Описує обсяги ПШ, які плануються залучити		
3. Якісні характеристики цілі Розкриває якісні характеристики цілі (вид ПШ, організаційна форма залучення, вид інвестора, ін.)		
4. Координація цілі у просторі Визначає територіальні межі шляхів пошуку іноземних інвесторів	2. Продуктивні сили: - фінансові ресурси; - кадрові ресурси; - техніко-технологічні ресурси	
5. Координація цілі у часі Визначає терміни щодо тривалості, що відводиться на залучення ПШ		

Джерело: адаптовано автором на основі [27]

Результати проведених досліджень дають змогу стверджувати, що зацікавлення прямих іноземних інвесторів викликають підприємства, які є успішними в аналогічній або суміжній галузі їх діяльності, а також відслідковується готовність власників підприємства поділяти контроль над його діяльністю та знаходити

компромiси мiж зацiкавленими сторонами, що реалiзується у формi продажу частки капiталу та змiн команди менеджменту. Потрiбно пiдкреслити важливість такої психологiчної готовності власників подiляти управлiння над пiдприємством, оскiльки у протилежнiй ситуацiї корпоративнi конфлiкти мiж сторонами є неминучi. Саме тому питання готовності бiзнесу до продажу його частки власності або ж 100%-го продажу з усіма наслідками, що передбачаються, є неминучим пiд час залучення ПiI.

Таким чином, обгрунтування доцiльностi залучення ПiI на пiдприємство, врахування усiх переваг та недолiкiв такої можливої стратегiї розвитку пiдприємства є одним iз найважливіших етапiв залучення ПiI на пiдприємство, що в сукупності визначає потенцiал пiдприємства до залучення ПiI. У разi виявлення та засвiдчення такого потенцiалу, слiдує ухвалення управлiнського рiшення щодо пошуку потенцiйних прямих iноземних iнвесторiв та початок роботи над iнвестицiйною привабливістю iнвестицiйного проекту.

Пошук найбільш прийнятних прямих iноземних iнвесторiв пропонується реалiзовувати за допомогою маркетингових iнструментiв, специфіка використання яких розглянута у пп. 3.2.

Як вже було згадано, цiлями стратегiчного прямого iноземного iнвестора є розширення ринку збуту; вихiд на новi ринки збуту; забезпечення повного виробничого циклу; зменшення витрат на виробництво; мiнiмiзацiя ризикiв; отримання преференцiй; усунення дiючих або потенцiйних конкурентiв. Бажання будь-якого iнвестора є зрозумiлими i зводяться до знаходження недооцiнених активiв. Завданням пiдприємства є засвiдчити потенцiал зростання та продемонструвати свою iнвестицiйну привабливість в порiвнянні з iншими доступними об'єктами iнвестування, однак не виявитись при цьому недооцiненою.

На етапi ухвалення плану заходiв щодо пiдвищення iнвестицiйної привабливостi проекту будь-який нюанс, який може збiльшити цiну продажу, повинен бути чiтко iдентифікований, доопрацьований та згодом наочно продемонстрований потенцiйному покупцю – прямому iноземному iнвестору. До переваг, за якi iнвестор готовий заплатити бiльше, вiдносяться унiкальнi технологiї,

ноу-хау та інші нематеріальні активи; сучасне обладнання, виробничі приміщення, територія та інші матеріальні активи; кваліфікований менеджмент та персонал; можливість економії на масштабі, включаючи логістику, дистрибуцію та ін.; малий термін окупності і висока прибутковість проекту; застосування податкових пільг; можливість експорту продукції; дешева сировина та низькі витрати на оплату праці; доступ до нових ринків збуту; впізнавані торгові марки; приналежність до галузі, що демонструє потенціал зростання; посідання значної частки ринку з потенціалом її зростання; наявність дієвих інструментів захисту прав власності, в тому числі інтелектуальної власності, щодо товарів та послуг, що пропонуються ринку; готовність до здійснення операції тощо [131; 240, с. 300]. Водночас, як можна зауважити, більшість вищеперелічених факторів є тим, що підприємство саме планує досягти, розглядаючи варіант залучення ПІІ.

Наступним етапом є підготовка інвестиційної документації для різних стадій переговорів з потенційними інвесторами, в тому числі для подальшого дью-ділідженсу, що проводиться, коли система залучення ПІІ на підприємство перебуває в стані готовності, а контакт з потенційним інвестором вже налагоджений. До стандартного набору документів належать: інвестиційна пропозиція, бізнес-план інвестиційного проекту, стратегічний бізнес-план розвитку підприємства, ТЕО. Слід зазначити, що перелік та формат підготовленої інвестиційної документації коригується вже на етапі переговорів з потенційними інвесторами відповідно до їх вимог. Однак, важливо, що їх якість, переконливість та наочність визначають результативність проведення переговорів. Тому документація потребує ретельної підготовки базового набору та можливості внесення оперативних поправок залежно від специфіки кожного інвестиційного інвестора .

Пройшовши вищеперелічені етапи, система залучення ПІІ на підприємство переходить у стан готовності, що дозволяє налагоджувати комунікацію між сторонами прямого іноземного інвестування. Така комунікація відбувається у формі переговорного процесу, спрямованого на оптимізацію взаємних інтересів.

Важливим кроком є підписання меморандуму (угоди) про наміри сторін прямого іноземного інвестування, що уможлиблює процедуру дью-ділідженсу, без

якої подальші переговори стосовно умов фінансування інвестиційного проекту є малоімовірними.

Процедура дью-ділідженс передбачає ретельне вивчення іноземним інвестором всіх фактів, наданих підприємством у інвестиційній пропозиції, скрупульозне аналізування стану справ у галузі і оцінку команди керівників. Вона спрямована на елімінацію та максимальне зниження існуючих підприємницьких ризиків та деструктивних факторів зовнішнього середовища. Детально особливості застосування процедури дью-ділідженсу в процесі залучення ПІІ на підприємство ми розглянули в праці [5].

За результатами процедури дью-ділідженс слідує ухвалення інвестиційного рішення. У випадку негативного рішення підприємство повертається назад на етап пошуку іноземного інвестора, у випадку позитивного – до роботи активно приступають юристи, які працюють над кінцевою структурою угоди.

Фінальним етапом залучення ПІІ на підприємство є безпосередня реалізація угоди, що передбачає виконання її положень, домовлених між сторонами прямого іноземного інвестування.

3.2. Маркетинговий і соціальний напрями розвитку системи залучення прямих іноземних інвестицій на підприємства

Основою розвитку системи залучення ПІІ є налагоджена діяльність підприємства в таких її напрямках, як виробничо-технологічний, фінансово-економічний, інноваційний, кадровий. Стан забезпечення підприємства за цими напрямками визначає загалом вихідні умови щодо доцільності та здійсності такого стратегічного рішення, як залучення ПІІ на підприємство. Однак, коли говоримо безпосередньо про результативність процесу залучення ПІІ на підприємство, а відтак і про розвиток системи залучення ПІІ на підприємство, то ключовими напрямками такої діяльності є маркетинговий та соціальний. Наявність лише самого конкурентного інвестиційного проекту, підготовленого під залучення ПІІ, є необхідною, однак, не достатньою умовою. Це підтверджується результатами проведеного нами опитування керівників машинобудівних підприємств, на які було

залучено ПІІ, а також фахівців консалтингової сфери, що працюють з іноземними інвесторами.

Зважаючи на ці обставини та вимоги, продиктовані основними характеристиками діяльності, спрямованої на залучення ПІІ на підприємство, є підстави стверджувати, що саме рівень реалізації маркетингового та соціального напрямів діяльності визначатиме розвиток системи залучення ПІІ на підприємство загалом.

Маркетинговий напрям розвитку системи залучення ПІІ на підприємство – це спрямування зусиль та ресурсів підприємства на вивчення ринку капіталу з метою залучити ПІІ задля реалізації підготовленого інвестиційного проекту шляхом створення попиту на нього, знаходження найбільш відповідних прямих іноземних інвесторів та досягнення цілей підприємства через максимальне задоволення потреб прямого іноземного інвестора впродовж терміну реалізації інвестиційного проекту.

Необхідність реалізації маркетингового напрямку розвитку системи залучення ПІІ на підприємства зумовлена такими причинами:

- 1) іноземні інвестори мають можливість вибору інвестиційних можливостей вкладення своїх активів та доступ до багатьох національних ринків, який постійно розширюється та полегшується через цілеспрямовану роботу та стимули з боку державних органів;
- 2) кількість претендентів, які ставлять за мету підвищення економічної ефективності за допомогою іноземного капіталу, постійно збільшується. В умовах загостреної конкуренції перед підприємством, що зацікавлене у залученні іноземного капіталу, постає непросте завдання переконати потенційного інвестора в тому, що його проект є найбільш привабливим та вигідним серед множини можливих, зберігаючи правило співвідношення дохідності та ризику;
- 3) підприємство, яке перебуває у процесі пошуку додаткових джерел фінансування, комунікує з інвесторами так само, як і зі споживачами, переконуючи їх у перевагах свого «товару», і змагається з конкурентами за отримання додаткового капіталу.

У даному дослідженні маркетинговий напрям розвитку системи залучення ПІІ на підприємство відповідає за визначення потенційних іноземних інвесторів, з

допомогою яких підприємство може досягти поставлених цілей, а також за вивчення ринку капіталу (ринку ПІІ) та результативне представлення свого інвестиційного проекту на ньому з метою знаходження можливостей його фінансування.

В свою чергу встановлення, підтримка і розвиток відносин є відповідальністю соціального напрямку, що діє на рівні взаємодій окремих осіб, які представляють обидві сторони (як підприємства, так і інвестора) і мають відношення до залучення ПІІ на підприємство. Активізація діяльності підприємства в рамках соціального напрямку, відбувається в умовах безпосередньої комунікації сторін; там, де діяльність сторони підприємства зіставляється з діяльністю сторони іноземного інвестора. Спрямована вона на налагодження взаємодії між сторонами інвестиційного процесу.

Такий крок має за мету розмежувати діяльність підприємства, пов'язану з позиціонуванням характеристик свого інвестиційного проекту на ринку капіталу по відношенню до пропозицій конкурентів та комунікацією з іноземними інвесторами. Це дозволить згодом визначити, на скільки ефективно проводяться ці види діяльності при залученні ПІІ на підприємство і який з них робить більший внесок до загального результату.

Отже, соціальний напрям розвитку системи залучення ПІІ на підприємство – це насамперед активізація людського капіталу підприємства – команди, функціональним обов'язком якої є безпосереднє залучення ПІІ шляхом налагодження якісної взаємодії з іноземним інвестором на всіх етапах процесу залучення ПІІ та спрямування зусиль на мінімізацію впливу невизначеності на процес прийняття інвестиційного рішення зі сторони іноземного інвестора задля реалізації інвестиційного проекту підприємства за участі ПІІ.

Слід зазначити, що реалізація соціального напрямку стає можливою значною мірою також завдяки інструментам маркетингу відносин, що спрямовуються на побудову довгострокових, конструктивних відносин з цільовим сегментом ринку – на потенційних прямих іноземних інвесторів.

Діяльність підприємства у визначених напрямках розвитку системи залучення ПІІ передбачає виконання низки завдань. Керуючись класичними постулатами

маркетингової теорії, сформованої Ф. Котлером, можна стверджувати, що завданнями маркетингового напрямку розвитку системи залучення ПІІ на підприємства є:

- 1) розроблення маркетингової стратегії залучення ПІІ;
- 2) розроблення тактики залучення ПІІ, що є втіленням стратегії за допомогою тактичних інструментів;

Виконання цих завдань вимагає від підприємства, яке проявило ініціативу залучити ПІІ, тобто завоювати частку ринку ПІІ, скоординованості своїх дій відповідно до послідовності визначених етапів процесу залучення ПІІ, що функціонує в рамках системи залучення ПІІ на підприємства (див. рис. 3.5).

Розроблення маркетингової стратегії залучення ПІІ на підприємство покликане сформулювати перспективний курс розвитку визначеної діяльності через дослідження зовнішнього середовища підприємства і ринку капіталу зокрема. Маркетингова стратегія залучення ПІІ на підприємство повинна розкривати ключові аспекти подальшої діяльності, а саме:

- визначення основних тенденцій на ринку ПІІ;
- визначення факторів, що обмежують та сприяють залученню ПІІ для реалізації конкретного інвестиційного проекту;
- визначення територіальних меж пошуку іноземного інвестора;
- визначення часових рамок, відведених на залучення ПІІ;
- визначення виду іноземного інвестора, який є найбільш підходящим для залучення ПІІ на підприємство з метою реалізації конкретного інвестиційного проекту;
- визначення найбільш прийнятної для підприємства форми залучення ПІІ;
- формування репутації прозорості і відкритості подання інформації для забезпечення партнерських відносин з іноземним інвестором, базованих на довірі.

Маркетингова стратегія передбачає ідентифікування найбільш прийнятної іноземного інвестора. Як засвідчують емпіричні дослідження, з метою оптимізації власних ресурсів у процесі пошуку більш ефективним є зосередження на

конкретному інвесторі, ніж на абстрактному. Це дозволяє підготувати подальшу презентацію своєї інвестиційної пропозиції відповідно до цілей, вимог та критеріїв відбору цього інвестора, апелюючи як до раціонального, так і емоційного сприйняття. Таким чином, ціллю маркетингової стратегії залучення ПІІ на підприємства є визначити та завоювати частку уваги учасників ринку ПІІ, що передбачає використання таких інструментів маркетингу, як методи сегментації, прицілення та позиціонування.

Застосування сегментації полягає у аналізуванні і виокремленні груп інвесторів із потребами, вподобаннями, моделями сприйняття і поведінки, прийнятними для сторони, що залучає ПІІ. Розрізняють два підходи до сегментації: статичний та динамічний. Статичний підхід передбачає виокремлення прямих іноземних інвесторів на групи за географічною та демографічною ознаками, в той час як динамічний підхід поділяє інвесторів за психографічною ознакою (за стилем життя, особистими характеристиками та зацікавленнями), а також поведінковою ознакою (за сприйняттям, можливою реакцією, вподобаннями щодо ринкових умов) [65; с. 139-141]. Слід мати на увазі, що динамічний підхід вимагає від сторони, що залучає ПІІ, чималої інформаційної підготовки для формування необхідної бази даних.

Прицілення передбачає формування списку потенційних прямих іноземних інвесторів в порядку спадання ймовірності позитивної реакції на інвестиційну пропозицію підприємства і відповідне розподілення ресурсів підприємства з метою залучити інвестора. Обираючи цільовий сегмент, підприємству слід опиратись на його можливості зайняти домінуючу позицію внаслідок реалізації своєї конкурентної переваги. Таким чином, результатом прицілення є відбір найбільш перспективних сегментів з подальшим фокусуванням ресурсів підприємства на обраному сегменті чи сегментах.

Позиціонування є наступним інструментом розроблення маркетингової стратегії залучення ПІІ на підприємства, завданням якого є формування позитивного сприйняття об'єкта інвестування в колі цільових інвесторів як найкращої опції для вкладення їхнього капіталу. Слід зазначити, що метою позиціонування є не лише

переконати потенційного інвестора, а викликати довіру до інвестиційної пропозиції підприємства шляхом переконання у компетентності керівників підприємства і дотримання репутації прозорості і відкритості подання інформації. Окрім цього, важливим чинником забезпечення довіри між потенційними партнерами є взаємна зацікавленість сторін в отриманні прибутку від проекту.

Довіра між сторонами інвестиційного процесу за участі ПІІ є додатковим джерелом монетизації таких партнерських відносин, оскільки виступає водночас метою позиціювання, передумовою встановлення партнерських відносин і механізмом їх саморегулювання.

Наступним із основних завдань маркетингового вектору розвитку системи залучення ПІІ на підприємства є розроблення тактики залучення ПІІ, тобто формування механізмів реалізації обраної стратегії. Ціллю тактики залучення ПІІ на підприємство є завоювання частки ринку ПІІ – безпосереднє залучення ПІІ.

Перед підприємством постає ряд таких підзавдань:

- застосування маркетингового інструменту диференціації, що передбачає створення унікальної інвестиційної пропозиції з погляду інвесторів на фоні пропозицій конкурентів шляхом визначення сильних та слабких сторін свого інвестиційного проекту та зосередження на конкурентних перевагах та відмінностях у порівнянні з пропозиціями конкурентів;
- застосування комплексу маркетингу, який реалізується через використання традиційних маркетингових інструментів 4P: продукт (Product), ціна (Price), місце як канали збуту (Place) та просування (Promotion). Комплекс маркетингу спрямований на організацію пошуку та залучення капіталу шляхом поєднання інвестиційної пропозиції, професійного використання каналів і застосування інструментів просування з метою отримання доступу до інвесторів.

У контексті залучення ПІІ на підприємство придатною до застосування є двовимірна модель комплексу маркетингу (рис. 3.5).

Необхідно розуміти зміст кожного з її елементів. «Продуктом», який пропонується іноземному інвестору є частка власності капіталу, що забезпечує його право на участь в управлінні підприємством та вплив на можливості отримання

прибутку. «Ціна» вказує на вартість частки власності капіталу підприємства. Комбінація продукту і ціни формує пропозицію для потенційного інвестора. Однак, наявність однієї інвестиційної пропозиції не є підставою для формування безумовного попиту на неї зі сторони потенційних інвесторів. Цілісність пропозиції забезпечується доступом до інвесторів через «місце» (канали) та «просування».

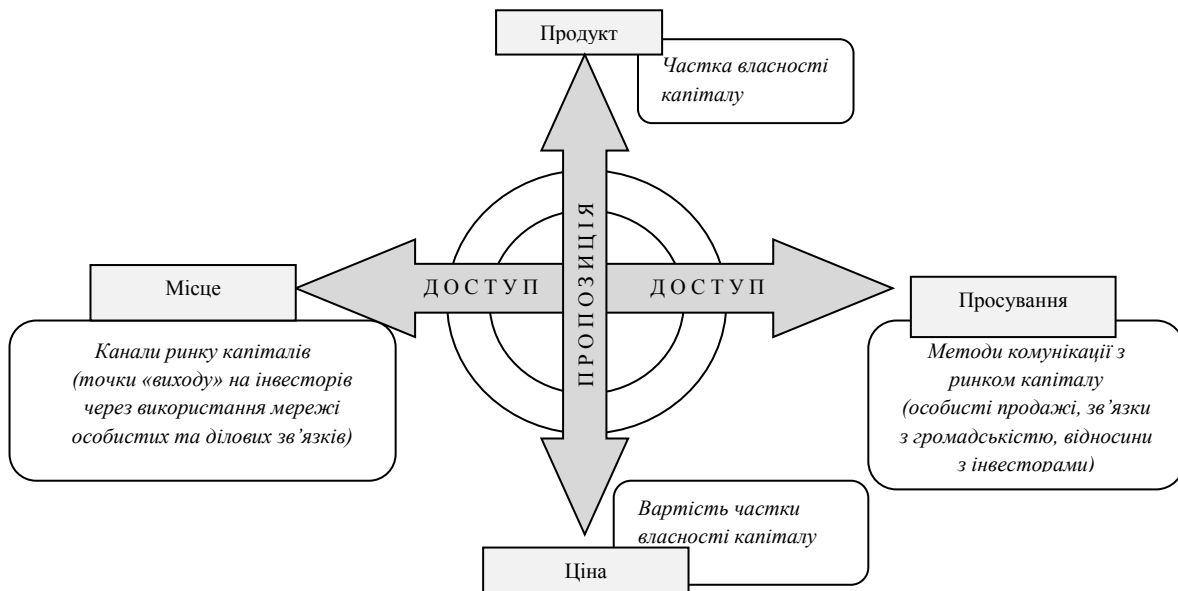


Рис.3.5. Двовимірна модель комплексу маркетингу: пропозиція і доступ в контексті залучення прямих іноземних інвестицій на підприємства

Джерело: побудовано автором на основі [65, с. 157]

Елемент «місце» в моделі маркетингу вказує на необхідність територіального пошуку інвесторів і змушує відповісти на запитання: де і яким чином буде здійснюватись пошук додаткового капіталу. Він передбачає канали, які дозволяють зустрітися двом зацікавленим сторонам процесу залучення ПІІ – підприємству та інвестору. Найбільш ефективними каналами, точками «виходу» вважаються особисті, а також ділові зв'язки, як власні, так і рекомендації партнерів по бізнесу, які вже мають налагоджену спеціалізовану мережу зв'язків. На це спрямовує і модель маркетингових відносин, запропонована Ф. Вебстером [261, с. 7]. Типологію партнерства, що визначається послідовністю «транзакції → транзакції, які повторюються → довготривалі відносини → партнерські відносини «покупець-

продавець» → стратегічні альянси, включаючи і спільні підприємства → організації, які входять до ділових мереж → вертикальна інтеграція», можна розглядати як множину потенційних прямих інвесторів, що формується з кола тих, які функціонують у тій самій чи суміжній сфері діяльності і з якими вже є досвід співпраці, а взаємовідносини встановлюються, починаючи від найпростішої форми - одиничних транзакцій, закінчуючи вертикальною інтеграцією. Наведена послідовність зумовлюється пошуком шляхів підвищення економічної ефективності, переходячи все більшою мірою від ринкового до адміністративного контролю. Однак, модель Ф. Вебстера не враховує умов сьогоденного міжнародного середовища з його глобальною конкуренцією, що змушує підприємства шукати все нових організаційних форм, серед яких вертикальна інтеграція не є кінцевим єдиноможливим варіантом, а також не акцентує уваги на способах залучення інвестицій.

Іншим елементом моделі комплексу маркетингу є «просування», ефективність застосування якого залежить від правильності вибору стороною, що ПІІ залучає, методів комунікації. Завданням методів комунікації є сформувати насамперед відомий і привабливий образ об'єкта інвестування серед цільових інвесторів. Просування виконує функцію інформування про конкурентоздатність підприємства. Заходи з просування включають в себе інформацію для потенційних інвесторів з метою створення привабливого іміджу підприємства як такого, що спроможне забезпечити прибутковість інвестиційного проекту. До основних заходів з просування в сфері залучення ПІІ на підприємства належать: реклама, участь в спеціалізованих виставках та конференціях, проведення презентації для потенційних інвесторів, наявність веб-сайту підприємства з спеціальною закладкою «Для інвестора» з відповідним професійним інформаційним наповненням, що функціонує з перекладом на іноземні мови. В аналізованому контексті варто звернути увагу на те, що важливим моментом є налагодження зв'язків з громадськістю. Вважається, що треті сторони, які є незалежними та переслідують власні інтереси є більш об'єктивними джерелами інформації про підприємство, ніж воно само. На

прийняття інвестиційного рішення безпосередньо впливають результати аналізування потенційним інвестором додаткової інформації, сформованої ЗМІ. Тому грамотні зв'язки з громадськістю лише допомагають завоювати увагу та прихильність потенційних прямих іноземних інвесторів.

Залучаючи ПІІ на підприємство, необхідно розуміти, що на відміну від товарного ринку, де основним мотивом покупця є спожити куплений продукт, на ринку капіталу, де покупцем виступає інвестор, – це отримати прибуток. Оскільки про можливість отримання прибутку потенційний інвестор дізнається лише на основі отриманої інформації, яка йому презентується і/або яку він отримує самостійно, спостерігається підвищена вимогливість до достовірності її подачі, особливо щодо спроможності підприємства цей прибуток забезпечити та репутації підприємства як надійного партнера.

За умови виконання завдань маркетингового напрямку, які полягають в диференціації інвестиційної пропозиції на фоні конкурентів та застосуванні комплексу маркетингу, забезпечити трансформацію інвестора з потенційного в діючого, який здійснив би ПІІ, має на меті соціальний напрям розвитку системи залучення ПІІ на підприємства.

Ціллю соціального напрямку розвитку системи залучення ПІІ на підприємства є налагодження взаємовигідних партнерських відносин з прямим іноземним інвестором. Для цього передбачається виконання таких завдань:

- виявлення та співставлення мотивів іноземного інвестора з мотивами підприємства при залученні ПІІ;
- виявлення та попередження потенційних поведінкових правил, що можуть демонструватись іноземним інвестором при здійсненні ПІІ;
- підготовка інформаційних матеріалів, необхідних для комунікації з іноземним інвестором на всіх етапах процесу залучення ПІІ;
- реалізація концепції маркетингу відносин;
- забезпечення атмосфери позитивного сприйняття стратегії залучення ПІІ всередині колективу працівників.

Задля забезпечення результативності функціонування системи залучення ПІІ на підприємство сторона, що ПІІ залучає, повинна враховувати усі можливі мотиви, обставини та особливості інвестування, які характеризують сторону іноземного інвестора. Зважаючи на це, слід мати на увазі, що залучення ПІІ окрім економічної (раціональної) складової, яка виявляється в аналізуванні та оцінюванні стратегічного, фінансового, операційного напрямків діяльності об'єкта інвестування, аналізуванні факторів залучення, оцінюванні ефективності запланованих ПІІ, аналізу ризику інвестиційних проектів та ін., характеризується також поведінковою складовою процесу (рис. 3.6).

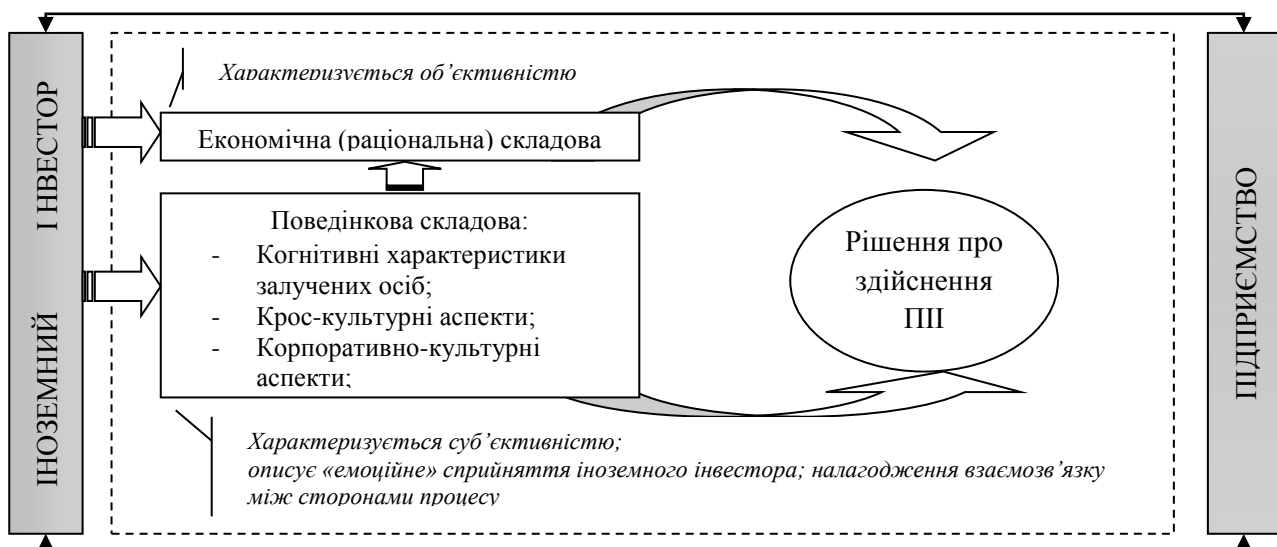


Рис. 3.6. Складові залучення ПІІ на підприємство

Джерело: авторська розробка

Поведінкова складова найбільш виражено проявляє свій вплив через когнітивні характеристики осіб, які мають відношення до процесу залучення ПІІ. Сюди відносимо як менеджерів, які приймають управлінські інвестиційні рішення, так і тих осіб, які прямо чи опосередковано впливають на його результат. Окрім цього, великого значення набувають крос-культурні особливості сторони, що залучає та сторони, що здійснює ПІІ, а також знаходження порозуміння та відповідності щодо корпоративно-культурних аспектів обох сторін.

Як підтверджують практичні матеріали, в умовах невизначеності при ухваленні остаточного інвестиційного рішення щодо об'єкту інвестування іноземний інвестор доповнює раціональну частину процесу прийняття інвестиційного рішення

(опрацювання інформації щодо потенційних інвестиційних проектів з позиції дохідності та ризику) поведінковими компонентами. Додатково реакція іноземного інвестора на інвестиційну пропозицію сторони, що залучає ПІІ, залежить як від зовнішнього середовища, так і від характеристик суб'єкта рішення та його особливостей сприйняття інформації. Характеристики суб'єкта рішень в свою чергу поділяються на два типи: внутрішні (особисті) та зовнішні (джерелом їх виникнення є зовнішнє середовище), що веде до «обмеженої раціональності» [241], за якої витрати, управлінський час та можливості є обмеженими, або до застосування спрощених стратегій у поточних ситуаціях, якими є поведінкові правила.

Такі поведінкові правила, з якими можуть стикатися іноземні інвестори при здійсненні ПІІ на підприємства, узагальнено в таблиці 3.2, матеріал якого представлений у вигляді систематизації, зважаючи на їх джерела впливу щодо виникнення: час, а також зовнішнє і внутрішнє середовище. Запропоноване узагальнення базується на правилах, що підтвердились дослідженнями у сфері поведінкових фінансів та психологічної економіки.

Згідно поведінкового підходу в процесі залучення ПІІ на підприємства, необхідно зважати на когнітивні схильності інвесторів, тобто на їх систематичні тенденції до відхилення від раціональних способів прийняття рішень, а також на рівень невизначеності, що значною мірою визначається станом інформації, яку отримує інвестор, що в свою чергу є основою для прийняття інвестиційного рішення. Важливим є те, що саме цей фактор є частково підконтрольний стороні, яка залучає ПІІ, а значить вона може здійснювати на нього вплив. За таких умов одним із пріоритетних завдань сторони, що залучає ПІІ, є подання іноземному інвестору такої інформації, яка забезпечила б зменшення рівня його невизначеності, попередила б застосування поведінкових правил та продемонструвала б конкурентоспроможність інвестиційної пропозиції. Тому поряд із забезпеченням інвестиційної привабливості своєї інвестиційної пропозиції та її конкурентоспроможності, українським підприємствам слід активно спрямовувати діяльність на її інформаційне поширення та донесення до іноземних інвесторів.

Таблиця 3.2

Систематизація правил поведінки суб'єктів рішень щодо здійснення ПІІ

Типи Час	Внутрішні	Змістова характеристика	Зовнішні	Змістова характеристика
1	2	3	4	5
Минулий	Навчання	Схильність інвесторів робити висновки з попередніх інвестиційних проектів, навчатись на помилках, зокрема через аналізування витрат минулих періодів	Ефект «якоря»: - історичний - культурний	Вплив сторонньої інформації, а саме історичного та культурного контексту, які є взаємопов'язаними та взаємообумовленими на прийняття інвестиційного рішення. Спільні культурні цінності, а також мова порозуміння відіграють значну роль щодо позитивного рішення
	Ретроспективна помилковість; судження «заднім числом»	Тенденція до запізнілих суджень, а також на основі минулих подій сприймати ситуації більш передбачувано, ніж вони є насправді, тобто переоцінювати свою спроможність до прогнозування подій		
	Ментальний облік	Первинне аналізування, що передбачає набір когнітивних операцій суб'єкта рішення з позиції витрат і доходів при здійсненні прямих іноземних інвестицій		
	Помилки гравця: - Ефект беззбитковості; - Ефект «House Money»;	- схильність інвесторів досягнути точку беззбитковості після попереднього збиткового проекту; - схильність інвесторів до ризику після попереднього прибуткового проекту більша;		
Теперішній	Ефект фреймінга	Ситуація, коли результат судження інвесторів залежить від подачі інформації та конкретного формулювання, що виноситься на розгляд	Евристичне правило доступності	Інформація, яку згадати легше, зазвичай здійснює непропорційно більший вплив на формування суджень; окрім цього значення має форма подачі інформації: яскраві, наочні матеріали згадати простіше
	Невідповідність з загальною стратегією	Виникає у випадку не слідування стратегії, що сформована під впливом внутрішніх чинників підприємства чи інвестора	Невідповідність з загальною стратегією	Виникає у випадку не слідування стратегії, що сформована під впливом чинників зовнішнього середовища підприємства
	Евристичне правило репрезентативності	Тенденція інвесторів судити про ймовірність настання події за ступенем, в якому А репрезентативно (типово) для В, або А нагадує В, де А - це подія/вибірка, В – це процес/генеральна сукупність. Правило породжує помилкову віру в «закон» малих чисел: мала вибірка повинна нагадувати генеральну сукупність більшою мірою, ніж це обумовлено законами статистики	Моральні правила	Вплив обмежень у прийнятті інвестиційних рішень, які накладаються релігійними переконаннями та неформальними, однак суспільно визнаними цінностями та прийнятими нормами поведінки (для прикладу: поняття «справедливості»)

1	2	3	4	5
Теперішній	-	-	Ефект «стадного інстинкту»	Слідування поведінці більшості, загальній тенденції. У випадку значного інформаційного потоку у медіа про інвестиційну привабливість конкретного ринку, увага суб'єктів рішень автоматично перемикається на нього з інших потенційних ринків здійснення інвестицій
	-	-	Ефект сигналів	Доступність нещодавніх, сенсаційних, часто згадуваних у медіа подій є зазвичай переоціненими суб'єктами рішень, в той час як події з протилежними характеристиками, які є звичними та відповідають нормальному стану речей недооцінюються щодо їх важливості та релевантності на прийняття інвестиційного рішення
Майбутній	Надмірна впевненість	Ситуація, за якої майбутні очікування викликають схильність переоцінювати свої можливості та потужності підприємства при прийнятті інвестиційного рішення, що призводить до вибору неоптимального варіанту. Спричинена ілюзією контролю, наявністю кращих навиків та можливостей в порівнянні з конкурентами, помилкових переконань, залежностей (для прикладу «менш розвинені ринки передбачають більшу дохідність»)	-	-
	Зміщення до підтвердження	Схильність інтерпретувати нову інформацію таким чином, щоб вона відповідала початковим апріорним переконанням, а також схильність проявляти непропорційно більше уваги і довіри до інформації, яка підтверджує первинні, початкові переконання. Спричинено наявністю великого обсягу інформації, який важко піддається опрацюванню	-	-

Джерело: систематизовано автором на основі наукових досліджень [141; 146; 182; 193; 209; 221; 234].

Нова додаткова інформація допомагає іноземним інвесторам перевірити свої очікування стосовно країни, регіону та конкретного об'єкту інвестування, куди ПІІ спрямовуються. Вплив нової інформації на прийняття інвестиційного рішення залежатиме від розгляду її іноземним інвестором як позитивної, чи негативної, що визначатиметься їх інвестиційними вподобаннями, мотивами та ставленням до

ризик. Відповідно нова позитивна правильно подана інформація сприятиме отриманню запланованих обсягів ПІІ, а негативна – спровокує їх зменшення або ж відхилення. В реаліях української економіки залучення ПІІ вимагає від підприємств великих зусиль. Оскільки, окрім роботи над конкурентними перевагами своєї інвестиційної пропозиції та пошуку можливостей її реалізації, вони стикаються з ситуацією, за якої змушені долати стереотипи стосовно регіону, країни та тих конотаційних змістів, що сформувались в свідомості іноземних інвесторів.

Підсумовуючи, варто відзначити, що перед підприємством, яке визначилось із доцільністю залучення ПІІ, постає необхідність координації своїх дій з пошуку та налагодження взаємодії з потенційним іноземним інвестором, що має завершитись фактичним здійсненням ПІІ. З метою успішного конкурування на міжнародному інвестиційному ринку, як і на інших ринках, підприємство повинне активно використовувати інструменти маркетингу, без яких в сучасних умовах розвитку ринкових відносин результативне залучення ПІІ на підприємства є неможливим, а також враховувати соціально-психологічну компоненту взаємодій з іноземним інвестором.

3.3. Моделювання процесу залучення прямих іноземних інвестицій на підприємства

Як уже було зазначено, процес залучення ПІІ на підприємство реалізовується у вигляді управлінських рішень, а також фінансових, матеріальних та інформаційних потоків. Взаємозв'язки сторін формують бізнес-середовище процесу залучення ПІІ, від якості взаємодій яких безпосередньо залежить результат цього процесу, в основі якого є комунікація – процес обміну інформацією між сторонами.

Таким чином, підприємству, яке має за мету реалізувати інвестиційний проект за участі залучених ПІІ, слід проводити проактивну системну діяльність, яка дозволила б залучити найбільш відповідного іноземного інвестора та досягти визначених цілей. Послідовність вибору прямого іноземного інвестора та залучення ПІІ можна подати за допомогою рис. 3.7.

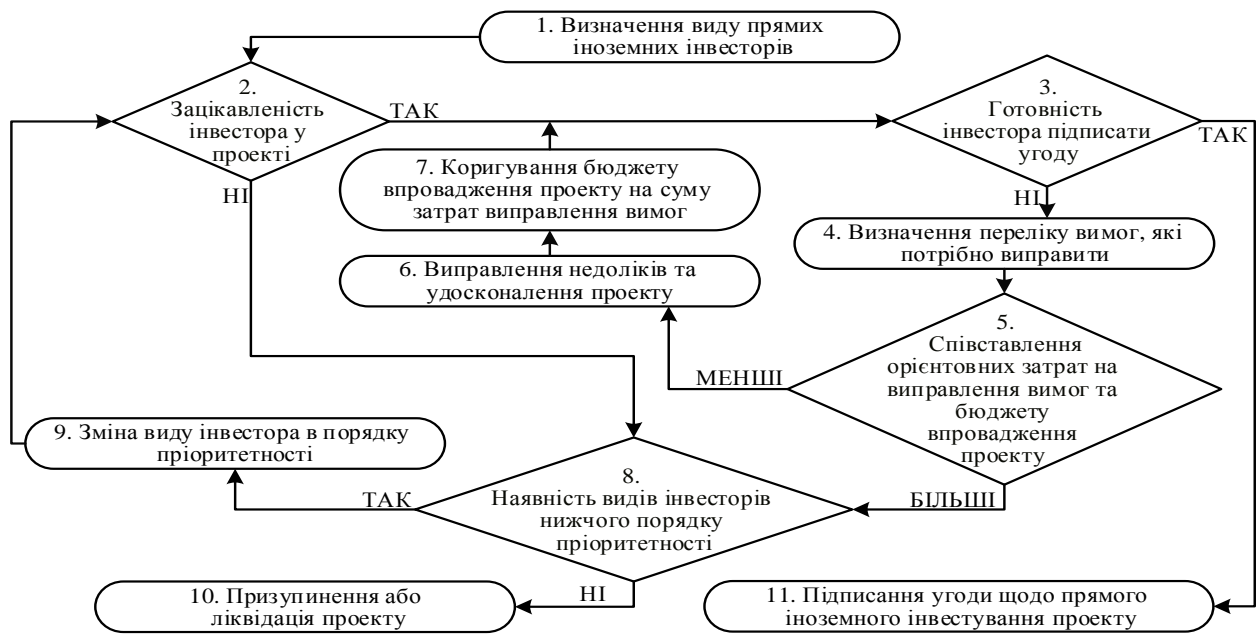


Рис. 3.7. Послідовність вибору прямого іноземного інвестора та залучення ПП

Джерело: авторська розробка

Цю послідовність доцільно реалізовувати, використовуючи досягнення економіко-математичного моделювання, що є універсальним інструментом аналізу та врахування основних особливостей як виробничих, так і фінансово-господарських процесів [1]. За допомогою об'єктів-замінників можна опосередковано дослідити функціонування реальних об'єктів шляхом застосування гіпотез, аналогій, математичних засобів і методів пізнання.

Завдяки економіко-математичним моделям, які найбільш точно відображають специфікації об'єкта дослідження, можливим стає реалізація таких завдань, як: [3; 51; 113]:

- оптимізація процесів та задач управління діяльністю економічного об'єкту з врахуванням їх специфічних особливостей;
- вчасне реагування на зміну параметрів діяльності, зокрема щодо поставлених цілей та обмежень на ресурси задля прийняття адекватних управлінських рішень.

Розробляючи модель вибору іноземного інвестора при залученні ПП необхідно враховувати такі вимоги, що є загальними до створення всіх економіко-математичних моделей, а саме [3; 96; 129]:

- незалежності результатів від предметної інтерпретації елементів моделі;
- змістовності основних рис та властивостей процесу для її побудови;

- накопичення знань про об'єкт моделювання для вивчення причинно-наслідкових закономірностей в напрямі від окремого до загального.

Крім цього, розроблення вищезгаданої моделі буде здійснено шляхом проходження таких послідовних етапів [121, с. 25; 27]:

- окреслення проблеми та постановка основної задачі;
- створення концептуальної моделі розвитку системи залучення ПІ та її структурно-функціональний опис;
- перевірка моделі на адекватність отриманих результатів;
- інтерпретація результатів в основних термінах предметної області;
- оформлення висновків та формування рекомендацій.

Вивчаючи одну сторону об'єкту, що моделюється, постає необхідність відмови від деяких інших. Тому слід мати на увазі, що будь-яка модель охарактеризовує об'єкт-оригінал лише у строго визначеному ракурсі, а це уможливорює побудову різних специфікацій моделі з різним ступенем деталізації. Найважливішим моментом процесу створення моделі, що визначає цінність отриманих результатів, є постановка задачі.

Оскільки активність в управлінні процесом прямого іноземного інвестування належить тій стороні, що є його ініціатором, то дане дослідження буде розглядати лише випадок, коли ініціатором виступає саме підприємство, що прагне залучити ПІ. Так, товариством з обмеженою відповідальністю «Енергомаркет і К» (ТЗОВ «Енергомаркет і К») для зацікавлення інвестора у співпраці, розроблено техніко-економічні пропозиції по технічному переозброєнні Довжанського машинобудівного заводу. Пропонується здійснити репрофілювання діяльності на виробництво низькопідлогових трамваїв для вузької колії. Вся необхідна технічна характеристика виробництва одиниці трамваю та можливості створення нових виробничих потужностей описано в Додатку Ц. Таким чином, припускається, що на підприємстві в наявності є достатні ресурси (матеріальні активи, знання) для знаходження бізнес-партнера, а також те, що доступ до інформації про інвестиційні

можливості підприємства є обмеженим через специфічність інвестицій в машинобудівну сферу.

Як уже зазначалось, найбільш ключовими сферами діяльності, спрямованими на залучення ПІІ, від яких безпосередньо залежить результат функціонування системи залучення ПІІ на підприємство, є маркетинговий та соціальний напрями. Слід зазначити, що виокремлення цих напрямів не применшує важливості ролі інших. Однак, в ситуації, коли підприємство приступає до пошуку іноземних інвесторів з метою залучення ПІІ, передбачається, що стан забезпечення за іншими напрямами уже є оптимальним, а їх покращення можливе за рахунок ресурсів інвестора, чим і спричинений сам процес залучення ПІІ на підприємство.

На першому етапі вибору та залучення прямого іноземного інвестора (див. рис. 3.7) необхідно оцінити рівень функціонування системи залучення ПІІ на підприємство за маркетинговим та соціальним напрямами, тобто результативність управління діяльністю, спрямованої на залучення ПІІ. Це дозволить проранжувати та обрати найбільш відповідний вид прямого іноземного інвестора з метою досягнення цілей підприємства через максимальне задоволення потреб прямого іноземного інвестора впродовж терміну реалізації інвестиційного проекту.

Маркетинговий напрям розвитку системи залучення ПІІ на підприємства, що відображає діяльність підприємства, спрямований на вивчення ринку капіталу, щоб залучити ПІІ задля реалізації певного інвестиційного проекту шляхом створення попиту на нього. Він є наскрізним у всіх трьох станах системи: підготовки до залучення ПІІ; готовності до залучення ПІІ; залучення ПІІ.

Рівень дотримання маркетингового напрямку розвитку системи залучення ПІІ на підприємства в побудованій моделі позначається через L^1 і обчислюється за допомогою формули (3.1):

$$L^1 = \langle L_1^1, L_2^1, L_3^1 \rangle = \sum_{i=1}^3 \alpha_i^1 L_i^1, \quad \sum_{i=1}^3 \alpha_i^1 = 1, \quad (3.1)$$

де L^1 – рівень дотримання маркетингового напрямку розвитку системи залучення іноземного інвестора, частк. од. $[0; 1]$; L_1^1 – показник стану системи «Підготовка до залучення ПІІ»; L_2^1 – показник стану системи «Готовність до залучення ПІІ»; L_3^1 – показник стану системи «Залучення ПІІ»; i – порядковий номер стану системи у напрямі $i = \overline{1,3}$; α_i^1 – коефіцієнт вагомості відповідного стану системи за напрямками на момент прийняття управлінського рішення, $\alpha_i^1 > 0$, $\sum_{i=1}^3 \alpha_i^1 = 1$;

Кожен із розглянутих станів системи у межах дотримання маркетингового напрямку характеризується різноманітними параметрами, кількість та зміст яких може варіюватися в залежності від специфіки інвестиційного проекту, спрямованості підприємства, його розмірів, сфер діяльності тощо.

Перелік параметрів та факторів як маркетингового, так і соціального напрямів у даному дослідженні був сформований на основі використання методу експертного опитування керівників машинобудівних підприємств і менеджерів консалтингової сфери.

Пропонується розглянути наступні параметри, що визначають рівень дотримання маркетингового напрямку розвитку системи залучення ПІІ на підприємства у кожному стані системи.

Так, перебуваючи у стані «Підготовка до залучення ПІІ» (L_1^1), параметри, що характеризують дотримання маркетингового напрямку, є такими:

1. Повнота виконаних завдань, необхідних для залучення ПІІ.
2. Географічне охоплення ринку ПІІ при пошуку прямого іноземного інвестора.
3. Розмір виділеного кошторису на залучення ПІІ.
4. Мережева взаємодія підприємства з іншими організаціями (бізнес-асоціаціями, торгово-промисловими палатами, органами місцевого самоврядування).
5. Прозорість бізнесу підприємства.

Наступний стан, в який переходить система залучення ПП на підприємства за маркетинговим напрямом – «Готовність до залучення ПП». У ньому дотримання маркетингового напрямку (L_2^1) характеризується такими параметрами:

1. Репутація підприємства.
2. Динаміка розвитку контактної бази.

Фінальним параметром, що характеризує дотримання маркетингового напрямку в стані системи «Залучення ПП» (L_3^1) є запланований обсяг залучення ПП.

Таким чином, дотримання маркетингового напрямку в кожному стані системи характеризується різною кількістю параметрів. Це можна відобразити за допомогою формули:

$$L_i^1 = \sum_{j=1}^{n_i^1} \beta_{ij}^1 L_{ij}^1, \quad (3.2)$$

де β_{ij}^1 - коефіцієнт вагомості j -го параметра в i -му стані системи маркетингового напрямку на момент прийняття управлінського рішення, $\beta_{ij}^1 > 0$, $\sum_{j=1}^n \beta_{ij}^1 = 1$ для $\forall i = \overline{1,3}$
 L_{ij}^1 - значення j -го параметра в i -му стані системи маркетингового напрямку, $j = \overline{1, n_i^1}$.

Однак, на різні параметри, що характеризують дотримання маркетингового напрямку розвитку системи у кожному стані системи впливає різна кількість якісних та кількісних факторів зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства, що відображається формулою (3.3).

$$L_{ij}^1 = \sum_{r=1}^{R_j^1} \gamma_{ijr}^1 L_{ijr}^1, \quad (3.3)$$

де γ_{ijr}^1 - коефіцієнт вагомості r -го фактора впливу на j -ий параметр в i -му стані системи маркетингового напрямку на момент прийняття управлінського рішення,

$$\gamma_{ijr}^1 > 0, \sum_{r=1}^R \gamma_{ijr}^1 = 1 \text{ для } \forall \begin{cases} i = \overline{1,3} \\ j = \overline{1, n} \end{cases};$$

L_{ijr}^1 - значення r -го фактора впливу на j -ий параметр в i -му стані системи маркетингового напрямку, $r = \overline{1, R_j^1}$.

Другим напрямом розвитку системи залучення ПШ на підприємства є соціальний напрям, що відображає спрямування зусиль підприємства на мінімізацію впливу невизначеності на процес прийняття інвестиційного рішення зі сторони іноземного інвестора задля реалізації певного інвестиційного проекту за посередництва ПШ. Його функціонування передбачає на підприємстві активізацію людського капіталу (проектної команди, функціональним обов'язком якої є безпосереднє залучення ПШ) з метою налагодження якісної взаємодії з іноземним інвестором на всіх етапах процесу залучення ПШ.

За аналогією обрахунку рівня дотримання маркетингового напрямку розвитку системи залучення ПШ на підприємство пропонується обраховувати і рівень дотримання соціального напрямку (L^2) наступним чином²:

$$L^2 = \sum_{i=1}^3 \alpha_i^2 L_i^2, \quad (3.4),$$

де

$$L_i^2 = \sum_{j=1}^{n_i^2} \beta_{ij}^2 L_{ij}^2, \quad (3.5),$$

де

$$L_{ij}^2 = \sum_{r=1}^{R_j^2} \gamma_{ijr}^2 L_{ijr}^2, \quad (3.6).$$

Для обрахунку формули (3.5), слід перерахувати параметри, що характеризують дотримання соціального напрямку розвитку у різних станах системи залучення ПШ на підприємство. Першим з них виступає стан системи «Підготовка до залучення ПШ», у якому для дотримання соціального напрямку (L_1^2) важливі:

1. Причетність працівників до залучення ПШ на підприємство.
2. Підтримка працівниками стратегії підприємства щодо залучення ПШ.
3. Конфліктність інтересів груп впливу щодо залучення ПШ.

² 2 – це індекс, що вказує на приналежність до соціального напрямку. Усі інші позначення є ідентичними до позначень за маркетинговим напрямом.

4. Стан підготовки додаткових інформаційних матеріалів, спрямованих на ліквідацію асиметрії інформації в сфері дії зовнішніх факторів (особливості оподаткування, права власності, наявність та стан необхідних ресурсів та ін.).

Дотримання соціального напрямку в стані системи «Готовність до залучення ПІІ» (L_2^2) характеризується такими параметрами:

1. Динаміка роботи по залученню ПІІ.
2. Зворотність зв'язку та налагодження контактів.
3. Частота проведених переговорів.
4. Тривалість переговорного процесу з потенційним іноземним інвестором.

До параметрів, які характеризують соціальний напрям в стані системи «Залучення ПІІ» (L_3^2), пропонується віднести якість підготовленої документації щодо інвестиційного проекту, необхідної для розгляду іноземним інвестором та тривалість оформлення документації для кінцевої угоди між підприємством та іноземним інвестором.

Діяльність підприємства в рамках запропонованих напрямів є взаємопов'язаною. Найтісніше ця взаємодія проявляється через налагодження взаємовідносин між підприємством та потенційним інвестором, оскільки реалізація соціального напрямку вимагає використання в основному інструментів маркетингу відносин. Сукупна результативність діяльності за маркетинговим та соціальним напрямками розвитку системи залучення ПІІ на підприємство, від якої залежатиме подальша позитивна чи негативна реакція потенційного прямого іноземного інвестора, безпосередньо впливатиме на перебіг процесу залучення ПІІ на підприємство, а відтак на швидкість зміни станів системи залучення ПІІ на підприємство (стан підготовки системи до залучення ПІІ → стан готовності системи до залучення ПІІ → стан залучення системою ПІІ).

Успіх дослідження та оцінки дотримання напрямів розвитку системи залучення ПІІ на підприємство суттєво залежить від того, наскільки вдало досліднику вдалося вписати у неформальну процедуру вироблення рішення математичного апарату. Однак, не кожна задача аналізу параметрів маркетингового та соціального напрямків

може бути адекватно сформульована математично, тому часто для вирішення таких проблем доводиться застосовувати неформальні способи аналізу, оскільки значна частина необхідної інформації має якісний характер і не піддається кількісному аналізу.

Якщо до рішення таких проблем не можна підійти на основі формалізованих, переважно математичних методів, тоді до їхнього вирішення пропонується застосовувати інші неформальні підходи – експертні оцінки. Методи експертних оцінок – один з небагатьох основних класів наукових методів, які широко використовують під час розроблення та ухваленні рішень [4; 86]. Вони ґрунтуються на припущенні, що на основі думок експертів можна збудувати адекватну модель розвитку об'єкта дослідження, виробляючи правильну стратегію його поведінки, і як наслідок ухвалити правильне рішення. Експерти здійснюють кількісну оцінку суджень, на основі якої проводиться формальна обробка результатів, що і приймається за вирішення поставленої проблеми.

Під час виконання своєї місії експерти виконують в основному дві функції [4]: формують множину об'єктів (цілі, критерії, можливі рішення чи альтернативи тощо) та оцінюють їх (об'єктів) характеристики (ймовірності настання подій, коефіцієнти важливості критеріїв, рівень переважання тощо).

Описуючи та досліджуючи напрями розвитку системи залучення ПІІ на підприємство, виникає проблема, що значна кількість показників вимірюється в різних шкалах. У подібних випадках пропонується використовувати загальні методи, призначені для більш стислого та наочного представлення всієї структури даних. Саме до методів такого призначення належать методи шкалювання. Вони широко описані в науковій літературі [4; 37; 44; 86; 95; 108], тому не зупинятимемось на їх детальному описі. Слід зауважити лише, що суть цих методів полягає в тому, щоб за заданою багатомірною інформацією встановити мінімальний або близький до мінімального набір критеріїв, щоб проранжувати оцінки їх важливості на розвиток відповідного кумулятивного коефіцієнта, що зможе охарактеризувати систему залучення ПІІ на підприємства.

На основі експертних оцінок щодо факторів впливу (10-й стовпець табл. 3.4 і табл. 3.5., у еквіваленті часток наявного до необхідного) на значення параметрів відповідних напрямів розвитку системи залучення ПШ на ТзОВ «Енергомаркет і К», розраховано їх значення згідно методики шкалювання, які подано у 8-у стовпці табл. 3.4 і табл. 3.5. Для цього кожен із елементів експертної оцінки слід домножити на величину кількості факторів, що впливають на загальний показник відповідного напрямку розвитку системи залучення ПШ на підприємство.

Основні ж значення рівнів дотримання відповідних напрямів розвитку у станах системи залучення ПШ для реалізації інвестиційного проекту ТзОВ «Енергомаркет і К» подано в табл. 3.3.

Таблиця 3.3

Значення рівнів дотримання маркетингового і соціального напрямів розвитку у станах системи залучення ПШ на підприємство

Стани системи	Маркетинговий напрям		Соціальний напрям	
	Рівень дотримання напрямку	Коефіцієнти вагомості станів системи	Рівень дотримання напрямку	Коефіцієнти вагомості станів системи
Підготовка до залучення ПШ	0,964	0,31	0,365	0,39
Готовність до залучення ПШ	0,329	0,42	0,573	0,24
Залучення ПШ	0,646	0,27	0,593	0,37
	$L^1 = 0,611$		$L^2 = 0,499$	

На основі даних табл. 3.5, можна обраховувати кумулятивний коефіцієнт, що характеризуватиме систему залучення ПШ на ТзОВ «Енергомаркет і К», використовуючи формулу:

$$L = \lambda L^1 + (1 - \lambda)L^2, \quad (3.7)$$

де L – кумулятивний коефіцієнт, що характеризує систему залучення ПШ на підприємство; L^1 – рівень дотримання маркетингового напрямку розвитку системи, частк. од. $[0; 1]$; L^2 – рівень дотримання соціального напрямку розвитку системи, частк. од. $[0; 1]$; λ – коефіцієнт вагомості відповідного напрямку розвитку системи залучення ПШ.

Таблиця 3.4

Розрахункові величини рівня дотримання маркетингового напрямку

Стани системи	L_i^1	α_i^1	Параметри	L_{ij}^1	β_{ij}^1	Фактори впливу на значення параметрів	L_{ijr}^1	γ_{ijr}^1	Експертна оцінка факторів впливу
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Підготовка до залучення ПП	0,964	0,31	Повнота виконаних завдань, необхідних при залученні ПП	1,419	0,16	- компетентність та фаховість працівників, що займаються залученням ПП (рівень їх кваліфікації, презентаційні навички, знання іноз. мов (бізнес спілкування), ведення переговорів, досвід роботи з іноземними інвесторами тощо)	21,58	0,03	0,83
						- доступність необхідної інформації	18,72	0,03	0,72
						- мотиви зацікавлених сторін	21,06	0,01	0,81
			Охоплення ринку іноземного капіталу	1,334	0,11	- мотиви залучення ПП	24,18	0,05	0,93
						- тенденції світового ринку капіталу	12,48	0,01	0,48
			Розмір кошторису на залучення ПП	0,281	0,27	- фінансові ресурси	8,32	0,03	0,32
						- мотиви зацікавлених сторін	3,12	0,01	0,12
			Мережева взаємодія підприємства з ін. організаціями	1,825	0,08	- участь підприємства в бізнес-асоціаціях, торгово-промисловій палаті та ін. організаціях	4,68	0,01	0,18
						- інтенсивність взаємодії з органами місцевого самоврядування	16,64	0,03	0,64
						- налагодженість співпраці підприємства з бізнес-партнерами	21,32	0,06	0,82
			Прозорість бізнесу	6,133	0,06	- бізнес-процеси	18,98	0,04	0,73
						- грошові потоки	19,24	0,06	0,74
						- система планування діяльності підприємства	16,12	0,05	0,62
						- достовірність звітності	23,14	0,05	0,89
						- організаційна структура	19,76	0,03	0,76
- структура власності	13,78	0,04				0,53			
- юридична «чистота бізнесу»	23,66	0,04				0,91			
- інші специфічні фактори, визначені підприємством/потенційним інвестором як критичні	8,32	0,02	0,32						
Готовність до залучення ПП	0,329	0,42	Репутація підприємства	2,337	0,13	- гудвіл підприємства	19,76	0,02	0,76
						- маркетингові заходи	22,62	0,07	0,87
						- відгуки клієнтів та партнерів підприємства	17,94	0,02	0,69
		Динаміка розвитку контактної бази	0,839	0,03	- методи комунікації підприємства	13,78	0,03	0,53	
- обставини зовнішніх ринків	10,66				0,04	0,41			
Залучення ПП	0,646	0,27	Запланований обсяг залучення ПП	4,038	0,16	- соціально-економічний стан підприємства	13,78	0,09	0,53
						- характеристики інвестиційного проекту	22,62	0,12	0,87
						- зовнішні обставини	8,32	0,01	0,32

Таблиця 3.5

Розрахункові величини рівня дотримання соціального напрямку

Стани системи	L_i^2	α_i^2	Параметри	L_{ij}^2	β_{ij}^2	Фактори впливу на значення параметрів	L_{ijr}^2	γ_{ijr}^2	Експертна оцінка факторів впливу			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			
Підготовка до залучення ПП	0,365	0,39	Причетність працівників до залучення ПП	1,723	0,11	-масштабність та терміновість реалізації інвестиційного проекту за участі ПП	19,14	0,09	0,87			
			Підтримка працівниками стратегії залучення ПП	0,719	0,09	-інформаційні заходи	14,74	0,03	0,67			
						- кадрово політика після залучення ПП	13,86	0,02	0,63			
			Конфліктність інтересів груп впливу щодо залучення ПП	1,676	0,08	Якість підготовки дод. інформ. матеріалів, спрямованих на ліквідацію асиметрії інфо в сфері дії зовнішніх факторів	0,55	0,12	-мотиви зацікавлених сторін	11,88	0,02	0,54
									-стратегія розвитку підприємства	17,16	0,06	0,78
			-можливі зміни в організаційній структурі	13,64	0,03	0,62						
-фаховість залучених осіб	19,36	0,01	0,88									
-асиметрія інформації	11,88	0,03	0,54									
Готовність до залучення ПП	0,573	0,24	Динаміка роботи по залученню ПП.	1,155	0,07	-фаховість залучених осіб	20,46	0,01	0,93			
						- терміновість реалізації інвестиційного проекту за участі ПП	15,84	0,06	0,72			
			Зворотність зв'язку та налагодження контактів	1,729	0,04	Частота проведення переговорів	1,107	0,11	-фаховість залучених осіб	19,36	0,01	0,88
									-тенденції зовнішніх ринків	14,74	0,03	0,67
									-мотиви потенційних іноземних інвесторів	15,62	0,07	0,71
			Тривалість переговорного процесу з потенційним іноземним інвестором	3,766	0,08	Якість документації щодо інвестиційного проекту	0,979	0,18	-фаховість залучених осіб	19,36	0,01	0,88
									-зацікавленість потенційних іноземних інвесторів	18,26	0,05	0,83
									-характеристики інвестиційного проекту	20,02	0,13	0,91
-мотиви потенційних іноземних інвесторів	13,86	0,07	0,63									
Залучення ПП	0,593	0,37	Тривалість оформлення документації для кінцевої угоди між підприємством та інвестором	3,469	0,12	-компетентність та фаховість працівників, що займаються залученням ПП (19,58	0,05	0,89			
						-стан підготовленої документації щодо інвестиційного проекту	18,7	0,13	0,85			
			Якість документації щодо інвестиційного проекту	0,979	0,18	-фаховість залучених осіб	18,92	0,04	0,86			
						-регуляторні особливості бізнес-середовища	7,04	0,04	0,32			

Оскільки керівництвом ТзОВ «Енергомаркет і К» було визначено, що маркетинговий напрям розвитку системи залучення ПІІ на підприємство є більш важливим, то відповідно коефіцієнту λ було присвоєно значення 0,56.

Таким чином, кумулятивний коефіцієнт буде рівний:

$$L = 0,56 \cdot 0,61138 + (1 - 0,56) \cdot 0,49908 = 0,56197.$$

Для надання оцінки системі залучення ПІІ на підприємство, що ідентифікує її розвиток через рівень дотримання напрямів, пропонується використовувати психофізичну шкалу лінгвістичних оцінок Харрінгтона з деталізацією числового значення в межах відповідного інтервалу $0 \leq L \leq 1$. Відповідно до неї відводяться інтервали числових значень з такими якісними інтерпретаціями лінгвістичних оцінок системи залучення ПІІ на підприємство [81]:

- (0,80 - 1,00] – відмінно – високий рівень реалізації завдань за напрямами розвитку системи;
- (0,63 - 0,80] – добре – достатній рівень реалізації завдань за напрямами розвитку системи;
- (0,37 - 0,63] – задовільно – задовільний рівень реалізації завдань за напрямами розвитку системи;
- (0,20 - 0,37] – погано – низький рівень реалізації завдань за напрямами розвитку системи;
- [0,00 - 0,20] – дуже погано – незадовільний рівень реалізації завдань за напрямами розвитку системи.

За допомогою кумулятивного коефіцієнта оцінки системи залучення ПІІ (3.7), що враховує рівень дотримання напрямів за заданого впливу факторів як внутрішнього, так і зовнішнього середовища, можна також віднайти вид іноземного інвестора, який якнайкраще підходить для підприємства.

Пропонується розставити види прямих іноземних інвесторів (інституційний, стратегічний, приватний) у відповідність до значення кумулятивного коефіцієнта (3.7) та проранжувати їх за привабливістю для залучення ПІІ на підприємства в межах відповідного інтервалу $0 \leq L \leq 1$ (рис.3.8.). Умови, переваги та недоліки

залучення кожного виду прямих іноземних інвесторів розглянуті детально у пп.1.3 розділу 1.

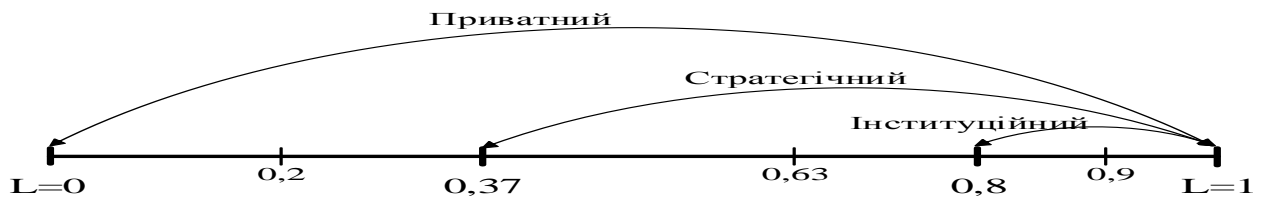


Рис. 3.8. Відповідність виду прямого іноземного інвестора до значення кумулятивного коефіцієнта оцінки системи залучення ПІІ на підприємство (3.7)

Кожен з видів прямих іноземних інвесторів також характеризується своїм ставленням до прийняття ризикових рішень, що допоможе керівництву підприємства легше віднайти правильний підхід до іноземного інвестора з метою залучення ПІІ на підприємства. На основі цього припущення іноземні інвестори поділяються на ризикові та неризикові (див. рис. 3.8):

1) ризикові:

- інституційні ($L = [0,8 - 0,9]$);
- стратегічні ($L = [0,37 - 0,63]$);
- приватні ($L = [0 - 0,2]$);

2) неризикові:

- інституційні ($L = [0,9 - 1]$);
- стратегічні ($L = [0,63 - 1]$);
- приватні ($L = [0,2 - 1]$).

Так, відповідно до значення кумулятивного коефіцієнта оцінки системи залучення ПІІ на підприємство, пріоритетним іноземним інвестором для реалізації інвестиційного проекту ТзОВ «Енергомаркет і К» виступає ризиковий стратегічний інвестор, або ж приватний інвестор.

Другий етап схеми залучення ПІІ на підприємства (див. рис. 3.7) передбачає налагодження безпосереднього контакту і партнерських відносин між підприємством та іноземним інвестором, що розглядається як додатковий ресурс конкурентоспроможності та отримання прибутку. Ці відносини дозволяють створювати цінність для обох сторін залежно від виду іноземного інвестора та рівня розвитку їх організаційних можливостей щодо управління ресурсами взаємовідносин.

Для зацікавлення потенційного інвестора щодо можливостей інвестування в проекти підприємства необхідно проінформувати його про основні техніко-

економічні характеристики інвестиційного проекту. Серед основних параметрів пропонується виділити такі:

1. Технічні характеристики реалізації інвестиційного проекту загалом та продукції зокрема (див. Додаток Х). Також необхідною умовою є інформування іноземного інвестора стосовно маркетингової складової реалізації інвестиційного проекту на ринку тощо.
2. Необхідна сума іноземного інвестування, яку можна обрахувати так:

$$I = (1 - k)S, \quad (3.8)$$

де I – необхідні інвестиційні вкладення потенційного іноземного інвестора в проект;

S – вартість реалізації інвестиційного проекту;

k – частка власних засобів підприємства.

Оскільки ПІІ вважаються прямими в тому випадку, коли їх об'єм є не меншим за 10% статутного фонду чи загальної вартості проекту, то величина частки залучених засобів буде $(1 - k) \geq 0,1$.

Відповідно до даних Додатку Ц, вартість підготовки та реалізації інвестиційного проекту ТЗОВ «Енергомаркет і К» по випуску низькопідлогового трамваю становить 32 367 тис. грн. ТЗОВ має в наявності 8 415 тис. грн, що становить 26% від необхідної суми. Таким чином, для введення його в експлуатацію необхідно залучити ПІІ у розмірі 23 952 тис. грн.

3. Показники економічної ефективності інвестиційного проекту у загальному вигляді, які визначаються порівнянням результатів з витратами, що забезпечили цей результат.

Для оцінки ефективності інвестиційних проектів слід застосувати дисконтовані методи оцінки ефективності. До них належать: чиста поточна вартість (Net Present Value – NPV), індекс рентабельності (Present Value Index - PVI), норма рентабельності (Internal Rate of Return) – IRR), період окупності (Present Value Payback – PVP).

Використовуючи дані про необхідні інвестиційні вкладення в розробку конструкторсько-технологічної документації для виготовлення дослідного взірця

трамваю, виготовлення дослідного взірця та витрат організації виробництва на програму 20 шт/рік (див. Додаток Ц), а також орієнтований розрахунок ціни одиниці низькопідлогового трамваю (Додаток Ш), чиста поточна вартість $NPV = 26\,401,964$ тис. грн, що свідчить про ефективність проекту. А запропонований ТзОВ «Енергомаркет і К» інвестиційний проект низькопідлогового трамваю окупиться за 18 місяців діяльності проекту.

4. Іноземному інвестору, який зацікавився інвестуванням у проект підприємства, слід надавати також значення рівнів дотримання маркетингового (L^1) та соціального (L^2) напрямів розвитку системи залучення ПІІ з деталізованою характеристикою кожного з них.

На третьому етапі залучення іноземного інвестора очікується та обговорюється рішення про інвестування в проект підприємства. Якщо потенційний інвестор, отримавши всю інформацію про проект, готовий вкласти кошти, то залучення ПІІ на підприємстві завершується підписанням угоди про інвестування в інвестиційний проект, що відповідає одинадцятому пункту послідовності вибору іноземного інвестора (див. рис. 3.7).

Якщо ж потенційний інвестор, проаналізувавши всю інформацію про інвестиційний проект, ще не готовий вкласти кошти, то відбувається перехід до четвертого етапу. На даному етапі з метою підвищення зацікавленості інвестора інвестиційним проектом узгоджується перелік вимог, які потрібно виконати підприємству для подальшої співпраці. Ці зміни в основному відобразатимуться підвищенням значення кумулятивного коефіцієнта, що характеризує систему залучення ПІІ на підприємства через рівні дотримання маркетингового та соціального напрямів. При чому рівень реалізації завдань за соціальним напрямом залежатиме від додаткових параметрів. Перебуваючи у стані системи «Готовність до залучення ПІІ», соціальний напрям (L_2^2) характеризуватиметься такими параметрами, як:

1. Швидкість реагування на зауваження потенційних інвесторів щодо інвестиційного проекту, на який впливатиме кількість управлінських рішень,

прийнятих та реалізованих як наслідок зауважень від іноземного інвестора з метою усунення похибок управління.

2. Довіра між підприємством та потенційним інвестором, під яким розуміється обсяг конфіденційної інформації, якою обмінюються партнери.

З метою наочної візуалізації значень рівнів дотримання маркетингового ($L^1 = 0,611$) та соціального ($L^2 = 0,499$) напрямів розвитку системи залучення ПІІ для реалізації інвестиційного проекту ТзОВ «Енергомаркет і К», пропонується побудувати матрицю можливих вдосконалень, що допоможе при прийнятті управлінських рішень в досліджуваній сфері (рис. 3.9).

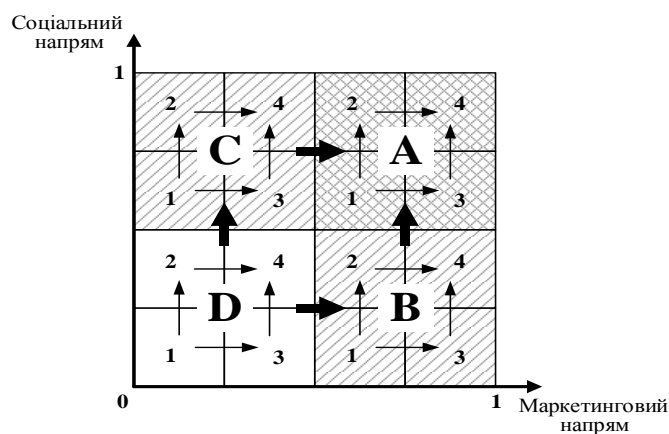


Рис. 3.9. Матриця вдосконалення реалізації завдань за напрямками розвитку системи залучення прямих іноземних інвестицій на підприємства

Джерело: розроблено автором

Значення рівнів дотримання маркетингового та соціального напрямів розвитку системи залучення ПІІ на підприємство визначатимуть приналежність до певного сектора, кожен з яких вказує на вид прямого іноземного інвестора, що є доступним підприємству на даному етапі процесу залучення ПІІ.

Використовуючи матрицю вдосконалення реалізації завдань за напрямками розвитку системи залучення прямих іноземних інвестицій на підприємства, можна зауважити, що кожен з видів прямих іноземних інвесторів зацікавлений в досягненні найкращого для себе значення, який відповідає четвертому квадранту кожного сектора.

Так, перебуваючи у секторі А, значення рівнів дотримання соціального та маркетингового напрямів дозволяють підприємству бути цікавим для

інституційного інвестора через його основні характеристики і вимоги до інвестиційного проекту та суб'єкта, що за його реалізацію відповідає.

Сектори В та С можуть зацікавити стратегічного інвестора. Однак, не слід забувати, що сектор А для нього буде привілейованим.

Сектор D характеризуватиме можливу зацікавленість приватного іноземного інвестора, а сектори А, В та С будуть для нього привілейованими.

У кожному із секторів А-D 1-й підсектор відповідає ризиковому інвестору, 4-й – неризиковому, а 2-й та 3-й – це інвестори, які схильні до ризику.

Згідно значень рівнів дотримання маркетингового ($L^1 = 0,611$) та соціального ($L^2 = 0,499$) напрямів розвитку системи залучення ПІІ для реалізації інвестиційного проекту ТзОВ «Енергомаркет і К», іноземний інвестор попадає в сектор В2, що є близьким до висновків щодо вибору ПІІ згідно оцінки розвитку системи залучення ПІІ на підприємство на основі психофізичної шкали лінгвістичних оцінок Харрінгтона. Отже, підприємству слід шукати стратегічного інвестора, який схильний до ризику.

У випадках, коли підприємство зацікавлене в конкретному виді прямого іноземного інвестора, але значення рівнів дотримання напрямів розвитку системи залучення ПІІ є недостатніми, тоді перед підприємством постає вибір: переорієнтуватися на інший вид інвестора або ж працювати над удосконаленнями показників діяльності за маркетинговим та соціальним напрямками з метою переходу до бажаного квадранту матриці.

Однак, слід пам'ятати, що кожне з цих удосконалень потребує затрат часу та ресурсів, що «ляжуть на плечі» підприємства.

Виокремивши напрям, до якого є найбільші претензії іноземного інвестора, в дисертаційній роботі пропонується проранжувати його значення в порядку важливості, які задовольняють умову:

$$L_{ijr}^q \leq L_{ijr}^{q*}, \quad (3.9)$$

де L_{ijr}^q – значення r -го фактора впливу на j -й параметр в i -му стані системи q -го напрямку розвитку системи залучення іноземного інвестора, $q = \overline{1,2}$; L_{ijr}^{q*} – оптимальне (на думку інвестора) значення r -го фактора впливу на j -й параметр в i -му стані системи q -го напрямку розвитку системи залучення іноземного інвестора.

Кожне удосконалення r -го фактора впливу на j -й параметр в i -му стані системи q -го напрямку розвитку системи залучення іноземного інвестора можна охарактеризувати вартістю його проведення, яку позначимо через Z_{ijr}^q . Додаючи ці затрати до загальних затрат на залучення іноземного інвестора (Z), слід кожного разу перераховувати значення рівнів дотримання напрямів розвитку системи.

Якщо виконуватимуться умови, що:

- 1) значення рівня відповідного напрямку (маркетингового (L^1), соціального (L^2) чи їх обидвох) задовольнятимуть вимоги іноземного інвестора;
- 2) затрати на удосконалення факторів впливу на параметри станів системи за відповідними напрямками розвитку системи залучення іноземного інвестора будуть в межах бюджету впровадження проекту, тобто:

$$\sum_{q=1}^2 \sum_{i=1}^3 \sum_{j=1}^n \sum_{r=1}^R Z_{ijr}^q \leq B, \quad (3.10)$$

або
$$B - Z \geq 0, \quad (3.11)$$

де B – початковий бюджет впровадження проекту або залучення іноземного інвестора, причому $B \leq kS$, тоді підприємство в змозі перейти до удосконалення відповідного r -го фактора впливу на j -й параметр в i -му стані системи q -го напрямку розвитку системи залучення іноземного інвестора, що дасть змогу підписати інвестиційний контракт.

Якщо ж ці умови не будуть виконані, то підприємству слід зосередити свою увагу на інвесторі нижчого виду пріоритетності з меншими вимогами до значень рівнів дотримання маркетингового та соціального напрямів розвитку системи

залучення ПІІ та за потреби провести всю процедуру представлення та удосконалення заново.

Якщо ж підприємство не зможе залучити іноземного інвестора, або ж затрати на удосконалення значень рівнів дотримання напрямів розвитку системи залучення ПІІ перевищать початковий бюджет на впровадження інвестиційного проекту, то для такого проекту слід активізувати десятий пункт послідовності вибору іноземного інвестора – це призупинення або ж ліквідація проекту.

В такому випадку підприємство понесе збитки в розмірі бюджету впровадження проекту. Тобто, одним із основних завдань підприємства при залученні ПІІ є підписання договору з іноземним інвестором за мінімальних затрат на його залучення: $B \rightarrow \min$.

Отже, якість проходження завдань, закріплених за маркетинговим і соціальним напрямками, зокрема пошук найбільш прийнятних прямих іноземних інвесторів, аналізування їх попередньої діяльності, моделювання бажаної поведінки, налагодження з ними ефективної комунікації та презентація інвестиційного проекту, безпосередньо визначають розвиток системи залучення ПІІ на підприємство.

Варто зауважити, що запропоновані концептуальні засади розвитку системи залучення ПІІ на підприємства можуть бути застосованими як керівниками і профільними менеджерами підприємства, що самостійно зайняті пошуком додаткових інвестиційних ресурсів, так і менеджерами агенцій із залучення інвестицій на місцевих рівнях, а також консалтингових компаній.

Висновки до третього розділу

1. Сформовано рекомендації щодо формування і функціонування системи залучення ПІІ на підприємства, а також розроблено її концептуальну модель розвитку, під якою розуміється процес послідовних етапів, які призводять до зміни стану системи, що розгортається в часі та передбачає адаптацію системи до зовнішнього середовища шляхом дотримання маркетингового і соціального напрямів розвитку з метою реалізації цілей підприємства. Відповідна система може

перебувати у таких станах, як підготовка системи до залучення ПІІ, готовність системи до залучення ПІІ і залучення системою ПІІ.

3. Маркетинговий напрям розвитку системи залучення ПІІ на підприємство – це спрямування зусиль та ресурсів підприємства на вивчення ринку капіталу з метою залучити ПІІ під реалізацію інвестиційного проекту шляхом створення попиту на нього. Основними завданнями в межах цього напрямку є розроблення маркетингової стратегії та тактики залучення ПІІ, що реалізуються за допомогою маркетингових інструментів. Соціальний напрям розвитку передбачає активізацію людського капіталу підприємства – проектної команди, функціональним обов'язком якої є безпосереднє залучення ПІІ шляхом налагодження якісної взаємодії з іноземним інвестором (встановлення, підтримка і розвиток відносин) на всіх етапах процесу залучення ПІІ, а також спрямування зусиль на мінімізацію впливу невизначеності на прийняття рішення зі сторони іноземного інвестора про здійснення ПІІ. Діяльність підприємства за запропонованими напрямами є взаємопов'язаною. Їх сукупна результативність визначає перебіг залучення ПІІ на підприємство, а саме швидкість зміни станів системи (стан підготовки системи до залучення ПІІ → стан готовності системи до залучення ПІІ → стан залучення системою ПІІ), тобто її розвиток.

6. Запропоновано послідовність вибору та залучення прямого іноземного інвестора, що втілюється за допомогою економіко-математичного моделювання. Реалізація завдань за вищезазначеними напрямами розвитку системи у кожному її стані описується різноманітними параметрами, кількість та склад яких залежить від специфіки інвестиційного проекту, спрямованості підприємства, його розмірів, напрямків діяльності тощо. На кожен з параметрів станів системи впливає різна кількість якісних та кількісних факторів зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства, оцінка яких в моделі здійснюється шляхом експертного опитування.

7. Шляхом визначення рівня дотримання напрямів розвитку системи запропоновано обчислювати кумулятивний коефіцієнт, що не лише надає оцінку функціонуванню системи, а й вказує на вид прямого іноземного інвестора, залучення якого є доступним підприємству, зважаючи на наявний вплив факторів

внутрішнього і зовнішнього середовища у визначений проміжок часу. Оскільки вимоги кожного виду інвестора до інвестиційного проекту відрізняються залежно від їх мотивів, стан окремих аспектів інвестиційного проекту є предметом переговорів зацікавлених сторін. Результат їх вдосконалення буде відображатися на значенні кумулятивного коефіцієнта. Однак, кожне таке вдосконалення передбачає додаткові затрати часу та ресурсів, що зумовлює необхідність їх співставленням з бюджетом, виділеним на залучення ПІІ. Можливими подальшими кроками при ухваленні управлінського рішення є: 1) приступити до вдосконалення з метою задоволення вимог інвестора; 2) приступити до пошуку інвестора нижчого виду пріоритетності з меншими вимогами до інвестиційного проекту; 3) призупинити або ж відмовитись від реалізації інвестиційного проекту шляхом залучення ПІІ.

Основні результати розділу опубліковані у наукових працях автора [5; 6; 12; 13; 14; 18; 19; 20;21].

ВИСНОВКИ

У дисертації наведено теоретико-прикладне узагальнення і нове вирішення наукового завдання щодо розроблення концептуальних та методичних засад розвитку системи залучення ПІІ на підприємства. Результати виконаного дослідження дають можливість сформулювати такі висновки:

1. На основі ідентифікування сутнісних ознак розвинено тлумачення поняття «готовність підприємства до залучення ПІІ», що інтегрує характеристики потенціалу підприємства і його інвестиційної привабливості. Готовність підприємства залучити ПІІ засвідчує його зацікавленість ініціювати відповідний процес задля реалізації інвестиційного проекту і є вихідною передумовою налагодження співпраці з іноземними партнерами у формі ПІІ. Керівникам підприємств це допоможе засвідчити їх зважений вибір щодо стратегії розвитку підприємства за участі ПІІ та можливих її наслідків, а менеджерам – визначити необхідний обсяг робіт.

2. Запропонована класифікація ПІІ на засадах систематизації основних класифікаційних ознак та виокремлення видів ПІІ за такими доповненими ознаками, як характер використання залученого капіталу (споживчі, виробничо-технологічні, венчурні) і результат залученого капіталу (хижацькі, прогресивні/інноваційні, посередні) дає змогу менеджерам підприємств, а також фахівцям консалтингової сфери приймати зважені управлінські рішення щодо залучення на підприємство конкретного виду ПІІ з позиції довготермінових перспектив розвитку підприємства, подальшої оцінки стану залучення ПІІ і мотивів залучених сторін.

3. Фахівцям проектної команди підприємства, що займаються залученням ПІІ, запропоновано типологію факторів впливу на відповідну систему, яка передбачає розмежування ПІІ за такими ознаками, як результат впливу на стан залучення ПІІ (функціональні, дисфункціональні, нейтральні), а також можливість впливу зі сторони суб'єктів залучення ПІІ (керовані, некеровані), що надає можливість враховувати та оцінювати вплив на планування та організування процесу залучення ПІІ на підприємстві.

4. Специфіка ПІІ зумовила необхідність удосконалення методу оцінювання стану залучення ПІІ на підприємства, що може використовуватися підприємствами,

потенційними інвесторами, агенціями із залучення інвестицій, державними органами влади. Запропонований метод охоплює комплексне аналізування тенденцій прямого іноземного інвестування як на внутрішньому, так і на світовому ринках з метою виявлення загальної картини щодо сильних та слабких сторін інвестиційної пропозиції підприємства в порівнянні з конкурентами. За допомогою цього методу досліджено, що ПІІ на більшості машинобудівних підприємствах не відображають актуальних світових тенденцій; вони є вертикальними, основним мотивом здійснення яких є підвищення ефективності діяльності інвестора шляхом зниження витрат (в аналізованих випадках на кваліфіковану робочу силу). Як наслідок, такі ПІІ демонструють експортно-орієнтованість, що забезпечується в основному шляхом реалізації схем використання давальницької сировини. За усередненими показниками результативність діяльності машинобудівних підприємств із залученими ПІІ є на рівні підприємств з вітчизняним капіталом.

5. Керівникам та економістам підприємств запропоновано концептуальну модель розвитку системи залучення ПІІ на підприємство, яка, враховуючи фактори зовнішнього і внутрішнього середовища, критерії відбору іноземними інвесторами інвестиційних проектів, принципи функціонування системи залучення ПІІ, її стани та напрями розвитку, а також етапи залучення ПІІ на підприємство, створює передумови для ефективного управління процесом залучення ПІІ на підприємство.

6. Розроблено модель вибору прямих іноземних інвесторів залежно від результативності функціонування системи залучення ПІІ на підприємство відповідно до рівнів дотримання її маркетингового і соціального напрямів за певних факторів зовнішнього та внутрішнього середовища у визначений проміжок часу, що дає змогу керівникам підприємства збалансувати використання наявних ресурсів, необхідних у процесі залучення ПІІ. Модель передбачає можливість модифікацій щодо охоплення факторів, які є змінними залежно від специфіки інвестиційного проекту, розмірів підприємства, напрямків діяльності тощо, а також дає змогу фахівцям проектної команди підприємства виявляти окремі аспекти діяльності, що потребують вдосконалень на шляху досягнення встановлених цілей та прийняття управлінського рішення щодо подальшого його розвитку за участі ПІІ.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Акофф Р. Л. Планирование будущего корпорации / Р. Л. Акофф. – Москва: Прогресс, 1985. – 328 с.
2. Андрианов Ю. О. Інвестиційний потенціал машинобудівних підприємств: поняття, класифікації, методичні рекомендації / Ю. О. Андрианов. // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія «Проблеми економіки та управління». – 2008. – №611. – С. 41 – 47.
3. Антонів В. Б. Математичне моделювання вибору інноваційних стратегій розвитку динамічних економіко-виробничих систем: дис. канд. екон. наук: 08.00.11 / Антонів Василь Богданович; Львівський національний університет імені Івана Франка. – Львів, 2009. – 186 с.
4. Баранкевич М. М. Експертні методи в ухваленні рішень: Текст лекцій / М. М. Баранкевич. – Львів : Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2008. – 214 с.
5. Бирка М.І. Застосування процедури «дью ділідженс» в процесі залучення прямих іноземних інвестицій на підприємства // Бізнес-Інформ. – 2013. - №1. – С. 81-85.
6. Бирка М.І. Імідж країни як один із основних детермінант залучення прямих іноземних інвестицій // Науковий вісник НЛТУ України: Збірник науково-технічних праць. – Львів: РВВ НЛТУ України. – 2011. – Вип. 21.15. – С. 162 – 169.
7. Бирка М.І. Сутнісна характеристика прямих іноземних інвестицій // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2012. - № 727. – С. 301 – 308. (Серія «Менеджмент та міжнародне підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку»).
8. Бирка М.І. Класифікація прямих іноземних інвестицій // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2012. - № 725. – С. 24– 31. (Серія «Проблеми економіки та управління»).
9. Бирка М.І. Теоретико-методологічні підходи до аналізування прямих іноземних інвестицій в контексті їх залучення // Науковий журнал «Стратегія розвитку України» (Економіка. Соціологія. Право). – 2012. - №1. – С. 34 – 41.

10. Бирка М.І. Врахування сучасних світових і регіональних тенденцій прямого іноземного інвестування в процесі залучення іноземного капіталу на підприємства України // Інвестиції: практика та досвід. – 2014. – № 10. – С. 56-61.
11. Бирка М.І. Систематизація факторів впливу на залучення прямих іноземних інвестицій на підприємства // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2014. - №9. – С. 58-62. (Серія «Економічні науки»).
12. Бирка М.І.. Маркетингове забезпечення процесу залучення прямих іноземних інвестицій на підприємства / О.Кузьмін, М.Бирка // Економіст. - 2012. - №3. - С. 15-19.
13. Бирка М.І. Поведінковий підхід до проблеми залучення прямих іноземних інвестицій на підприємства // Наукові праці НУХТ. – 2013. – № 53. – С. 147-160. (База даних: Index Copernicus (ЄС)).
14. Бирка М. І. Проблема асиметрії інформації в процесі залучення прямих іноземних інвестицій // Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Євроінтеграційні процеси в суспільстві: трансформація та розвиток», (Тернопіль, 22-23 квітня 2012 р.) – Тернопіль: ТІСІТ, 2012. – С. 218-220.
15. Бирка М.І. Вплив прямих іноземних інвестицій на економіку країн Центрально-Східної Європи / М.І. Бирка // Тези доповідей ІV міжнародної конференції молодих вчених та студентів [«Інноваційні процеси економічного і соціально-культурного розвитку: вітчизняний та зарубіжний досвід»], (Тернопіль, 7-8 квітня 2011 р.), – Тернопіль: ВПЦ «Економічна думка ТНЕУ», 2011. – С. 4-6.
16. Бирка М. І. Взаємозв'язок прямих іноземних інвестицій та ефективності підприємств / М.І. Бирка // Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції [«Аналіз сучасних економічних процесів та інформаційні технології»] – Т. 1: Аналіз мікро- і макроекономічних процесів, (Дніпропетровськ, 24-25 листопада 2011 р.), – Дніпропетровськ, 2011. - С. 18-20.
17. Бирка М.І. Інвестування діяльності підприємств на засадах залучення бізнес-ангелів / М.І. Бирка // Тези доповідей ІХ Міжнародної науково-практичної

- конференції [«Маркетинг та логістика в системі менеджменту»], (Львів, 8-10 листопада 2012 р.) – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2012. – С. 33-34.
18. Бирка М.І. Використання маркетингових інструментів в процесі залучення прямих іноземних інвестицій на підприємства/ М.І. Бирка // Збірник тез наукових робіт учасників Міжнародної науково-практичної конференції [«Економіка і управління: досягнення та перспективи»], (Одеса, 23-24 листопада 2012 р.) – О.: ЦЕДР, 2012. Ч.1. – С. 86-87.
19. Бирка М.І. Використання методу експертних оцінок при аналізуванні стану залучення прямих іноземних інвестицій на підприємства/ М.І. Бирка // Матеріали XXI Міжнародної науково-практичної конференції [«Теоретичні та практичні аспекти розвитку сучасної економіки»], (Львів, 28-29 грудня 2012 р.) – Львів: ЛЄФ, 2012. Ч. 2. – С. 26-28.
20. Бирка М.І. Процес залучення прямих іноземних інвестицій на підприємства: основні характеристики / М.І. Бирка // Збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції [«Сучасні проблеми інвестиційної діяльності в Україні»], (Київ, 18-19 січня 2013 р.), - Київ: ГО «Київський економічний науковий центр», 2013. Ч 2. – С. 92-94.
21. Бирка М.І. Проблема формування системи залучення прямих іноземних інвестицій на підприємства / М.І. Бирка // Тези доповідей IV Міжнародної науково-практичної конференції [«Стратегії розвитку економічних систем на мікро- та макрорівнях»], (Дніпропетровськ, 17-18 травня 2013 р.) – Дніпропетровськ: Видавничий дім «Гельветика», 2013. – С. 11-14.
22. Бирка М.І. Характеристика суб'єктів процесу залучення прямих іноземних інвестицій на підприємства та їх функції / М.І. Бирка // Тези доповідей Міжнародної науково-практичної конференції [«Ринкові економічні механізми сталого розвитку: інноваційне та фінансове забезпечення»], (Дніпропетровськ, 9-10 травня, 2014). – Дніпропетровськ: Видавничий дім «Гельветика», 2014. – С. 26-28.

23. Бурковець О.С. Підвищення інвестиційної привабливості промислових підприємств: Автореф.: дис. канд. екон. наук: 08.06.01 / О.С. Бурковець; Східноукр. Нац. ун-т ім. В. Даля. – Луганськ, 2006. – 18 с.: рис. – укр.
24. Бланк И.А. Инвестиционный менеджмент / И. А. Бланк. – К.: Эльга – Ника центр, 2001. – 448 с.
25. Ваш М. Маркетинг отношений и сетевая экономика // [Електронний ресурс]. – Доступний з http://www.marketing.spb.ru/lib-comm/net_4i.htm
26. Великий Ю.М. Інвестиційний менеджмент. Навчально-практичний посібник / Ю.М. Великий, В.О. Коюда. – Харків: Вид. ХНЕУ, 2009. – 256 с.
27. Вовк В. М. Основи системного аналізу / В. М. Вовк, З. Б. Дрогомирецька. – Львів: Видавничий центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2002. – 248 с.
28. Вовк В. М. Інвестиції та їхні оптимізаційні моделі / В. М. Вовк, І. М. Паславська. – Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2009. – 286 с. – (навчальний посібник).
29. Воронкова А.Э. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом предприятия: диагностика и организация. Монография. – Луганск: ВГУ, 2000. – 315 с.
30. Головне управління статистики у Львівській області. Інвестиції зовнішньоекономічної діяльності Львівської області у 2013 році / Головне управління статистики у Львівській області. – Львів: ГУСЛО, 2014. – 51 с. – (Статистичний бюлетень).
31. Головне управління статистики у Львівській області. Інвестиції у Львівській області за 2013 р. / Головне управління статистики у Львівській області. – Львів: ГУСЛО, 2014. – 126 с. – (Статистичний збірник).
32. Головне управління статистики у Львівській області. Промисловість Львівщини [Електронний ресурс] / Головне управління статистики у Львівській області // Статистичний збірник. – 2013. – Режим доступу до ресурсу: http://lv.ukrstat.gov.ua/ukr/publ/2013/ZB032012Y13_2.pdf.

33. Горбань О. М. Основи теорії систем та системного аналізу / О. М. Горбань, В. Є. Бахрушин. – Запоріжжя: Гуманітарний університет “ЗІДМУ”, 2004. – 204 с. – (Навчальний посібник).
34. Гордон Я.Х. Маркетинг партнерских отношений. – СПб.: Питер, 2001. – 379 с. – (Сер.: Маркетинг для профессионалов).
35. Губський Б.В. Інвестиційні процеси в глобальному середовищі. – К.: Наукова думка. – 1998. – 390с.
36. Гипермаркет на месте Автопогрузчика [Електронний ресурс] // «Контракты. – 2004. – » №42. – Режим доступу до ресурсу: <http://archive.kontrakty.ua/gc/2004/42/52-gosregulirovanie.html?lang=ru>.
37. Дэйвисон М. Многомерное шкалирование: Методы наглядного представления данных: Пер. с англ. – М.: Финансы и статистика, 1988. – 254 с.
38. Державне агентство з інвестицій та управління національними проектами України. Інвестиційний паспорт Львівської області / Державне агентство з інвестицій та управління національними проектами України, Львівська обласна державна адміністрація, Львівський регіональний центр з інвестицій та розвитку, 2013. – 30 с.
39. Державна служба статистики України. Методологічні положення з організації державного статистичного спостереження щодо інвестицій зовнішньоекономічної діяльності / Державна служба статистики України. – Київ: Державна служба статистики України, 2012. – 16 с. – (Затверджено Наказом Державної служби статистики України від 12.11.2012 р. № 457).
40. Державна служба статистики України. Методологічні положення з організації державного статистичного спостереження щодо інвестицій зовнішньоекономічної діяльності / Державна служба статистики України. – Київ: Державна служба статистики України, 2014. – 17 с. – (Затверджено Наказом Державної служби статистики України від 03.10.2014 № 284).
41. Діагностика стану підприємства: теорія і практика. Монографія /за заг. ред. проф. А.Е. Воронкової. – Харків: ВД "ІНЖЕК", 2008. – 520 с.

42. Економічна енциклопедія: у трьох томах. Т. 3 / [ред кол.: С.В. Мочерний (відп. ред) та ін.] – К.: Видавничий центр «Академія», 2002. – 952 с.
43. Енциклопедія інвестицій / Р.Дяків, А. Бохан, Я. Козак, С. Ліфінцев. – Міжнародна економічна фундація: Київ, 2008. – 511 с.
44. Эрроу К. Дж. Коллективный выбор и индивидуальные ценности: Пер. с англ. – М.: ГУ-ВШЭ, 2004. – 204 с.
45. Європейська бізнес асоціація. Індекс інвестиційної привабливості [Електронний ресурс] / Європейська бізнес асоціація. – 2014. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.eba.com.ua/uk/about-eba/indices/investment-attractiveness-index>.
46. Єлейко І. Вплив культури на транснаціональні злиття та поглинання [Електронний ресурс] / І. Єлейко, Х. Данилюк // Вісник Львівського університету. Сер. : Міжнародні відносини . - 2012. - Вип. 31. - С. 248-257. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/VLNU_Mv_2012_31_29.pdf
47. Жорнокуй Ю. М. Корпоративні злиття та поглинання як причина виникнення корпоративного конфлікту / Ю. М. Жорнокуй // Право та інновації . - 2013. - № 4. - С. 101-114. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/apir_2013_4_11.pdf
48. Забродский В. А. Развитие крупномасштабных экономико-производственных систем / В. А. Забродский, Н. А. Кизим. – Харьков: Бизнес Информ, 2000. – 72 с.
49. Загородній, А.Г., Стадницький, Ю.І. Менеджмент реальних інвестицій. – К.: Т-во «Знання», КОО, 2000. – 209 с.
50. Звіт про роботу Фонду державного майна України, хід та результати виконання Державної програми приватизації у 2013 році [Електронний ресурс] / Фонд державного майна України // Фонд державного майна України. – 2014. – Режим доступу до ресурсу: http://www.spfu.gov.ua/_layouts/SPFUSiteDefinition/ReportsMFI.aspx.
51. Замятина О. М. Моделирование систем : Учебное пособие / О. М. Замятина. – Томск: Изд-во ТПУ, 2009. – 204 с.
52. Інвестиційний клімат Львівської області / [С. Матковський, В. Кравців, С. Зимовіна та ін.]. – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2014. – 206 с. – (науково-аналітичне видання).

53. Інститут економічних досліджень та політичних консультацій. Рейтинг інвестиційної привабливості регіонів 2014 [Електронний ресурс] / Інститут економічних досліджень та політичних консультацій. – 2014. – Режим доступу до ресурсу:
http://www.ukrproject.gov.ua/sites/default/files/upload/rejting_investiciynoyi_privabli_vosti_regioniv_2014_1.pdf.
54. Інструкція щодо заповнення форми державного статистичного спостереження №1-ПЕ «Місячний звіт про економічні показники за видами економічної діяльності, що відносяться до добувної, переробної промисловості, виробництва і розподілення електроенергії, газу, тепла та води», затвердженої наказом Держкомстату від 25.11.2005 №380, зареєстрованої в Міністерстві юстиції України 13.12.2005 за № 1491/11771 /зі змінами/.
55. Інструкція щодо заповнення форми державного статистичного спостереження №1-інновація «Обстеження інноваційної діяльності промислового підприємства», затвердженої наказом Держкомстату від 01.10.2008 №361, зареєстрованої в Міністерстві юстиції України 29.10.2008 за № 1047/ 15738 /зі змінами/.
56. Інформаційне агентство ZIK. «Автонавантажувач» хоче захисту від загадкового інвестора з Росії [Електронний ресурс] / Інформаційне агентство ZIK // Інформаційне агентство ZIK. – 2010. – Режим доступу до ресурсу:
<http://zik.ua/ua/photoreport/2010/08/17/241355>.
57. Іщук С.О. Інвестиційний процес і перспективи розвитку виробничої сфери у Західному регіоні України / С. О. Іщук // Регіональна економіка . – 2014 . – №3 . – С. 217-227.
58. Калініченко З. Методика оцінки інвестиційного потенціалу інтегрованих підприємств / З. Калініченко. // Економічний аналіз. – 2010. – №7. – С. 273–276.
59. Капустин В.Ф. Неопределенность: виды, интерпретации, учет при моделировании и принятии решений/ В.Ф. Капустин // Вестник Санкт-Петербургского университета. – 1993. – № 2. – С. 108–114.

60. Карпенко Ю.В. Класифікаційний аспект економічної категорії «потенціал» // Коммунальное хозяйство городов. – 2003. - Научно-технический сборник №48. – с. 109- 113.
61. Кацило Д. Чуркин: Банкротство затронуло только мелкие компании холдинга ЛАЗ [Електронний ресурс] / Денис Кацило // ЛІГАБізнесІнформ. – 2013. – Режим доступу до ресурсу: <http://biz.liga.net/pervye-litsa/avto/intervyu/2450819-churkin-bankrotstvo-zatronulo-tolko-melkie-kompanii-kholdinga-laz.htm>.
62. Кендалл Дж. И. Современные методы управления портфелями проектов и офис управления проектами. Максимизация ROI ; пер с англ. / [под общ. редакцией Е. В. Колосовой, А. В. Цветкова] / Джералд И. Кендалл, Стивен К. Роллинз. – М. : ЗОА ПМСОФТ, 2004. – 576 с.
63. Комерційна дипломатія: торговельна політика і право / [Л. Доусон, М. Мальський, Е. ВанДузер та ін.]. – Львів: Астролябія, 2005. – 520 с.
64. Коротков Э. М. Концепция менеджмента / Э. М. Коротков. – Москва: Издательско-консалтинговая компания "ДЕКА", 1997. – 304 с.
65. Котлер Ф. Привлечение инвесторов: Маркетинговый подход к поиску источников финансирования / Филип Котлер, Хермаван Картаджайя, Дэвид Янг. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2009. – 194 с.
66. Коуз Р. Фирма. Рынок. Право./ Р. Коуз. – М.: Дело Лтд (при участие изд-ва "Catallaxy"), 1993. –192 с.
67. Кравцова О. М. Доведення жо банкрутства: економічна сутність та ознаки / О. М. Кравцова. // Научные труды ДонНТУ. – 2012. – №41. – С. 195–201.
68. Кримінальний кодекс України від 05.04.2001 № 2341-III: за станом на 1 січн. 2012 р. // Відомості Верховної Ради України. – 2001. - N 25-26. - ст.131. - зі змін. та допов. // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukraine-zakoni.com>
69. Кругман П. Р. Международная экономика / П. Р. Кругман, М. Обстфельд. – СПб: Питер, 2003. – 832 с. – (5-те). – (Серия «Учебник для вузов»).
70. Кубах Т. Ринок злиття та поглинання: сучасний стан та перспективи розвитку [Електронний ресурс] / Т. Г. Кубах // Ефективна економіка. – 2012. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=1151>.

71. Кузьмін О. Є. Діагностика потенціалу підприємства / О. Є. Кузьмін, О. Г. Мельник. // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – №1. – С. 155–166.
72. Кузьмін О.Є. Економічна діагностика: Навч. госібник. / О. Є. Кузьмін, О. Г. Мельник. – К.: Знання, 2012. – 318 с.
73. Кузьмін О. Є. Методологічні засади побудови систем індикаторів на підприємствах / О. Є. Кузьмін, О. Г. Мельник. // Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. Вісник Національного університету "Львівська політехніка". – 2007. – №576. – С. 150–154.
74. Кузьмін О. Є. Нова парадигма побудови систем менеджменту [Електронний ресурс] / О. Є. Кузьмін, Н. Я. Петришин, Н. М. Сиротинська // Демократичне врядування: наук. вісник Львівського регіонального інституту державного управління Національної академії державного управління при Президентові України. – 2010. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.lvivacademy.com/visnik6/fail/Syrotynska.pdf>.
75. Кузьмін О. Є. Теоретичні та прикладні засади менеджменту / О. Є. Кузьмін, О. Г. Мельник. – Львів: Національний університет "Львівська політехніка" (Інформаційно-видавничий центр "ІНТЕЛЕКТ+" Інституту післядипломної освіти), "Інтелект-Захід"), 2007. – 384 с.
76. Куклінова Т.В. Розвиток малих та середніх підприємств: проблеми аналізу та ефективності / Т. В. Куклінова // Вісник Хмельницького національного університету. Серія «Економічні науки». – 2007. - №4, Т. 1. – С. 193-196.
77. Кунцевич В.О. Підходи до діагностики фінансового потенціалу підприємства / В.О. Кунцевич // Актуальні проблеми економіки. – 2004. – №1(43). – С. 68-75.
78. Кустовська О. В. Методологія системного підходу та наукових досліджень / О. В. Кустовська. – Тернопіль: Економічна думка, 2005. – 124 с.
79. Кучин Б. Л. Управление развитием экономических систем: технический прогресс, устойчивость / Б. Л. Кучин, Е. В. Якушева. – Москва: Экономика, 1990. – 158 с.
80. Лафта Д. К. Теория организации / Дж. К. Лафта. – Москва: ТК Велби, Проспект, 2006. – 416 с.

81. Литвак Б. Г. Экспертные технологи в управлении / Б. Г. Литвак. – Москва: Дело, 2004. – 400 с.
82. Литюга Ю. В. Розвиток інвестиційного потенціалу підприємства / Ю. В. Литюга. // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія «Проблеми економіки та управління». – 2010. – №683. – С. 354–358.
83. Лутц Ш. Вплив прямих іноземних інвестицій на продуктивність праці та рівень експорту українських підприємств / Ш. Лутц, О. Талавера. // Інститут економічних досліджень та політичних консультацій в Україні. – 2002. – Наукові матеріали №14.
84. Макарюк О.В. Обґрунтування управлінських рішень в умовах неповної визначеності в системі менеджменту підприємства: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04 – економіка та управління підприємствами / О.В. Макарюк. – Суми: Сумський державний університет, 2008. – 221 с.
85. Максименко А. В. Тенденції та стратегічні мотиви злиття і поглинання міжнародних корпорацій // Економічний часопис-XXI . - 2013. - № 9-10(1). - С. 11-14.
86. Мартемьянов, Ю. Ф. Экспертные методы принятия решений: учеб. пособие / Ю. Ф. Мартемьянов, Т. Я. Лазарева. – Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2010. – 80 с.
87. Маслій, В. Теоретичні аспекти застосування методу групувань в статистичному дослідженні процесу іноземного інвестування в Україні // Економічний аналіз : зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет. – 2011. – № 8/1. – С. 446 – 448.
88. Мельник О. Г. Діагностика діяльності машинобудівного підприємства на засадах системи економічних індикаторів / О. Г. Мельник. – Львів: Видавництво ДП "Видавничий дім "УКРПОЛ", 2009. – 188 с.
89. Мельник О.Г. Фінансовий потенціал машинобудівного підприємства: сутність та індикатори оцінювання / О.Г. Мельник // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія «Менеджмент». – 2007. – № 606. – С. 46-51.

- 90.Методика інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємств та організацій [Електронний ресурс] // Агентство з питань запобігання банкрутству підприємств та організацій. – 1998. – Режим доступу до ресурсу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0214-98>.
- 91.Мочерний С. В. Методологія економічного дослідження / С. В. Мочерний. – Львів: Світ, 2001. – 416 с. – (монографія).
- 92.Мур А. Руководство по безопасности бизнеса. Практическое пособие по управлению рисками / А. Мур, К. Хларден. – Москва: Филинь, 1998. – 328 с.
- 93.Обушна Н. І. Державне регулювання прямих іноземних інвестицій в Україні / Н. І. Обушна, Т. В. Мацибора. – Київ: ННЦ „Інститут аграрної економіки”, 2012. – 193 с.
- 94.Огієнко В. І., Луняков О. В. Асиметрія інформації в інвестиційних процесах. // Актуальні проблеми економіки. – №1 (127). - 2012. – С. 320 -334.
- 95.Орлов А.И. Экспертные оценки. Учеб. пособие / А.И.Орлов. - М.: 2002, - 31 с.
- 96.Орлова И. В. Экономико-математические методы и модели : компьютерное моделирование / И. В. Орлова. – М. : Издательство : «Вузовский учебник», 2007. – 365 с.
- 97.Острейковский В. А. Теория систем / В. А. Острейковский. – М. : Высшая школа, 1997. – 240 с.
- 98.Офіційний веб-сайт Конференції ООН з торгівлі й розвитку [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: www.unctad.org/.
- 99.Палий В. Ф. Еще раз про маркетинг-микс, или не оставит ли наконец в покое концепцию 4р? // [Електронний ресурс]. - Доступний з http://www.iteam.ru/publications/marketing/section_28/article_3455/
100. Пасхавер О. Й. Приватизація та реприватизація в Україні після "помаранчевої" революції / О. Й. Пасхавер, Л. Т. Верховодова, К. М. Агеєва. – Київ: Міленіум, 2006. – 106 с. – (Центр економічного розвитку).
101. Пасхавер О. Й. Українська приватизація: групи інтересів, причини кризи, шляхи її подолання / О. Й. Пасхавер, Л. Т. Верховодова, К. М. Агеєва. – Київ: Центр економічного розвитку, 2008. – 58 с.

102. Пересада А.А. Управління інвестиційним процесом / А.А. Пересада. – К.: Лібра, 2002. – 472 с.
103. Пехник А. В. Іноземні інвестиції в економіку України / А. В. Пехник . - К. : Знання, 2007. - 336 с.
104. Покатаєва К. П. Теоретичні аспекти визначення категорій «інвестиційний потенціал» та «інвестиційна привабливість» / К. П. Покатаєва // Коммунальное хозяйство городов : научн.-технич. сб. Серия : Экономические науки. – К. : Техника. – 2007. – Вып. 75. – С. 262-268.
105. Профспілки назвали найбільш проблемні підприємства Львова та області [Електронний ресурс] // Аналітичне Інтернет-видання ZAXID.NET. – 2009. – Режим доступу до ресурсу: http://zaxid.net/news/showNews.do?profspilki_nazvali_naybilsh_problemnii_pidpriyemstva_lvova_ta_oblasti&objectId=1076706.
106. Раєвнева О. В. Управління розвитком підприємства: методолгія, механізми, моделі / О. В. Раєвнева, Науково-дослідний центр індустріальних проблем розвитку НАН України, Харківський національний економічний ун-т. – Харків: ВД "ІНЖЕК", 2006. – 496 с. – (монографія).
107. Рогач О. Міжнародні інвестиції: теорія та практика бізнесу транснаціональних корпорацій / О. Рогач. – Київ: Либідь, 2005. – 720 с.
108. Саати Томас Л. Принятие решений при зависимостях и обратных связях: Аналитические сети. – Пер. с англ. / Науч.ред. А. В. Андрейчиков, О. Н. Андрейчикова. – М. : Издательство ЛКИ, 2008. – 360 с.
109. Свірідова Н. Д. Прямі іноземні інвестиції: світовий досвід та стратегія залучення в економіку України: Монографія. – Луганськ: Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2004. – 164с.
110. Система корпоративного управління: формування та оцінювання на засадах економічних індикаторів (на прикладі машинобудування) / О. Є.Кузьмін, А. М. Дідик, О. Г. Мельник, О. В. Мукан. – Львів: Тріада плюс, 2008. – 369 с. – (монографія).

111. Слава С. Інституційне забезпечення інвестиційно-інноваційного розвитку територій: зарубіжний та український досвід / С. Слава, П. Сегварі, Р. Моркунайте. – К.: «К.І.С.», 2008. – 112 с.
112. Смирнова М.М. Управление взаимоотношениями на промышленных рынках как источник конкурентных преимуществ компании // Российский журнал менеджмента. – 2006. Т.4. - №3. – С. 27-54.
113. Снетков Н. Н. Имитационное моделирование экономических процессов: Учебно-практическое пособие. – М. : Изд. центр ЕАОИ, 2008. – 228 с.
114. Страйк працівників ЗАТ «Автонавантажувач», ТОВ «Львівський завод гідромеханічних передач та трансмісій» і ТОВ «ТВП «Львівський автонавантажувач» влада вважає невмотивованим [Електронний ресурс] // Портал "Щоденний Львів". – 2010. – Режим доступу до ресурсу: <http://old.dailylviv.com/news/28356>.
115. Сурмин Ю. П. Теория систем и системный анализ: Учеб. пособие. — К.: МАУП, 2003. – 364 с.
116. Сухоруков А. І. та ін.. Інвестування української економіки: Монографія / За ред. А. І. Сухорукова; РНБОУ, Нац. ін-т проблем міжнародної безпеки. – К., 2005. – 439 с.
117. Терещук Г. Зі Львова хочуть викрасти цілий завод [Електронний ресурс] / Галина Терещук // Радіо Свобода. – 2010. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.radiosvoboda.org/content/article/2130474.html>.
118. Тесля С. Прямі іноземні інвестиції як економічна категорія, їх суть та класифікація / С. Тесля. // Науковий вісник НЛТУ України. – 2009. – №19 (3). – С. 131–139.
119. Тычинский А.В. Управление инновационной деятельностью компаний: современные подходы, алгоритмы, опыт / А.В. Тычинский. – Таганрог, ТРТУ, 2006. – 160 с.
120. Тодаро М. Экономическое развитие / М.П. Тодаро. – Москва: ЮНИТИ, 1997. – 672 с.

121. Томашевський В. М. Моделювання систем / Томашевський В. М. – К. : Видавнича група ВНУ, 2005. – 352 с.
122. Управління потенціалом підприємства / [І.С. Должанський, Т.О. Загорна, О.О. Удалих, І.М. Герасименко, В.М. Ращупкіна]. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 362 с.
123. Федоренко В.Г. Іноземне інвестування економіки України. — К.: МАУП, 2004. – 272 с.
124. Федоров Р. Як залучати прямі іноземні інвестиції: практичний посібник для українських міст та районів / Р. Федоров, О. Осовець. – Сімферополь: ПРООН, 2013. – 128 с.
125. Фертик О. Перипетії санації на "Автоновантажувачі" [Електронний ресурс] / Оріся Фертик // Поступ. – 2004. – Режим доступу до ресурсу: <http://postup.brama.com/usual.php?what=20995>.
126. Философский словарь / под ред. И.Т. Фролова. – 7-е изд., перераб. и доп. – Москва: Республика, 2001. – 720 с.
127. Фльорко В.А. Ризик неточної оцінки інвестиційної привабливості підприємства / В.А. Фльорко // Економіка промисловості. – 2004. - №1. – С. 107-119.
128. Хобта В. М. Активізація і підвищення ефективності інвестиційних процесів на підприємствах / В. М. Хобта, О. Ю. Попова, А. В. Мєшков. – Донецьк: Інститут економіки промисловості НАН України, ДНТУ, 2005. – 343 с. – (Монографія).
129. Христиановский В. В. Экономико-математические методы и модели: теория и практика : Учебное пособие / В. В. Христиановский, В. П. Щербина. – ДонНУ. – Донецк, 2010. – 335 с.
130. Центр соціально-економічних досліджень CASE. Участь іноземних інвесторів у приватизації [Електронний ресурс] / Центр соціально-економічних досліджень // Центр соціально-економічних досліджень. – 2007. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.case-ukraine.com.ua/u/db/4d7b242a2279bdb459ffde26192e3128.pdf>

131. Чадин С. Когда компании выгодно привлечь стратегического инвестора // Практический журнал по управлению финансами компании Финансовый директор, № 7-8(96), 2010. – с. 24- 28.
132. Черваньов Д.М. Менеджмент інвестиційної діяльності підприємств: навч. посіб. / Д.М.Черваньов. – К.: Знання-Прес, 2003. – 622 с.
133. Швагуляк-Шостак О. На"ЛАЗе" заговорят по-венгерски [Електронний ресурс] / Ольга Швагуляк-Шостак // «Контракты» №23. – 2003. – Режим доступу до ресурсу: <http://archive.kontrakty.ua/gc/2003/23/39-nalaze-zagovoryat-po-vengerski.html>.
134. Штукатурова А. Іноземний інвестор на шляху до української землі: перепони та їх подолання / Анжеліка Штукатурова. // Національна безпека і оборона. Центр Разумкова.. – 2009. – №3. – С. 64–68.
135. Яковлєв А. І. Формування та оцінювання портфеля реальних інноваційно-інвестиційних проектів на переробних підприємствах / А. І. Яковлєв, С. О. Васильцова. – Харків: ООО «Цифра Прінт», 2013. – 225 с. – (моногографія).
136. Яременко В. Новий тлумачний словник української мови / В. Яременко, О. Сліпушко. – Київ: Аконіт, 1999. – 941 с. – (Нові словники; т. 4).
137. Altenburg T. Linkages and Spillovers between Transnational Corporations and Small and Medium-sized Enterprises in Developing Countries Opportunities and Best Policies / T. Altenburg. – Berlin: German Development Institute, 2000. – 67 с. – (Reports and Working Papers 5/2000).
138. Amis D. Winning Angels: The 7 Fundamentals of Early Stage Investing / D. Amis, H. Stevenson. – London: Financial Times/Prentice Hall, 2001. – 400 с.
139. Ayyagari M. Does FDI facilitate domestic entry? Evidence from the Czech Republic / M. Ayyagari, R. Kosova. // Review of International Economics. – 2010. – №18 (1). – С. 14–29.
140. ECORYS. Exchange of Good Practice in Foreign Direct Investment Promotion. / ECORYS. – Rotterdam: ECORYS Nederland BV, 2013. – 156 с.
141. Banerjee A. A Simple Model of Herd Behavior / A. Banerjee. // The Quarterly Journal of Economics. – 1992. – №107 (3). – С. 797–817.

142. Banks D. Best Practice Guidelines for Investment Promotion / D. Banks // Foreign Investment in China's Regional Development: Prospects and Policy Challenges. / D. Banks., 2001. – (OECD-China Conference).
143. Barrios S. Foreign direct investment, competition and industrial development in the host country / S. Barrios, H. Görg, E. Strobl. // European Economic Review. – 2005. – №49 (7). – С. 1761–1784.
144. Barlett C. Transnational management, sixth edition. Text, Cases, and Readings in Cross-Border Management / C. Barlett, P. Beamish. – New York: McGraw-Hill, 2011.
145. Barry H. Foreign direct investment, agglomeration and demonstration effects: An empirical investigation / H. Barry, H. Görg, E. Strobl. // Review of World Economics. – 2003. – №139 (4). – С. 583–600.
146. Beckmann D. Does Culture Affect Asset Managers' Views and Behaviour? // , doi: 10/1016/j.jebo.2007.12.001 [Электронный ресурс] / D. Beckmann, L. Menkoff, M. Suto // Journal of Economic Behaviour and Organizations. – 2008. – Режим доступа до ресурсу: http://diskussionspapiere.wiwi.uni-hannover.de/pdf_bib/dp-367.pdf.
147. Belderbos R. Backward vertical linkages of foreign manufacturing affiliates: Evidence from Japanese multinationals / R. Belderbos, G. Capannelli, K. Fukao. // World Development. – 2001. – №29 (1). – С. 189–208.
148. Blankespoor, E., Miller, G., White, H. Firm Dissemination, Direct-Access Information Technology and Information Asymmetry // Working Paper // ssrn.com, 2011.
149. Blonigen B. A Review of Empirical Literature on FDI Determinants / B. Blonigen. // Atlantic Economic Journal. – 2005. – №33 (4). – С. 383–403.
150. Brown R. The changing nature of foreign investment promotion in Europe: from promotion to management / R. Brown, P. Raines // Dunning J.H. (ed.) Regions, Globalisation, and the Knowledge-Based Economy / R. Brown, P. Raines. – Oxford: Oxford University Press, 2000. – С. 435–457.
151. Buckley P. Twenty years of the World Investment Report: retrospect and prospects / P.J. Buckley. // Transnational Corporations. – 2010. – №19 (2). – С. 1–28.

152. Buckley P. J. Analyzing Foreign Market Entry Strategies: Extending the Internalization Approach / P. J. Buckley, M. C. Casson. // *Journal of International Business Studies*. – 1998. – №29 (3). – C. 539–562.
153. Byrka M. The Role of Investment promotion Agencies in Attracting Foreign Direct Investment / A. Miškinis, M. Byrka// *Ekonomika*. – 2014. – № 93 (4). – P. 41- 57.
154. Cantwell, J. and Mudambi, R. MNE competence creating subsidiaries mandates // *Strategic Management Journal*. – 2005. - № 12. – P. 155–172.
155. Carr D. Estimating The Knowledge-Capital Model Of The Multinational Enterprise / D. Carr, J. Markusen, K. Maskus. // *American Economic Review*. – 2001. – №91 (3). – C. 693–708.
156. Cass F. Attracting FDI to Transition Countries: the Use of Incentives and Promotion Agencies / F. Cass. // *Transnational Corporations*. – 2007. – №16 (2). – C. 77–122.
157. Caves R. E. *Multinational Enterprise and Economic Analysis*. – Cambridge, 1999. – P. 402.
158. Caves, R. E. *International Corporations: The Industrial Economics of Foreign Investment* // *Economica*. – 1971. – № 3. – P. 1-27.
159. Charlton A. Does Investment Promotion Work? / A. Charlton, N. Davis. // *The B.E. Journal of Economic Analysis & Policy*. – 2007. – №7 (1). – C. 1–21.
160. Chen, T. J. and Ku, J. H. The Effect of Foreign Direct Investment on Firm Growth: The Case of Taiwan's Manufactueres'// *Japan and the World Economy*. – 2000. –№ 12. – P. 153- 172.
161. Christodoulou P. *Inward Investmen: An Overview and Guide to the Literature* / P. Christodoulou. – London: British Library, 1996.
162. Claessens S. Ownership and corporate governance: evidence from the Czech Republic / S. Claessens, S. Djankov, G. Pohl. // *World Bank Policy Research Working Paper 1737*. – 1997.
163. Dima S. From International Trade to Firm Internationalization / S. C. Dima. // *European Journal of Interdisciplinary Studies*. – 2010. – №1 (3). – C. 8–15.
164. Dunning J. H. *Multinational Enterprises and the Global Economy*. – Wokingham: Addison-Wesley, 1993. – P. 687.

165. Dunning J. The Influence of Hymer Dissertation on the Theory of Foreign Direct Investment / J. Dunning, A. Rugman. // American Economic Review. – 1985. – №75 (2). – С. 228–233.
166. Enderwick P. Attracting “desirable” FDI: theory and evidence / P. Enderwick. // Transnational Corporations. – 2005. – №14 (2). – С. 93–119.
167. Ernst & Young’s European Investment Monitor. Europe’s 2013 FDI map and rankings [Электронный ресурс] / Ernst & Young’s European Investment Monitor. – 2014. – Режим доступа до ресурсу: <http://www.ey.com/GL/en/Issues/Business-environment/european-attractiveness-survey-2014-europe-s-2013-fdi-map-and-rankings>
168. Ernst & Young. EY's attractiveness survey. Europe 2014: back in the game [Электронный ресурс] / Ernst & Young // EY's attractiveness survey. – 2014. – Режим доступа до ресурсу: [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-2014-european-attractiveness-survey/\\$FILE/EY-2014-european-attractiveness-survey.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-2014-european-attractiveness-survey/$FILE/EY-2014-european-attractiveness-survey.pdf).
169. European Bank for Reconstruction and Development. Transition Report 1997: Enterprise Performance and Growth / European Bank for Reconstruction and Development. – London: EBRD, 1997.
170. European Bank for Reconstruction and Development. Transition Report 1998: Financial Sector in Transition / European Bank for Reconstruction and Development. – London: EBRD, 1998.
171. fDi Intelligence. Report on IPA Innovation awards 2013 [Электронный ресурс] / fDi Intelligence // London: The Financial Times Ltd.. – 2013. – Режим доступа до ресурсу: <http://www.fdiintelligence.com/Rankings/fDi-Innovation-Awards-2013>.
172. fDi Intelligence. The fDi report 2013 / fDi Intelligence. – London: The Financial Times Ltd, 2013. – 20 с.
173. fDi Intelligence. The fDi report 2014 / fDi Intelligence. – London: The Financial Times Ltd, 2014. – 19 с.
174. fDi Intelligence. Ranking of European Cities & Regions of the Future [Электронный ресурс] / fDi Intelligence. – 2014. – Режим доступа до ресурсу:

<http://www.fdiintelligence.com/Locations/Europe/European-Cities-and-Regions-of-the-Future-2014-15>.

175. Foreign direct investment and privatization in Central and Eastern Europe: the case of Poland / [W. Jermakowicz, Z. Bochniarz, C. Bella та ін.]. – Warsaw: Center for Social and Economic Research (CASE), Scientific Foundation, 1995. – (ACE Research Project No. ACE-92-0108-R).
176. Fosfuri A. Foreign direct investment and spillovers through labor mobility / A. Fosfuri, M. Motta, T. Ronde. // *Journal of International Economics*. – 2001. – №53 (1). – С. 205–222.
177. Franco C. Why do firms invest abroad? An analysis of the motives underlying Foreign Direct Investments [Електронний ресурс] / Ch. Franco. – 2008. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.etsg.org/ETSG2008/Papers/Franco.pdf>.
178. Glaum M. 40 years of research on internationalization and firm performance: More questions than answers? / M. Glaum, M. Oesterle. // *Management International Review*. – 2007. – №47 (3). – С. 307–317.
179. Gorynia M. Motives and Modes of FDI, Firm Characteristics and Performance: Case Studie of Foreign Subsidiaries in Poland / M. Gorynia, J. Nowak, R. Wolniak. // *Journal of Transnational Management*. – 2005. – №10 (3). – С. 55–87.
180. Görg H. Much Ado About Nothing? Do Domestic Firms Really Benefit from Foreign Direct Investment? / H. Görg, D. Greenaway. // *Discussion Paper Series of the Institute for the Study of Labor*. – 2003. – №944. – С. 1–38.
181. Greenaway D. Do domestic firms learn to export from multinationals? / D. Greenaway, N. Sousa, K. Wakelin. // *European Journal of Political Economy*. – 2004. – №20 (4). – С. 1027–1043.
182. Grinblatt M. How Distance, Language and Cultural Influence Stockholdings and Trades / M. Grinblatt, M. Keloharju. // *The Journal of Finance*. – 2001. – С. 1053–1073.
183. Grönroos C. Value-driven relational marketing: from products to resources and competences / C. Grönroos. // *Journal of Marketing Management*. – 1997. – №13 (5). – P. 407–419.

184. Grönroos C. Relationship marketing: Challenges for the organization / C. Grönroos. // *Journal of Business Research*. – 1999. – №46 (3). – С. 327–335.
185. Guimón J. Competing for high-quality FDI: Management challenges for investment promotion agencies / J. Guimón, S. Filippov. // *Institutions and Economies*. – 2012. – №4 (2). – С. 25–44.
186. Harding T. Developing economies and international investors: do investment promotion agencies bring them together? / T. Harding, B. Javorcik. // *The World Bank*. – 2007. – Policy Research Working Paper Series 4339.
187. Harding T. Roll out the Red Carpet and They Will Come: Investment Promotion and FDI Inflows / T. Harding, B. Javorcik. // *The Economic Journal*. – 2011. – №121 (557). – С. 1445–1476.
188. Harding T. Investment Promotion and FDI Inflows: Quality Matters [Электронный ресурс] / Т. Хардинг, В. Яворчик // *CESifo Economic Studies*. – 2012. – Режим доступа до ресурсу: <http://cesifo.oxfordjournals.org/content/early/2012/07/18/cesifo.ifs029.short>.
189. Harker J. M. Relationship marketing defined? An examination of current relationship marketing definitions / J. M. Harker. // *Marketing Intelligence & Planning*. – 1999. – №17 (1). – P. 13–20.
190. Haskel J. Does Inward Foreign Direct Investment Boost the Productivity of Domestic Firms? / J. Haskel, S. Pereira, M. Slaughter. // *NBER*. – 2002. – Working Paper №8724.
191. Heiner R. The origin of predictable behavior / R. Heiner. // *American Economic Review*. – 1983. – №73 (4). – P. 560 – 595.
192. Hennart J. Greenfield vs. Acquisition: The Strategy of Japanese Investors in the United States / J. Hennart, Y. Park. // *Management Science*. – 1993. – №39. – С. 1054 – 1070.
193. Hilton D. J. Psychology and the Financial Markets: Applications to Understanding and Remediating Irrational Decision-Making / D. J. Hilton // *Psychology of Economic Decision/ Eds. Isabelle Brocas and Juan D. Carrilo / D. J. Hilton*. – Oxford: Oxford University Press, 2003. – С. 273–297.

194. Hornberger K. Attracting FDI: How Much Does Investment Climate Matter? / K. Hornberger, J. Battat, P. Kusek. // World Bank Group Viewpoint. – 2011. – №327.
195. Hosseini H. An Economic Theory of FDI: A Behavioral Economic and Historical Approach / H. Hosseini. // The Journal of Socio-Economics. – 2005. – №34. – P. 528 – 541.
196. Hunya G. Foreign investment enterprises in the investment process of the Czech Republic, Hungary and Poland / G. Hunya // Final report prepared for the PHARE ACE project P95-2226-R, “Industrial investments: cornerstones in the next stage of the Central European transformation” / G. Hunya.
197. Hunya G. Foreign penetration in central European manufacturing / Gábor Hunya // Integration through Foreign Direct Investment: Making Central Europe Competitive / Gábor Hunya. – Cheltenham: Edward Elgar, 2000. – С. 111–129.
198. Hunya G. Large privatization, restructuring and foreign direct investment / G. Hunya, S. Zecchini // Lessons from the Economic Transition: Central and Eastern Europe in the 1990s / G. Hunya, S. Zecchini. – Boston: Kluwer Academic Publishers, 1997. – С. 275–300.
199. Hymer S. The International Operations of National Firms: A Study of Direct Foreign Investment / S. Hymer. – Cambridge: The MIT Press, 1976. – 253 с.
200. InvestUkraine. Інвестиційні можливості Львівської області [Електронний ресурс] / InvestUkraine – Режим доступу до ресурсу: <http://investukraine.com/uk/1804-lviv-region#sthash.cjoosdxr.dpuf><http://investukraine.com/uk/1804-lviv-region>.
201. Javorcik B. How to Attract FDI and Maximize Its Benefits [Електронний ресурс] / B. Javorcik, B. Kaminski // E-Finance. – 2009. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.e-finanse.com/artykuly/60.pdf>.
202. Javorcik B. To share or not to share: Does local participation matter for spillovers from foreign direct investment / B. Javorcik, M. Spatareanu. // Journal of Development Economics. – 2008. – №85 (1-2). – С. 194–217.

203. Jermakowicz W. W. Foreign Direct Investment in Central and Eastern Europe: 1988-1993 / W. W. Jermakowicz, C. J. Bellas. // International Journal of Commerce&Management. – 1997. – №7 (2). – С. 33–55.
204. Johanson J. The internationalization process of the firm – a model of knowledge development and increasing market commitments / J. Johanson, J. Vahle. // Journal of International Business Studies. – 1977. – №8 (1). – P. 23–32.
205. Joint Research Centre, Directorate-General for Research&Innovation. Monitoring industrial research: The 2011 EU Industrial R&D Investment Scoreboard [Электронный ресурс] / Joint Research Centre, Directorate-General for Research&Innovation // European Commission. European Union. – 2011. – Режим доступа до ресурсу: <http://iri.jrc.ec.europa.eu/documents/10180/11456/The%202011%20EU%20Industrial%20R%26D%20Investment%20Scoreboard;jsessionid=9QnvT9FB6gC6Bx5Vh9TN5nT2lCJpQfmntdLTZCkZvV2R8LTbbdJq!-223570395!1409140129304>.
206. Kaczmarek M. Hurdles remain for Ukraine: Sidar Global Advisors [Электронный ресурс] / Michal Kaczmarek // fDi Intelligence. – 2014. – Режим доступа до ресурсу: <http://www.fdiintelligence.com/News/Hurdles-remain-for-Ukraine-Sidar-Global-Advisors>.
207. Kalotay K. Privatization and FDI in Central and Eastern Europe / K. Kalotay, G. Hunya. // Transnational Corporations. – 2000. – №9 (1). – С. 39 – 66.
208. Kahneman D. Prospect Theory: An Analysis of Decision Under Risk / D. Kahneman, A. Tversky. // Econometrica. – 1979. – №47. – P. 263–291.
209. Kahneman D. Judgements of and by Representativeness / D. Kahneman, A. Tversky // Judgement under uncertainty: Heuristics and biases / D. Kahneman, P. Slovic, A. Tversky., 1982. – P. 84–98.
210. Kaothien U. Globalization and Urbanization / U. Kaothien, D. Webster // Localization in an Era of Globalization / U. Kaothien, D. Webster. – Washington, DC: The World Bank, 2000.
211. Kindleberger C. American Business Abroad / C. P. Kindleberger. // The International Executive. – 1969. – №11 (2). – С. 11–12.

212. Kojima, K. A Macroeconomic Approach to Foreign Direct Investment // Hitotsubashi Journal of Economics. – 1973. – № 14. – P. 1-21.
213. Kojima K., Ozawa T. Micro- and Macro-Economic Model of Direct Foreign Investment: Toward a Synthesis // Hitotsubashi Journal of Economics. – 1984. – 26 (2). – P. 135-145.
214. Korze U. Privatization of the Tobacco Company Ljubljana / U. Korze, M. Simoneti. – Chapel Hill: International Private Enterprise Development Research Center, Kenan Institute of Private Enterprise and University of North Carolina, 1992. – (Central Europe Working Paper Series No. 1).
215. Kuemmerle W. The drivers of foreign direct investments into research and development: an empirical investigation / W. Kuemmerle. // Journal of International Business Strategy. – 1999. – №30. – C. 1–24.
216. Kurowski L. Investment Project Design: a guide to financial and economic analysis with constraints / L. Kurowski, D. Sussman. – New Jersey: John Wiley&Sons, Inc., 2011. – 458 c.
217. Lankes H. Foreign direct investment in economic transition: the changing pattern of investments / H. Lankes, A. Venables. // Economics of Transition. – 1996. – №4 (2). – C. 331–347.
218. Loewendahl H. A framework for FDI promotion / H. Loewendahl. // Transnational Corporations. – 2001. – №10 (1). – C. 1 – 42.
219. Lumby S. Investment appraisal and financial decisions / Steve Lumby. – London: Chapman&Hall, 1994. – 667 c. – (Fifth edition).
220. Markussen J. Chapter 3: International Trade Theory and International Business / J. R. Markussen // The Oxford Handbook of International Business (ed. by Alan M. Rugman) / J. R. Markussen. – Oxford: Oxford University Press, 2001. – C. 877.
221. Malmendier U. CEO Overconfidence and Corporate Investment / U. Malmendier, G. Tate. // The Journal of Finance. – 2005. – LX (6). - P. 2661–2700.
222. Markusen J. The boundaries of multinational enterprises and the theory of international trade / J. R. Markusen. // Journal of Economic Perspectives. – 1995. – №9 (2). – C. 169–189.

223. Meyer K. Entry Mode Choice in Emerging Markets: Greenfield, Acquisition, and Brownfield / K. Meyer, S. Estrin. // CEES. – 1998. – Working Paper №18.
224. Moosa I. Foreign direct investment: theory, evidence, and practice / I. A. Moosa. – NY: Palgrave, 2002. – 311 с.
225. Moran T. Parental Supervision: The New Paradigm for Foreign Direct Investment and Development / T. Moran. – Washington, DC: Institute for International Economics, 2001.
226. Morgan R. E., Katsikeas C. S. Theories of International Trade, Foreign Direct Investment and Firm Internalization: a critique. // Management Decision. – 1997. – № 35(1). – P. 68 – 78.
227. Morisset J. The effectiveness of Promotion Agencies at Attracting Foreign Direct Investment / J. Morisset, K. Andrews-Johnson. // Washington, D.C.: IBRD/World Bank. – 2004.
228. Narula R. Exploring the relationship between direct and indirect spillovers from FDI in Argentina [Электронный ресурс] / R. Narula, A. Marin // MERIT Research Memoranda 2005-024, Maastricht Economic Research Institute on Innovation and Technology. – 2005. – Режим доступа до ресурсу: <http://edocs.uu.unimaas.nl/loader/file.asp?id=1078>.
229. Narula R. Multinational enterprises, development and globalisation: Some clarifications and a research agenda / R. Narula, J. Dunning. // Oxford Development Studies. – 2010. – №38 (3). – С. 263–287.
230. Neuhaus M. FDI: The growth engine in Central and Eastern Europe [Электронный ресурс] / M. Neuhaus // Deutsche Bank Research, No. 26.. – 2005. – Режим доступа до ресурсу: https://www.dbresearch.com/PROD/DBR_INTERNET_DE-PROD/PROD000000000189215/FDI%3A+The+growth+engine+in+Central+and+Eastern+Europe.PDF.
231. Neuhaus M. The Impact of FDI on Economic Growth: an Analysis for the Transition Countries of Central and Eastern Europe / M. Neuhaus. – Heidelberg, New York: Physica Verlag. A springer Company, 2006. – 185 с. – (Contributions to Economics).

232. OECD. Detailed Benchmark Definition of Foreign Direct Investment [Электронный ресурс] / OECD // Paris: OECD, 4th Edition. – 2008. – Режим доступа до ресурсу: <http://www.oecd.org/dataoecd/26/50/40193734.pdf>.
233. Performance of Multinational Firms' Subsidiaries: Influences of Cumulative Experience / G.Gao, Y. Pan, J. Lu, Z. Tao. // Management International Review. – 2008. – №48 (6). – С. 749–768.
234. Pinheiro-Alves R. Behavioural Determinants of Foreign Direct Investment. [Электронный ресурс] / R. Pinheiro-Alves. – 2008. – Режим доступа до ресурсу: <http://mpira.ub.uni-muenchen.de/10297>.
235. PricewaterhouseCoopers. 17th Annual global CEO Survey: Key Findings in the Communications Industry [Электронный ресурс] / PricewaterhouseCoopers // Fit for the Future. – 2014. – Режим доступа до ресурсу: <http://www.pwc.com/gx/en/ceo-survey/2014/assets/pwc-17th-annual-global-ceo-survey-telecom-and-communicationskey-findings.pdf>.
236. Razin A. Excessive FDI Flows Under Asymmetric Information / A. Razin, E. Sadka, C. Yuen. // NBER. – 1999.
237. Roberts M. How Venture Capitalists Evaluate Potential Venture Opportunities / M. Roberts, L. Barley. // Harvard Business School. – 2004. – №9. – С. 1–19.
238. Rojec M. The restructuring of firms in foreign privatizations in Central and Eastern European countries / Matija Rojec. // Transnational Corporations. – 2001. – №10 (3). – С. 1–24.
239. Smarzynska B. Does Foreign Direct Investment increase the Productivity of Domestic Firms? In Search of Spillovers through Backward Linkages / B. Smarzynska. // The World Bank. – 2002. – Policy Research Working Paper №2923.
240. Sherman A. Raising capital: get the money you need to grow your business / Andrew Sherman. – New York: Amacom, 2005. – 444 с. – (American Management Association). – (second edition).
241. Simon H. A Behavioral Model of Rational Choice / H. Simon. // Quarterly Journal of Economics. – 1955. – №69 (1). – С. 99–118.

242. Strategic Alliances, Mergers and Acquisitions. The Influence of Culture on Successful Cooperation : paperback / Jan Ulijn, Geert Duysters, Elise Meijer [and others]. – UK : Edward Elgar Publishing Limited, 2010. – 290 p.
243. The Influence of Policies on Trade and Foreign Direct Investment / [G. Nicoletti, D. Golub, D. Hajkova та ін.]. // OECD Economic Studies. – 2003. – №36. – С. 7–83.
244. The World Bank. New Country Classifications [Електронний ресурс] / The World Bank. – 2013. – Режим доступу до ресурсу: http://data.worldbank.org/about/country-and-lending-groups#High_income
245. UNCTAD. Best Practices in Investment for Development: how to attract and benefit from FDI in small countries. Lessons from Estonia and Jamaica / UNCTAD. – New York and Geneva: United Nations Conference on Trade and Development, 2011. – 100 с. – (Investment Advisory Series). – (В; 6).
246. UNCTAD. The competitiveness challenge: transnational corporations and industrial restructuring in developing countries / UNCTAD. – New York and Geneva: United Nations, 2000. – 265 с.
247. UNCTAD. World Investment Report 2001: Promoting Linkages/ UNCTAD. – New York and Geneva: United Nations, 2001.
248. UNCTAD. World Investment Report 2003: FDI Policies for Development: National and International Perspectives / UNCTAD. – New York and Geneva: United Nations, New York and Geneva: United Nations. 2003.
249. UNCTAD. World Investment Report 2009: Transnational Corporations, Agricultural Production and Development/ UNCTAD. – New York and Geneva: United Nations, New York and Geneva: United Nations. 2009.
250. UNCTAD. World Investment Report 2011: Non-Equity Modes of International Production and Development / UNCTAD. – New York and Geneva: United Nations, 2011.
251. UNCTAD. World Investment Report 2012: Towards a New Generation of Investment Policies / UNCTAD. – New York and Geneva: United Nations, 2012.
252. UNCTAD. World Investment Report 2013: Global Value Chains: Investment and Trade for Development / UNCTAD. – New York and Geneva: United Nations, 2013.

253. UNCTAD. World Investment Report 2014: Investing in the SDGs: An Action Plan/ UNCTAD. – New York and Geneva: United Nations, 2014.
254. UNCTAD. Optimizing government services: a case for joint investment and trade promotion? / UNCTAD // The IPA Observer. – 2013. – № 1. UNCTAD/WEB/DIAE/PCB/2013/1.
255. UNCTAD. Investment promotion in an era of GVCs: maximizing impact through business linkages. / UNCTAD // The IPA Observer. – 2013. – № 2. UNCTAD/WEB/DIAE/2013/2
256. UNCTAD. Global Investment Trends Monitor [Электронный ресурс] / UNCTAD. – 2014. – Режим доступа до ресурсу:
<http://unctad.org/en/Pages/DIAE/Research%20on%20FDI%20and%20TNCs/Global-Investment-Trends-Monitor.aspx>.
257. Vernon R. International Investment and International Trade in the Product Cycle / R. Vernon. // II Quarterly Journal of Economics. – 1966. – №80. – С. 190–207.
258. WAIPA. Membership List [Электронный ресурс] // World Association of Investment Promotion Agencies (WAIPA). – 2014. – Режим доступа до ресурсу:
<http://www2.waipa.org/cms/Waipa/Membership/MembershipList/index.html>.
259. Wang S. Cross-border Mergers and Entry Modes of FDI Inflows [Электронный ресурс] / Shengzu Wang // Department of Economics, McGill University. – 2008. – Режим доступа до ресурсу: <http://economics.ca/2008/papers/0266.pdf>.
260. Webster D. Urban competitiveness assessment in developing country urban regions: the road forward / D. Webster, L. Muller. // Urban Group, INFUD. The World Bank, Washington. – 2000.
261. Webster F. The Changing Role of Marketing in the Corporation / F. Webster. // Journal of Marketing. – 1992. – №56 (4). – P. 1–17.
262. Wells L. Marketing a country: promotion as a tool for attracting foreign investment / L. Wells, A. Wint. // Washington, D.C.: Foreign Investment Advisory Service. – 2000. – С. FIAS Occasional Paper № 13.

263. Whyman P. Labor Market Flexibility and Foreign Direct Investment / P. Whyman, M. Baimbridge. – London: Department of Trade and industry, 2006. – (Employment Relations Occasional Paper).
264. Whyte R. Investment Regulation and Promotion: Can They Coexist in One Body? / R. Whyte, C. Ortega, C. Griffin. // World Bank Group Investment Climate In Practice. – 2011. – №16.
265. World Bank. From Plan to Market. World Development Report 1996 / World Bank. – New York and Oxford: Oxford University Press, 1996. – 260 c.
266. World Bank Group. Global Investment Promotion. Best Practices 2012 / World Bank Group. – Washington: Investment Climate Department of the World Bank Group, 2012.
267. Yeyati E. Regional Integration and the Location of FDI // E. Yeyati, E. Stein, C. Daude. – Fortaleza: Inter-American Development Bank Integration and Regional Programs Department Research Department, 2002. – 38 c. – (Background Paper for the Seminar “Looking Beyond Our Borders: Opportunities and Challenge of the New Regionalism).
268. Young S. Targeting policy as a competitive strategy for European inward investment agencies / S. Young, N. Hood, A. Wilson. // European Urban and Regional Studies. – 1994. – №1 (2). – C. 143–159.
269. Zemplerová A. Foreign direct investment and privatization in Central and Eastern Europe: the case of the Czech Republic / A. Zemplerová. – Prague: Economics Institute, Czech Academy of Sciences, 1995. – (ACE Research Project No. ACE-92-0108-R).

ДОДАТКИ

Додаток А

Схема відбору інвестиційних проектів венчурними капіталістами та фондами прямих інвестицій

Ознаки Назви фондів	Kleiner Perkins Caufield&Byers (КРСВ)	Menlo Ventures	Trinity Ventures	Alta Partners
1	2	3	4	5
<p><i>Критерії оцінки потенційних можливостей підприємства, що претендує на фінансування</i></p>	<p>1- <u>Прибутковість</u> Найбільш важлива вимога: великий ринок збуту в секторі, що швидко розвивається; Дохід за період 5 років: 100-300 млн дол. США Потенціал ринку, на який розраховують: щонайменше 500 млн дол. США Частка ринку: щонайменше 25%.</p> <p>2- <u>Конкурентоздатність</u> Переваги, що забезпечать довготривалість отримання прибутку; Акцентування на вирішенні проблем, які ще розв'язані;</p> <p>3- <u>Команда</u> До уваги береться стан трьох основних вимог: сильна технічна підтримка проекту, <i>підприємливість</i>, що орієнтується на зростання продаж, а також можливості персоналу, партнерів та потенційних споживачів. Перевага надається саме підприємцям, а не професійним менеджерам, як генеральний директор (CEO)</p>	<p>1- <u>Ринок</u> - оцінка зростання ринку; - оцінка розміру ринку; - оцінка конкурентів; - оцінка споживачів; Використання SEMS-методу (systematic emerging market selection), що передбачає систематичний вибір ринків, що тільки формуються та розвиваються. Потенціал ринку, на який розраховують: щонайменше 500 млн дол. США</p> <p>2- <u>Команда</u> Однак, у прийнятті рішення про доцільність здійснення інвестицій, в порівнянні з оцінкою команди та професійності її керівника, перевага надається потенційним ринковим можливостям.</p> <p>3- <u>Місцезнаходження</u> Розглядається в контексті набору кваліфікованого персоналу та створення конкурентоздатного продукту</p>	<p>1- <u>Команда</u> Ключовим фактором є оцінка генерального директора та вищого керівництва, їх рівня кваліфікації, особистих якостей, сильних та слабких сторін в процесі особистих зустрічей та інтерв'ю в рамках переговорів. Оцінюється особистий потенціал до зростання.</p> <p>2- <u>Ринок</u> Цей критерій є не менш важливим з огляду на його здатність перекрити незначні недоліки керівництва щодо загального внеску в отримання прибутку. При виборі інвестиційного об'єкту акцент робиться на визначенні можливостей сектору ринку до зростання.</p> <p>3- <u>Характеристики продукту</u>, що пропонується для інвестування та його цінність</p> <p>4- <u>Прибутковість</u> 50-100 млн дол. США</p>	<p>Наявність двох найважливіших критеріїв при оцінці потенційних можливостей інвестиційного проекту, які потрібно збалансувати:</p> <p>1- <u>Людський капітал</u> Ця позиція аргументується тим фактом, що великі можливості створюються «великими» людьми.</p> <p>2- <u>Ринок</u> Оцінка можливостей ринку (вимогою є його потенціал до зростання; потенціал ринку, на який розраховують: щонайменше 200 млн дол. США) та потреб споживачів, які забезпечували б попит. Недоліки внутрішнього керівництва можуть бути вирішені з допомогою управлінського досвіду інвестора. Однак, при загальній оцінці вагомість критерію «Ринок» є більшою. Конкретна вимога щодо частки ринку, яку повинно займати підприємство не визначається на відміну від вимог прибутковості.</p> <p>3- <u>Прибутковість</u> 60-80 млн дол. США за 3-5 років</p>

Продовження додаткуА

1	2	3	4	5
<p><i>Спосіб оцінки майбутньої бізнес-моделі підприємства щодо реалізації інвестиційного проекту</i></p>	<p>Відсутні конкретні вимоги до бізнес-моделі; є більш ситуативними. Здійснюється поділ інвестиційних проектів на дві групи:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Інвестиційний проект спрямований на ринок або продукт, що вже існує, і передбачає його вдосконалення; 2) Інвестиційний проект спрямований на формування нового ринку; <p>Передбачається прийняття ризику і посилення на «своєчасність здійснення інвестицій», «внутрішню інтуїцію», «відчуття» («smell test»)</p>	<p>До уваги береться наявність стратегії, яка і повинна визначати бізнес-модель. Розглядаються прямий продаж, телепродаж, телефонні продажі, а також продажі через посередників</p>	<p><u>Визначення цінової стратегії</u> Оцінка майбутньої бізнес-моделі розпочинається з розгляду прибутковості та залучення споживачів. Прямий продаж виявляється дуже трудомістким і витратним, тому проводиться ретельна оцінка майбутньої вартості одиниці товару. <u>Визначення технологічної складової</u> Кількість потрібних інженерів та обсяг витрат на впровадження продукції, необхідний час. <u>Оцінка ROI</u> Перевага надається інвестуванню траншами обсягами 5-7 млн дол. США</p>	<p>Ретроспективний аналіз попередніх успішних інвестиційних проектів</p>
<p><i>Тип дью-ділідженсу, що застосовується до підприємства</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> 1- Технічний передбачає велику кількість зустрічей сторін, залучення професорів університетів та експертів, що спрямовані на вивчення усіх інженерських нюансів; 2- Ринковий вивчення ринку потенційних споживачів, їх очікувань, вподобань та платоспроможності; 3- Галузево-експертний залучення галузевих експертів до оцінки ідеї інвестиційного проекту, команди, ринку та потреб ринку; 4- Психологічний передбачає вивчення особистісних характеристик підприємця та його команди щодо сумісності з інтересами, цінностями та очікуваннями фонду із врахуванням рекомендацій від сторони підприємця та «сліпих» рекомендацій 	<ol style="list-style-type: none"> 1- Ринковий вважається найбільш оправданим; вивчення ринку потенційних споживачів, їх очікувань, вподобань та платоспроможності; 2- Експертний залучення експертів з великим попереднім досвідом 	<ol style="list-style-type: none"> 1- Юридичний 2- Фінансовий 	<p>Проведення попереднього дью-ділідженсу шляхом безпосередніх зустрічей зі стороною, що залучає інвестиції; опитування споживачів та потенційних споживачів стосовно їх думки про підприємство та продукцію, що воно пропонує; опитування партнерів підприємства (постачальників, попередніх кредиторів тощо) стосовно їх рекомендацій про цільове підприємство</p>

Продовження додатку А

1	2	3	4	5
<i>Процес прийняття інвестиційного рішення</i>	Середня тривалість від 1-ої зустрічі – 6 тижнів і довше; У випадку акцептації інвестиційної пропозиції – інвестиції здійснюються траншами з метою зменшення ризику	Тривалість рішення від 1-ої зустрічі – 1 місяць і довше; в середньому – 2-3 місяці.	-	1-6 місяців
<i>Тип фінансового аналізу, що здійснюється</i>	Модифікований до особливостей технологічних продуктів маржинальний аналіз та аналіз ланцюга вартості з акцентуванням на витратах дистрибуції та продажу	Експрес-діагностика щодо адекватності фінансових прогнозів інвестиційного проекту. Деталізований фінансовий аналіз не завжди підтверджувався, тому акцент робиться на ринок, що зростає, а також команду, яка спроможна реалізувати інвестиційний проект	До уваги береться попередній фінансовий досвід сторони, що залучає інвестиції. Застосовується аналізування за принципом «знизу догори», оцінюється потенційна кількість споживачів і їх платоспроможність	Використовуються моделі бізнес-презентацій: - Модель доходів - Модель витрат Першою аналізується витратна частина інвестиційного проекту; Для аналізування можливих доходів застосовується власна розроблена модель в зв'язку з надмірною оптимістичністю прогнозів щодо доходів сторони, що залучає інвестиції. Застосовується аналізування за принципом «знизу догори»
<i>Роль ризику при оцінці потенційних можливостей</i>	Основою обґрунтування інвестиції є співвідношення прибутку і ризику. Однак, оцінка ризику в кількісному вигляді не проводиться	Зменшення ризику шляхом здійснення інвестицій в підприємства, які займають або мають усі шанси зайняти ключову частку ринку. Залучення до аналізування доцільності здійснення інвестиції аналітиків, експертів та потенційних споживачів. В зв'язку з високою ризикованістю венчурних інвестицій позитивне рішення приймається лише у випадку, коли очікуваний прибуток перевищує інвестицію в 7-10 разів	Систематична оцінка ризику в кількісному вигляді не проводиться в зв'язку з її частим не підтвердженням в реальності; Здійснюється загальний приблизний аналіз ризикованості проекту; Перевага надається конкурентоспроможності проекту	Складається т.зв. «інвестиційна пам'ятка» обсягом 2-5 сторінок, де виділяються такі секції, як: - Технічні ризики; - Ризики конкурентоспроможності; - Ринкові ризики; Слід зазначити, що їх фінансова сторона не деталізується. Також можуть бути включені очікувані доходи, витрати тощо на період 4 – 5 років
<i>Спосіб виходу з інвестиційного проекту</i>	Варіант продажу створеного підприємства не розглядається; Метою є трансформація підприємства в успішну IPO-компанію.	IPO; Продаж частки власності у випадку малого підприємства;	IPO; Продаж частки власності у випадку малого підприємства;	Продаж частки власності; Можливі партнери та покупці обумовлюються наперед.

Джерело: систематизовано автором на основі [237, с. 1-19]

Додаток Б

Таблиця Б. 1

Трактування поняття «розвиток»

Автори	Тлумачення поняття	Джерело
С.В. Мочерний	Незворотні, спрямовані, закономірні зміни матеріальних систем, зміст і зумовленість яких характеризується дією основних законів діалектики.	[90]
Тлумачний словник української мови	Процес росту; розвій, розмах, розквіт, процвітання; 2) рух, хід, поступ; 3) рівень, освіченість.	[135, IV том, с. 20]
Філософський словник	Якісні зміни матеріальних та ідеальних об'єктів, що характеризуються закономірністю, незворотністю і спрямованістю.	[125]

Таблиця Б. 2

Трактування поняття «розвиток системи»

Автори	Тлумачення поняття	Джерело
Р.Л. Акофф	Не умова або стан, зумовлений рівнем наявності ресурсів, а процес, у якому збільшуються можливості і бажання виробничо-економічної системи задовольняти свої бажання, бажання інших систем та індивідів, пов'язаних з нею.	[1]
О.М. Горбань, В.Є. Бахрушин	Зміна стану системи в часі.	[33]
В.А. Забродський, Н.А. Кизим	Процес переходу економіко-виробничої системи в новий, більш якісний стан шляхом накопичення кількісного потенціалу, зміни й ускладнення структури і складу, в результаті чого підвищується її здатність чинити опір руйнівним впливам зовнішнього середовища та ефективність функціонування.	[48]
Е.М. Коротков	Сукупність змін, що ведуть до появи нової якості і зміцнюють життєвість системи.	[63]
О. В. Кустовська	Не просто саморозкриття об'єкта, актуалізація закладених у ньому потенцій, а така зміна станів, в основі якої лежить неможливість збереження існуючих форм функціонування.	[77]
Т.В. Куклінова	Процес, що розгортається в часі, з переходом з одного стану в інший, який характеризується наявністю якісних перетворень в цілому або появою якісно нових елементів, властивостей чи характеристик, які визначають побудову й функціонування системи.	[75]
Б.Л. Кучин, Е.В. Якушева	Сукупна зміна у взаємозв'язку кількісних, якісних і структурних категорій у системі.	[78]
Дж. Лафта	Зміна стану системи на інший, який є кращим, більш ефективним або доцільним.	[79]
Ю.П. Сурмін	Складний процес якісних змін системи.	[114]
О.В. Раєвнева	Процес формування нової дисипативної структури, виражений у якісній зміні складу, структури і способу (моделей) функціонування системи, який виявляється в кризовій формі і спрямований на досягнення змінюваних глобальних цілей підприємства.	[105]
М.П. Годаро	Багатовимірний процес, що включає реорганізацію і переорієнтацію всієї економічної і соціальної системи.	[119]

Трактування понять «потенціал підприємства», «інвестиційний потенціал підприємства» та «інвестиційна привабливість підприємства»

Джерело	Визначення	Примітки
<i>Потенціал підприємства</i>		
«Економічна енциклопедія» [42; с. 13]	Наявні в економічного суб'єкта ресурси, їх оптимальна структура та вміння раціонально використати їх для досягнення поставленої мети	Виокремлюється: позичковий потенціал банківської системи; виробничий; експортний; інтелектуальний; інформаційний; природний;
Ю. В. Карпенко [59; с. 110]	Інтегральний показник, що характеризує якість і кількість спроможностей підприємства й відображає наявність у нього відповідних можливостей для ефективної господарської діяльності	Акцентування на спроможностях і можливості їх реалізації. Виокремлюється: - за господарсько-функціональним призначенням (виробничий; фондний; невиробничий; організаційно-управлінський; трудовий; кадровий тощо) - за терміновістю застосування (оперативний (дійовий); поточний; резервний (на майбутнє)) - за доцільністю використання (раціональний (ефективний); ірраціональний; збитковий)
В. О. Кунцевич [76]	Сукупність наявних ресурсів та можливостей, а також ресурсів та можливостей, які можуть бути мобілізовані для досягнення певної цілі	Виокремлюється: - виробничий; - маркетинговий; - інформаційний; - техніко-технологічний; - організаційний; - соціальний; - фінансовий;
О. Г. Мельник [88; с. 48]	Сукупність наявних та потенційних ресурсів і можливостей, що можуть бути мобілізовані для досягнення стратегічних та тактичних організаційних цілей	-
І. З. Должин-ський, Т. О. Загорна, О. О. Удалих, І. М. Гераси-менко, В. М. Ращупкіна [121; с. 13]	Реальна або ймовірна здатність підприємства виконувати цілеспрямовану роботу стосовно: - досягнення основних комерційних цілей, створення економічних цінностей, одержання прибутків і формування конкурентних переваг підприємства; - трансформації у базові кошти в разі виникнення перспектив у майбутньому; - ефективності використання ресурсів підприємства; - наявності активів для використання інших потенціалів.	Виокремлюється: - базовий; - прихований; - збитковий; - пересічний;
А.Є. Воронкова [29]	сукупність виробничо-фінансових, інтелектуальних та трудових можливостей підприємства, які забезпечують йому конкурентні переваги на ринку	Розгляд конкурентоспроможного потенціалу підприємства, який складається з: - виробничого } виробничо-фінансові - фінансового } можливості; - комунікаційного } - інноваційний } інтелектуальні - маркетинговий } можливості; - управлінський } - трудовий } трудові - мотиваційний } можливості;
К.П. Покатаєва [103; с. 264]	Перебуваюча у системній єдності організована сукупність наявних економічних ресурсів, а також зумовлених ними, за сучасного рівня розвитку, можливостей щодо мобілізації внутрішніх та зовнішніх інвестиційних коштів для реалізації стратегічних та тактичних цілей п-ства через механізм інвестування	Акцентування на наявних ресурсах та здатності додаткової мобілізації
З. Калініченко [57; с. 273]	Гранично можливий рівень внеску діяльності в поліпшення фінансових показників підприємства, досяжний при оптимальному використанні наявних інвестиційних ресурсів	Акцентування на фінансових показниках. Визначення з позиції активності підприємства щодо можливостей розвитку потенціалу
Ю. В. Литюга [81; с. 354]	Відображає вартісну характеристику інвестиційних можливостей та привабливості п-ства, що вимірюється сукупністю інвестиційних ресурсів і забезпечує задоволення матеріальних, фінансових, інтелектуальних потреб відтворення і розвитку капіталу	Визначення потенціалу через інвестиційну привабливість наявних можливостей підприємства
Ю.О. Андріанов [2; с. 46]	Характеризується рівнем інвестиційної привабливості підприємства для інших інвесторів та наявністю у нього власних інвестиційних ресурсів	

Продовження табл. Б.3

Джерело	Визначення	Примітки
<i>Інвестиційна привабливість підприємства</i>		
О.Є. Кузьмін, С.В. Князь, В.А. Фльорко [126; с. 108]	Сукупність кількісних і якісних характеристик підприємства, які є підставою для ухвалення рішення про доцільність здійснення або залучення інвестицій, їх обсяг, джерела, структуру, термін інвестування	Визначення подано як з позиції інвестора, так і підприємства
О.С. Бурковець [23]	Соц.-екон. доцільність інвестування на основі узгодження інтересів і можливостей інвестора та реципієнта інвестицій, яка забезпечує досягнення цілей кожного з них при прийнятому рівні прибутковості і ризику інвестицій	Визначення подано як з позиції інвестора, так і підприємства
О.Є. Кузьмін, О.Г. Мельник [71; с. 220]	Сукупність фін.- екон., соціальних, логістичних, технологічно-майнових, адміністративно-правових, партнерських, іміджево-брендових, товарних характеристик п-ства, котрі забезпечують його пріоритетне становище у конкурентній боротьбі за інвестиційні ресурси	Визначення подано як з позиції інвестора, так і підприємства
Ю.М. Великий [26; с. 64].	Сукупність характеристик його фінансово-господарчої та управлінської діяльності, перспектив розвитку та можливості залучення інвестиційних ресурсів	Визначення подано як з позиції інвестора, так і підприємства
Д.М. Черваньов [131]	Сукупність показників фін.-екон. стану підприємства, на основі аналізу яких потенційний інвестор може прийняти управлінське рішення щодо доцільності вкладення вільних засобів у розвиток цього п-ства без значного ризику їх втрати або неотримання очікуваного доходу на інвестований капітал	Визначення подано з позиції інвестора. Враховання лише фінансово-економічного стану підприємства
В.М. Хобта, О.Ю. Попова, А.В. Мешков [127]	Інтегральна характеристика підприємства як об'єкта потенційного інвестування з точки зору наявного стану, можливостей розвитку, обсягів і перспектив отримання та розподілу прибутку, ліквідності, платоспроможності, фінансової стійкості підприємства, його ділової активності та рентабельності.	з позиції інвестора
К.П.Покатаєва [103; с. 265]	Інтегральна характеристика доцільності вкладення капіталу в потенційні об'єкти інвестування з огляду на їх інвестиційний потенціал та пов'язані з цим процесом специфічні (мікроекономічні) й неспецифічні (макроекономічні) інвестиційні ризики	з позиції інвестора
«Методика інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємств та організацій» [89]	Рівень задоволення фінансових, виробничих, організаційних та інших вимог чи інтересів інвестора щодо конкретного підприємства.	з позиції інвестора

Таблиця Б. 4

Тлумачення понять «потенційний», «привабливий», «готовий»

Поняття	Змістова характеристика	Джерело
<i>Потенційний</i>	- <i>прихований</i> ; який існує в потенції і може виявитися або бути використаний за певних умов; - який має <i>запас</i> чого-небудь; - який має <i>приховані здатності</i> , сили для якої-небудь діяльності, що можуть виявитися за певних умов;	[135, III том, с. 630-631]
<i>Привабливий</i>	- який викликає захоплення, приваблює до себе своїми якостями, властивостями; - який <i>викликає інтерес</i> , відкриває цікаві можливості;	[135, III том, с. 683]
<i>Готовий</i>	- який зробив необхідне підготування, підготувався до чого-небудь; - який висловлює <i>згоду</i> , схильний до чого-небудь або виявляє <i>бажання</i> зробити що-небудь; - заздалегідь продуманий;	[135, I том, с. 654]

Додаток В

Таблиця В. 1

Світові ПІІ «з нуля» за вартістю капітальних інвестицій в сектор інформаційно-комунікаційних технологій за підгрупами (млрд дол. США)

<i>Підгрупи</i>	<i>2012</i>	<i>2013</i>	<i>% - ва зміна за період 2012-2013 рр.</i>
Постачання безпроводних телекомунікаційних послуг	8,90	20,89	134,81%
Опрацювання даних, хостинг і супутні послуги	13,84	17,07	23,28%
Постачання провідних телекомунікаційних послуг	5,96	12,06	102,55%
Комунікаційне обладнання	3,18	7,49	135,61%
Кінематограф і звукозапис	0,52	1,64	215,06%
Інші телекомунікації	0,38	1,54	309,27%
Радіо- і телетрансляції	0,81	0,65	-19,25%
Послуги супутникового зв'язку	0,08	0,15	93,06%
Послуги програмування	0,04	0,07	96,46%
Виробництво навігаційних інструментів	0,12	0,04	-65,78%
ЗАГАЛОМ	33,80	61,59	82,22%

Джерело: [173]

Таблиця В.2

Світові ПІІ «з нуля» за вартістю капітальних інвестицій в сектор інформаційно-комунікаційних технологій за напрямками економічної діяльності (млрд дол. США)

<i>Види економічної діяльності</i>	<i>2013</i>	<i>% - ва зміна за період 2012-2013 рр.</i>
Інформаційно-комунікаційні технології та Інтернет-інфраструктура	48,67	80,08%
Дизайн, розвиток і тестування	8,67	277,58%
Продажі, маркетинг і сервісна підтримка	1,17	-32,20%
Адміністративне управління	1,00	10,75%
Виробництво	0,61	-27,55%
Логістика, дистрибуція, транспортування	0,52	130,99%
Науково-дослідна діяльність	0,26	51,82%
Центр технічної підтримки	0,21	62,09%
Бізнес-послуги	0,17	16,92%
Контакт-центр з клієнтами	0,17	106,63%
Центр загального обслуговування	0,07	-7,15%
Навчання і тренування	0,05	-21,60%
Технічне забезпечення і обслуговування	0,02	-56,44%
Повторне використання, утилізація	0,00	-100%
ЗАГАЛОМ	61,59	82,22%

Джерело: [173]

Додаток Д

Таблиця Д. 1

Десятка найпривабливіших європейських напрямків у 2012 р. за країнами

№ з/п	Країни	К-ість проектів	Зміна за рік (%)	Вартість проектів (млн дол. США)	№ з/п	Країни	К-ість проектів	Зміна за рік (%)	Вартість проектів (млн дол. США)
1.	Великобританія	812	-8	41 177	7.	Ірландія	147	-21	5 022
2.	Німеччина	410	-47	8 477	8.	Нідерланди	145	-22	4 026
3.	Іспанія	278	+9	11 367	9.	Румунія	138	-23	9 888
4.	Росія	265	-18	18 537	10.	Туреччина	133	-1	9 540
5.	Франція	244	-12	7 017	Інші		1 082	-27	31 099
6.	Польща	237	+5	11 533	ЗАГАЛОМ		3 891	-20,82	157 683

Джерело: побудовано автором на основі даних fDi Intelligence і UNCTAD [172;252].

Таблиця Д. 2

Топ-15 країн Європи за кількістю залучених проектів за участі ПІІ у 2012-2013 рр.

№ з/п	Країни	Кількість проектів		Частка країни 2013	Зміна за рік
		2012	2013		
1.	Великобританія	697	799	20%	15%
2.	Німеччина	624	701	18%	12%
3.	Франція	471	514	13%	9%
4.	Іспанія	274	221	6%	-19%
5.	Бельгія	169	175	4%	4%
6.	Нідерланди	161	161	4%	0%
7.	Росія	128	114	3%	-11%
8.	Ірландія	123	111	3%	-10%
9.	Фінляндія	75	108	3%	44%
10.	Польща	148	107	3%	-28%
11.	Туреччина	95	98	2%	3%
12.	Швейцарія	61	76	2%	25%
13.	Сербія	78	63	2%	-19%
14.	Чехія	64	60	2%	-6%
15.	Данія	57	58	1%	2%
Інші		572	589	15%	3%
ЗАГАЛОМ		3 797	3 955	100%	4%

Джерело: [168]

Таблиця Д. 3

Десятка країн Європи, інвестори яких є провідними у 2013 р. за обсягами капітальних інвестицій у здійсненні проектів, що передбачають ПІІ «з нуля»

№ з/п	Країни	Обсяг капітальних інвестицій (млрд дол. США)	Частка ринку (%)
1.	Німеччина	42,59	17,24%
2.	Великобританія	34,90	14,13%
3.	Франція	23,83	9,65%
4.	Іспанія	20,98	8,50%
5.	Італія	17,63	7,14%
6.	Швейцарія	16,49	6,68%
7.	Росія	16,11	6,52%
8.	Нідерланди	13,17	5,33%
9.	Швеція	8,33	3,37%
10.	Туреччина	6,69	2,71%
Інші		46,27	18,73%
ЗАГАЛОМ		246,99	100%

Джерело: побудовано автором на основі даних fDi Intelligence, 2014 [173]

Таблиця Д. 4
Топ-15 країн Європи за кількістю створених робочих місць через проекти за участі ПП у
2012-2013 рр.

№ з/п	Країни	Створені робочі місця		Частка країни	Зміна за рік
		2012	2013	2013	
1.	Великобританія	30 311	27 953	17%	-8%
2.	Франція	10 542	14 122	8%	34%
3.	Польща	13 111	13 862	8%	6%
4.	Росія	13 356	13 621	8%	2%
5.	Сербія	10 302	12 179	7%	18%
6.	Іспанія	10 114	11 118	7%	10%
7.	Німеччина	12 508	10 350	6%	-17%
8.	Туреччина	10 146	8 776	5%	-14%
9.	Ірландія	8 898	6 895	4%	-23%
10.	Румунія	7 114	6 157	4%	-13%
11.	Чехія	5 508	5 609	3%	2%
12.	Болгарія	4 379	5 505	3%	26%
13.	Угорщина	3 941	3 879	2%	-2%
14.	Бельгія	2 939	3 536	2%	20%
15.	Словаччина	6 299	3 493	2%	-45%
	Інші	20 966	19 288	12%	-8%
	ЗАГАЛОМ	170 434	166 343	100%	-2%

Джерело:[168]

Таблиця Д. 5
Найбільш привабливі країни Європи для операційної діяльності на думку прямих іноземних
інвесторів

Країни	2014	Зміна з 2013 (відсоткові пункти)
<i>Країни Західної Європи</i>		
Німеччина	40%	+2
Великобританія	22%	+6
Франція	11%	-6
Нідерланди	3%	-1
Данія	2%	+2
Іспанія	2%	-1
Ірландія	2%	+1
Швеція	2%	0
Бельгія	2%	-1
Швейцарія	2%	0
Італія	1%	-2
<i>Країни Центрально-Східної Європи</i>		
Польща	31%	-6
Чехія	11%	-4
Румунія	9%	+2
Угорщина	8%	+3
Україна	7%	+2
Туреччина	6%	+4
Латвія	3%	+1
Словаччина	2%	-1

Джерело:[168] Загальна кількість респондентів: 808.

Додаток Е

Таблиця Е. 1

Міжкордонні М&А угоди, здійснені фондами прямих інвестицій
за період 1996-2013 рр.

Роки	Кількість угод		Валові М&А		Чисті М&А	
	Кількість	Частка в загальній структурі, %	Вартість угод, млрд дол. США	Частка в загальній структурі, %	Вартість угод, млрд дол. США	Частка в загальній структурі, %
1996	989	16	44	16	18	12
1997	1 074	15	58	15	18	10
1998	1 237	15	63	9	29	8
1999	1 466	15	81	9	27	5
2000	1 478	14	83	6	30	3
2001	1 467	17	85	11	36	8
2002	1 329	19	72	14	14	6
2003	1 589	23	91	23	31	19
2004	1 720	22	134	25	62	31
2005	1 892	20	209	23	110	20
2006	1 898	18	263	23	118	19
2007	2 108	17	541	31	292	28
2008	2 015	18	444	31	109	17
2009	2 186	24	115	18	70	25
2010	2 280	22	147	19	68	20
2011	2 026	19	161	15	69	12
2012	2 300	23	192	23	67	20
2013	2 043	24	171	21	83	24

Додаток Ж

Таблиця Ж. 1

Характеристика типів та механізмів застосування інвестиційних стимулів

Фінансові стимули	
Інвестиційні гранти	«Прямі субсидії», що частково покривають капітальні, виробничі або маркетингові витрати, пов'язані з інвестиційним проектом
Субсидовані кредити	- пільгові кредити; - кредитні гарантії; - гарантовані експортні кредити
Державне страхування за преференційними ставками	Державне страхування за преференційними ставками доступне для покриття високого ризику (комерційного: волатильність обмінного курсу, девальвація тощо; некомерційного: експропріація, політична невизначеність тощо) за посередництва міжнародної організації
Фіскальні стимули	
Спрямовані на прибуток	Зменшення ставки податку на прибуток підприємства чи на доходи фізичних осіб, «податкові канікули»
Спрямовані на капітальні інвестиції	Пришвиджена амортизація, податкові пільги за інвестування капіталу, реінвестиції
Спрямовані на робочу силу	Зменшення соціальних внесків Відрахування з оподаткованого доходу залежно від кількості найманих працівників та інших показників
Спрямовані на збут	Зменшення податку на прибуток підприємства залежно від обсягів реалізованої продукції
Спрямовані на імпорт	Звільнення від оподаткування устаткування, сировинних матеріалів, деталей, задіяних у виробничому процесі; Податкові кредити за імпортованими матеріалами чи ресурсами
Спрямовані на експорт	Звільнення від оподаткування експортних операцій, повернення мита, преференційний режим оподаткування прибутку експортерів; Зменшення податку на прибуток для визначених видів діяльності, що передбачають валютну виручку чи промисловий експорт; Податкові кредити на збут на внутрішньому ринку взамін експортної діяльності; Податкові кредити з податку на прибуток через використання місцевих ресурсів у виробництві продукції, що йде на експорт;
Спрямовані на додану вартість	Зменшення ставки податку на прибуток підприємства чи кредитування через використання місцевих ресурсів у виробництві продукції; Податкові кредити на чисту додану вартість
Спрямовані на оподаткування іноземців	Податкові пільги, націлені на зменшення податкових зобов'язань фізичних осіб: податок на доходи, соціальні внески
Регуляторні та інші стимули	
Регуляторні стимули	Заходи, спрямовані на регулювання стандартів охорони навколишнього середовища, охорони здоров'я, безпеки та праці; Тимчасове або постійне звільнення від необхідної відповідності застосовуваним стандартам; Умови, які гарантують, що до існуючих правил регулювання не будуть вноситися зміни, які наносили б шкоду діяльності інвесторів
Субсидовані послуги	Надання інфраструктурних послуг (електрика, водопостачання, транспортування, телекомунікації) за нижчою ціною, ніж комерційна; Консультаційні послуги щодо управління інвестиційними проектами (вивчення ринку, визначення можливих джерел фінансування, доступність матеріалів та сировини тощо); Інформаційний супровід на всіх етапах реалізації інвестиційних проектів
Ринкові привілеї	Преференційні урядові контракти; Захист від конкуренції від імпоротної продукції; Закриття ринку від подальших входжень на нього або гарантування монопольних прав
Привілеї обмінного курсу	Спеціальний валютний курс обміну; Усунення ризиків валютного курсу при укладенні міжнародних позик

Джерело: [253]

Додаток 3

Таблиця 3. 1

Інструменти залучення ПІІ в діяльності агентств із залучення інвестицій (АЗІ), що відзначені fDi Intelligence як найбільш інноваційні у 2013р.

Сфери діяльності	АЗІ, що стали прикладами для переймання досвіду	Характеристика застосованих інструментів
1	2	3
Пост-інвестиційний супровід	<i>City of Hamilton</i> (Канада)	Впровадження програми опитування інвесторів методом інтерв'ю більш, ніж 1 тис. підприємств за останні чотири роки з метою: <ul style="list-style-type: none"> • оцінки актуальних потреб інвесторів; • задоволення потреб інвесторів; • визначення трендів та можливостей бізнес-середовища; • виявлення потенціалу підприємств щодо їх внеску в розвиток міста
Вивчення міжнародного досвіду/ Програми обміну	<i>Investe São Paulo</i> (Бразилія)	Проведення 2-місячних програм обміну працівників з метою обміну досвідом, вивчення успішних практик та їх порівняльного аналізу між агентствами Великобританії, Південної Кореї, Португалії та Японії.
«Посольські» (представницькі) програми	<i>Central Alberta: Access Prosperity</i> (Канада)	Формування групи лідерів бізнес-середовища, яка представляє інтереси агентства в міжнародних професійних колах інвесторів.
	<i>Invest Victoria</i> (Австралія)	Використання можливостей соціальної мережі LinkedIn для налагодження ділових контактів (більше 3 тис. учасників в головній групі та 15-ти підгрупах).
Пошук бізнес-партнерів	<i>Invest in Catalonia</i> (Іспанія)	Активний пошук можливостей для бізнес-партнерства між місцевими та іноземними підприємствами; Підтримка іноземних інвесторів у налагодженні контактів з місцевими підприємствами з метою підвищення активності створення спільних підприємств та M&A угод
	<i>Invest Victoria</i> (Австралія)	Підхід «активних продаж»; Індивідуальна робота з підприємствам у сфері розробки пропозицій щодо створення спільних підприємств; Підтримка іноземних інвесторів щодо пошуку підходящого місцевого партнера
Залучення потенціалу діаспори	<i>ConnectIreland/ IDA Ireland</i> (Ірландія)	Впровадження програми щодо використання можливості залучення потенціалу діаспори, налагодження комунікаційних каналів; Проведення заохочувальної програми для малих та середніх підприємств задля створення нових робочих місць
	<i>Jampro, Jamaica Promotions Corporation</i> (Ямайка)	Проведення презентації щодо інвестиційних можливостей на 5-ій бієнальній конференції ямайської діаспори, результатом якої стало більше 200 зустрічей між інвесторами з діаспори та підприємствами, що представляли інвестиційну пропозицію та шукали можливість залучення інвестицій через стратегічне партнерство чи венчурний капітал
Організування спеціалізованих подій	<i>Marketing Derby</i> (Великобританія)	Застосування принципу трьох «К»: креативити, культивувати і конвертувати у сфері залучення ПІІ через організування спеціалізованих подій різного формату від приватних зустрічей до залучення високопосадових осіб, основною метою яких є налагодження ділових контактів між цільовими інвесторами та підприємцями регіону

Продовження табл. 3.1

1	2	3
Надання інвестиційних стимулів	<i>Business Birmingham</i> (Великобританія)	Фінансові стимули для іноземних інвесторів за створення робочих місць в регіоні: - 3 200 дол. США за кожне створене місце від фонду Mobile Investment Fund; - 7 000 дол. США за кожного працевлаштованого у віці 16 – 24 років від фонду Birmingham Jobs Fund.
Визначення кола потенційних інвесторів	<i>ConnectIreland/ IDA Ireland</i> (Ірландія)	Пропозиція матеріальної винагороди кожному, хто представить інвестиційні можливості країни інвестору, що створить постійні робочі місця
Маркетинг	<i>ConnectIreland</i> (Ірландія)	Рекламна інформація інвестиційних можливостей та переваг ведення бізнесу в Ірландії в головних аеропортах, готелях країни з метою ознайомлення кожного відвідувача, що потенційно може стати інвестором
Представництво інтересів іноземних інвесторів в органах державної влади	<i>Copenhagen Capacity</i> (Данія)	Створення інтернет-платформи, метою якої є промоція інновацій у сфері технологій захисту навколишнього середовища. На її базі було зібрано пропозиції підприємств та провідних наукових інституцій щодо поправок законодавчого регулювання цього сектору, які були передані в Міністерство захисту навколишнього середовища
	<i>ProExport Colombia</i>	Промоція системи спрощення інвестування, що є інтернет-платформою для збору даних, які є базовими для забезпечення вдосконалення роботи (вихідні дані проблеми, її вплив на обсяг інвестицій, на кількість створених робочих місць, можливі шляхи вирішення, інші елементи)
Регіональна співпраця	<i>Copenhagen Capacity</i> (Данія)	Спільний підхід до близького партнерства (натомість конкуренції) з агентством із залучення інвестицій міста Мальме (Швеція) в ключі співпраці промислового кластера, що представляє Міжнародну мережу екологічно чистих технологій
Підтримка малих та середніх підприємств	<i>City of Leipzig</i> (Німеччина)	Впровадження програм субсидування малих та середніх підприємств через надання мікрокредитування, особливо в економічно депресивних
Підтримка стартапів	<i>Coachella Valley Economic Partnership</i> (США)	Запуск iHub'у (бізнес-інкубатора) з метою залучення підприємців та їх подальшого наставництва зі сфери технологій використання поновлюваних джерел
	<i>Invest Hong Kong</i>	Запуск стартап ініціативи "StartmeupHK" (інтернет-платформа) для заохочення та налагодження співпраці між іноземними інвесторами і стартапами з Гонконгу
	<i>Global City & Tourism Administration, Tel Aviv-Yafo</i> (Ізраїль)	Формування середовища міста на цінностях різноманіття, індивідуальної свободи і права самовираження з метою бути привабливим для креативних людей та професіоналів своєї справи; Проведення IT-подій (TelAvivApp2U; Open Startup; Start-Tel-Aviv).
Підвищення рівня кваліфікації робочої сили	<i>Cinde</i> (Коста-Рика)	Впровадження програм навчання робочої сили у сферах вивчення англійської мови та IT, адаптованих до потреб іноземних інвесторів; Співпраця з підприємствами і освітніми інституціями у сфері розробки нових академічних програм і курсів
Спеціальна економічна зона	<i>Lodz Special Economic Zone</i> (Польща) (діє до 2026)	Залучення іноземних інвесторів, спеціалізація на малих та середніх підприємствах; Запуск спільної інтернет-платформи як: 1) площадки для обміну досвідом, успішних практик та кооперації в галузі виробництва; 2) порталу працевлаштування

Джерело: складено автором на основі Report on IPA Innovation awards 2013 [171]

Додаток К

Таблиця К. 1
Кумулятивний обсяг потоків ПІІ шляхом приватизації за період 1991-1999 рр., млн дол., %

Країни	Загальний обсяг потоків ПІІ	Обсяг потоків ПІІ шляхом приватизації	Частка потоків ПІІ шляхом приватизації в загальному обсязі, %
Болгарія	1 817	912	50
Молдова	292	161	55
Польща	14 604	2 287	16
Росія	12 756	2 156	17
Румунія	3 240	1 604	49
Угорщина	17 552	5 449	31
Хорватія	2 769	1 798	65
Чехія	14 230	6 344	45

Джерело: упорядковано автором на основі даних [207, с. 42-43]

Таблиця К. 2
Розподіл активів підприємств за способами приватизації станом на 1998 р*., %

Країни	Продаж іноземним інвесторам	Продаж внутрішнім інвесторам	Рівний доступ через ваучери	Продаж працівникам і керівництву підприємства	Інші**	Державна власність
Литва	12	2	43	9	-	43
Польща	20	5	6	н/д	29	40
Росія	3	н/д	18***	49	н/д	30
Словаччина	7	3	25	30	5	30
Словенія	1	8	18	27	21	25
Угорщина	48	13	-	3	21	15
Україна	1	н/д	14***	40	н/д	45
Чехія	15	15	40	5	5	20

Примітки: * 1998 р. – останні доступні дані у розрізі способів приватизації та типу інвесторів за національною ознакою; ** до інших способів віднесено реституції, лізинг, ліквідацію, заміна боргових зобов'язань акціонерним капіталом тощо; *** дані містять в собі інформацію про продаж об'єктів приватизації внутрішнім інвесторам. Джерело: [207, с. 41]

Таблиця К. 3
Післяприватизаційні зміни на підприємствах з іноземною часткою власності, %

Операції щодо реструктуризації	Країни				Загальне середнє значення
	Чехія	Угорщина	Словенія	Польща	
Фінансова консолідація	27,3	42,9	30,0	53,8	40,5
Продаж активів підприємства його неосновної діяльності	28,3	7,1	...	14,3	14,9
Скорочення надлишкової кількості працівників	59,1	...	20,0	21,4	28,4
Реорганізація управління	31,8	57,1	80,0	46,4	48,6
Заміна складу управління	18,2	21,4	30,0	21,4	21,6
Навчання управлінського складу	54,5	57,1	80,0	67,9	63,5
Запуск нових програм	68,2	28,6	90,0	85,7	70,3
Реорганізація маркетингової діяльності	54,5	50,0	60,0	96,4	70,3
Реорганізація постачання	27,3	21,4	40,0	35,7	31,1
Кількість опитаних підприємств	22	14	10	28	74

Джерело: [238, с. 12]

Таблиця К. 4

Цілі підприємств, що залучали ПІІ шляхом приватизації

Цілі	Країни	Рівень важливості (max: 3, min: 1)				Загальне середнє значення
		Чехія	Угорщина	Словенія	Польща	
Вберегти підприємство від банкрутства		1,5	1,7	1,6	2,0	1,7
Отримати доступ до нових джерел фінансування		2,2	2,3	2,1	2,3	2,3
Здобути нові технології		2,2	2,2	2,3	2,1	2,2
Зберегти зайнятість		1,5	1,8	1,3	1,4	1,5
Отримати доступ на іноземні ринки		2,1	1,9	2,2	1,8	2,0
Отримати нові менеджерські/ маркетингові навички		2,0	1,9	2,0	2,3	2,1
Отримати доступ до сировини, комплектуючих та інших виробничих факторів		1,3	1,2	1,3	1,5	1,3
Забезпечити розвиток підприємства в довготривалому періоді		2,4	2,7	2,7	2,9	2,7

Джерело: [238, с. 6]

Таблиця К. 5

Результати опитування щодо приватизації шляхом ПІІ, %

Показники	Середнє значення зростання	
	Доприватизаційний період	Післяприватизаційний період
Активи	6,0	3,3
Кількість працівників	-4,6	-3,3
Випуск продукції	7,1	30,2
Капітальні інвестиції	27,9	36,6
Витрати на науково-дослідні розробки	22,8	13,6
Витрати на персонал	14,1	34,6
Доходи від продаж	11,1	42,8
Частка внутрішнього ринку	-4,3	6,2
Експорт	39,5	33,8
Імпорт	14,2	39,9
<i>Показники продуктивності:</i>		
Продажі/ Активи	4,9	38,2
Продажі/ Кількість працівників	16,4	47,6
Випуск продукції/ Кількість працівників	12,3	34,6
Продажі/ Витрати на персонал	-2,6	6,1
Продажі / Випуск продукції	3,7	9,7
Кількість опитаних підприємств	23	

Джерело: [207, с. 53] на основі опитування UNCTAD.

Додаток Л

Таблиця Л. 1

Індекс інвестиційної привабливості України та оцінки його окремих складових

Складові показника	Часовий період																									
	2008		2009				2010				2011				2012				2013				2014			
	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
Індекс інвестиційної привабливості, загальний	3,14	2,22	2,22	2,64	2,56	2,57	3,08	3,25	3,20	3,28	3,40	3,39	2,56	2,19	2,18	2,19	2,14	2,12	2,12	2,17	2,39	1,81	2,72	2,74		
Оцінка інвестиційного клімату в Україні	3,1	2,3	2,0	2,3	2,2	2,1	2,7	3,8	3,6	3,5	3,7	3,7	2,3	1,8	1,7	1,8	1,8	1,7	1,7	1,7	1,9	1,5	2,0	2,1		
Оцінка поточного інвестиційного клімату для підприємства за ост. 3 міс.	2,8	1,8	2,1	2,7	2,5	2,6	3,2	3,2	3,1	3,4	3,6	3,5	2,5	2,2	2,2	2,3	2,1	2,1	2,1	2,2	2,4	1,7	2,4	2,7		
Оцінка майбутнього інвестиційного клімату для підприємства (очікувані у наст. 3 міс.)	3,1	2,2	2,2	2,8	2,6	2,8	3,4	3,0	3,2	3,2	3,2	3,2	2,7	2,3	2,3	2,3	2,2	2,3	2,3	2,4	2,7	1,8	3,6	3,2		
Оцінка прибутковості для нових учасників ринку у наст. 3 міс.	3,4	2,3	2,4	2,7	2,6	2,5	2,9	3,3	3,2	3,2	3,4	3,4	2,6	2,3	2,1	2,1	2,3	2,2	2,2	2,2	2,5	2,0	2,7	2,6		
Оцінка інвестиційного клімату основної галузі діяльності підприємства у наст. 3 міс.	3,3	2,5	2,4	2,7	2,9	2,8	3,2	3,1	3,0	3,1	3,1	3,2	2,7	2,4	2,5	2,5	2,3	2,3	2,3	2,3	2,5	2,0	2,9	3,0		
Кількість респондентів	151	204	103	78	59	99	61	113	96	110	91	124	122	162	149	115	103	118	155	144	131	105	106	103		

Джерело: складено автором на основі звітів Європейської Бізнес Асоціації щодо Індексу інвестиційної привабливості за період III квартал 2008 – I квартал 2014 рр.

Таблиця Л. 2

**SWOT-аналіз Львівської області з позиції інвестиційних ризиків
(за результатами опитування експертів та представників підприємств)**

СИЛЬНІ СТОРОНИ	СЛАБКІ СТОРОНИ
<ul style="list-style-type: none"> - Близькість до кордону з ЄС; - Стратегічний розвиток ділових кластерів; - Висока кваліфікація кадрів; - Функціонування СЕЗ «Яворів» 	<ul style="list-style-type: none"> - Централізація влади, брак повноважень місцевих органів влади; - Недостатньо розвинена інфраструктура; - Корупція; - Умови реєстрації та роботи суб'єктів підприємницької діяльності
МОЖЛИВОСТІ	ЗАГРОЗИ
<ul style="list-style-type: none"> - Підписання Угоди про асоціацію з ЄС; - Управління фінансами на рівні області, зменшення частки податкових надходжень, що спрямовуються в центральний бюджет; - Підтримка більшої кількості ділових кластерів; - Доступ до реалізації інноваційних та ЕКО проектів, за рахунок коштів ЄС в рамках Програми транскордонного співробітництва «Україна-Польща-Білорусь» 	<ul style="list-style-type: none"> - Часта зміна законодавства; - Конфлікт між законодавчою та виконавчою гілками місцевої влади; - Нестабільна політична і економічна ситуація; - Розвинена бюрократія; - Існуюча система оподаткування

Джерело: [52, с. 111;53].

Таблиця Л. 3

Значення індексу інвестиційної привабливості Львівської області

Групи факторів	Фактори	Рейтингове місце серед інших областей	Бал
ЖОРСТКІ ФАКТОРИ	Природні ресурси (водні та земельні)	9	1, 454
	Трудові ресурси:	1	1, 664
	- здоров'я	1	1, 767
	- доступність	6	1, 528
	- якість (освіта)	1	1, 709
	Інноваційний потенціал	7	1, 419
	Споживчий сегмент	8	1, 206
	Бізнес-сегмент	8	1, 336
	Інфраструктура	11	1, 538
<i>Значення індексу за жорсткими факторами</i>		5	1, 459
М'ЯКІ ФАКТОРИ	Діловий клімат	1	1, 149
	Правила та процедури:	1	1, 974
	- ефективність державних органів	1	1, 993
	- адміністративні процедури	1	1, 898
	- дотримання прав власності	1	1, 991
	- корупція	1	1, 999
	- податки та збори	1	1, 988
	Відкритість влади	3	1, 011
	Діловий оптимізм	1	2, 000
<i>Значення індексу за м'якими факторами</i>		1	1, 756
<i>Загальне значення індексу</i>		1	1, 601

Джерело: побудовано автором на основі даних [53, с. 350-372]

Додаток М

Таблиця М. 1

Динаміка залучення прямих іноземних інвестицій на підприємства Львівської області

На поч. року	Абсолютні значення (тис. дол. США)				Відносні значення, %			
	Активи ПІІ	Потоки ПІІ	Приріст активів ПІІ за рік	Приріст потоків ПІІ за рік	Темп зростання/зниження активів, % до поч. поп. року	Темп зростання/зниження потоків, % до поч. поп. року	Темп приросту - 100%	Темп приросту Δ
Львівська область								
2001	149 961,7	20 396,9	9 759,9	34 851,5	132,6	46,9	32,6	-53,2
2002	159 721,6	55 248,4	60 385,3	19 444,6	106,5	270,9	6,5	170,6
2003	220 106,8	74 693,0	84 780,8	-17 734,4	137,8	135,2	37,8	35,3
2004	304 887,6	56 958,6	53 319,8	-9 047,2	138,5	76,3	38,5	-23,7
2005	358 207,4	47 911,4	68 720,2	43 450,2	117,5	84,1	17,5	-15,9
2006	426 927,6	91 361,6	88 104,8	253 472,1	119,2	190,7	19,2	90,7
2007	515 032,4	344 833,7	323 460,0	-25 698,8	120,6	377,4	20,6	277,4
2008	838 492,3	319 134,9	119 493,2	-84 236,4	162,8	92,5	62,8	-7,5
2009	957 985,5	234 898,5	24 0619,0	-114 412,2	114,3	73,6	14,3	-26,4
2010	1 198 604,5	120 486,3	55 990,4	25 973,7	125,1	51,3	25,1	-48,7
2011	1 254 594,9	146 460,0	133 187,3	167 861,9	104,7	121,6	4,7	21,6
2012	1 387 782,2	314 321,9	249 990,3	-226 029,1	110,6	214,6	10,6	114,6
2013	1 637 772,5	88 292,8	118,0	28,1	18	-71,9
Промисловість								
2001	86 983,5	16 965,5	8 971,1	16 691,8
2002	95 954,6	33 657,3	34 539,6	29 707,9	110,31	198,39	10,31	98,39
2003	130 494,1	63 365,2	67 469,9	-30 885,2	136,00	188,27	36,00	88,27
2004	197 964,0	32 480,0	29 297,9	-3 736,7	151,70	51,26	51,70	-48,74
2005	227 261,9	28 743,3	20 640,4	7 133,5	114,80	88,50	14,80	-11,50
2006	247 902,3	35 876,8	36 946,5	3 808,9	109,08	124,82	9,08	24,82
2007	284 848,8	39 685,7	40 153,8	38 354,5	114,90	110,62	14,90	10,62
2008	325 002,6	78 040,2	66 678,4	-37 536,5	114,10	196,65	14,10	96,65
2009	391 681,0	40 503,7	-30 315,7	-16 504,2	120,52	51,90	20,52	-48,10
2010	361 365,3	23 999,5	-6 643,2	28 687,1	92,26	59,25	-7,74	-40,75
2011	354 722,1	52 686,6	30 548,4	210 462,2	98,16	219,53	-1,84	119,53
2012	385 270,5	263 148,8	291 578,1	-212 694,6	108,61	499,46	8,61	399,46
2013	676 848,6	50 454,2	175,68	19,17	75,68	-80,83
Машинобудування								
2001	3 462,0	1 851,1	1 720,6	8 547,1
2002	5 182,6	10 398,2	11 950,1	37 922,3	149,70	561,73	49,70	461,73
2003	17 132,7	48 320,5	51 688,8	-36 271,9	330,58	464,70	230,58	364,70
2004	68 820,9	12 048,6	15 031,7	-7 123,2	401,69	24,93	301,69	-75,07
2005	83 852,6	4 925,4	-451,7	16 688,8	121,84	40,88	21,84	-59,12
2006	83 400,9	21 614,1	28 909,0	1 487,4	99,46	438,83	-0,54	338,83
2007	112 309,9	23 101,5	13 430,8	27 430,6	134,66	106,88	34,66	6,88
2008	125 740,7	50 532,1	-32 502,7	-37 839,3	111,96	218,74	11,96	118,74
2009	93 238,0	12 692,8	852,4	-7 442,2	74,15	25,12	-25,85	-74,88
2010	94 090,4	5 250,6	-324,7	3 912,4	100,91	41,37	0,91	-58,63
2011	93 765,7	9 163,0	-6 813,2	-2 376,7	99,65	174,51	-0,35	74,51
2012	86 952,5	6 786,3	5 552,8	-1 678,2	92,73	74,06	-7,27	-25,94
2013	92 505,3	5 108,1	106,39	75,27	6,39	-24,73

Джерело: побудовано автором на основі статистичних даних ГУСуЛО

Додаток Н

Таблиця Н. 1

Структура надходжень прямих іноземних інвестицій на підприємства у Львівській області впродовж 2000-2013 рр., тис. дол. США

Роки	Всі надходження за рік	Грошові внески	Внески у формі рухомого і нерухомого майна	Інші форми здійснення інвестицій
2000	43 547,9	25 050,7	15 280,0	3 186,8
2001	20 396,9	9 324,1	11 072,7	н/д
2002	55 248,4	32 896,4	22 302,3	49,7
2003	74 693,0	44 495,9	29 997,9	199,2
2004	56 958,6	21 311,7	30 151,2	5 495,7
2005	47 911,4	24 639,0	19 741,1	3 531,3
2006	91 361,6	56 470,7	30 833,4	4 057,6
2007	344 833,7	317 530,2	25 588,9	1 714,6
2008	319 134,9	280 888,0	27 513,8	10 733,1
2009	234 898,5	220 994,5	13 537,9	366,1
2010	120 486,3	114 014,1	5 247,8	1 224,4
2011	146 460,0	91 263,0	12 034,0	43 163,0
2012	314 321,9	65 400,3	6 335,1	242 586,5
2013	88 292,8	72 240,8	15 704,2	347,8
В підсумку за групами 2000-2013 рр.	114 117,2	96 022,8	182 923,2	689 867,4
Частки надходжень у загальному обсязі, %	100	70,3	13,5	16,2

Таблиця Н.2

Структура надходжень прямих іноземних інвестицій на підприємства машинобудування у Львівській області впродовж 2005-2012 рр., тис. дол. США

Роки	Всі надходження за рік	Грошові внески	Внески у формі рухомого і нерухомого майна	Інші форми здійснення інвестицій
2005	4 925,4	609,8	3 466,4	849,2
2006	21 614,1	2 748,0	18 862,7	0,0
2007	23 101,5	19 150,8	3 950,7	0,0
2008	53 012,1	46 453,1	4 079,0	2 480,0
2009	13 246,0	3 690,2	9 002,6	553,2
2010	5 250,6	2 344,1	2 906,5	0,0
2011	18 161,2	1 906,0	7 257,0	8 998,2
2012	6 786,3	5 597,9	1 174,9	13,5
В підсумку за групами 2005-2012 рр.	146 097,2	82 499,9	50 699,8	12 894,1
Частки надходжень у загальному обсязі, %	100	56,5	34,7	8,8

Додаток П

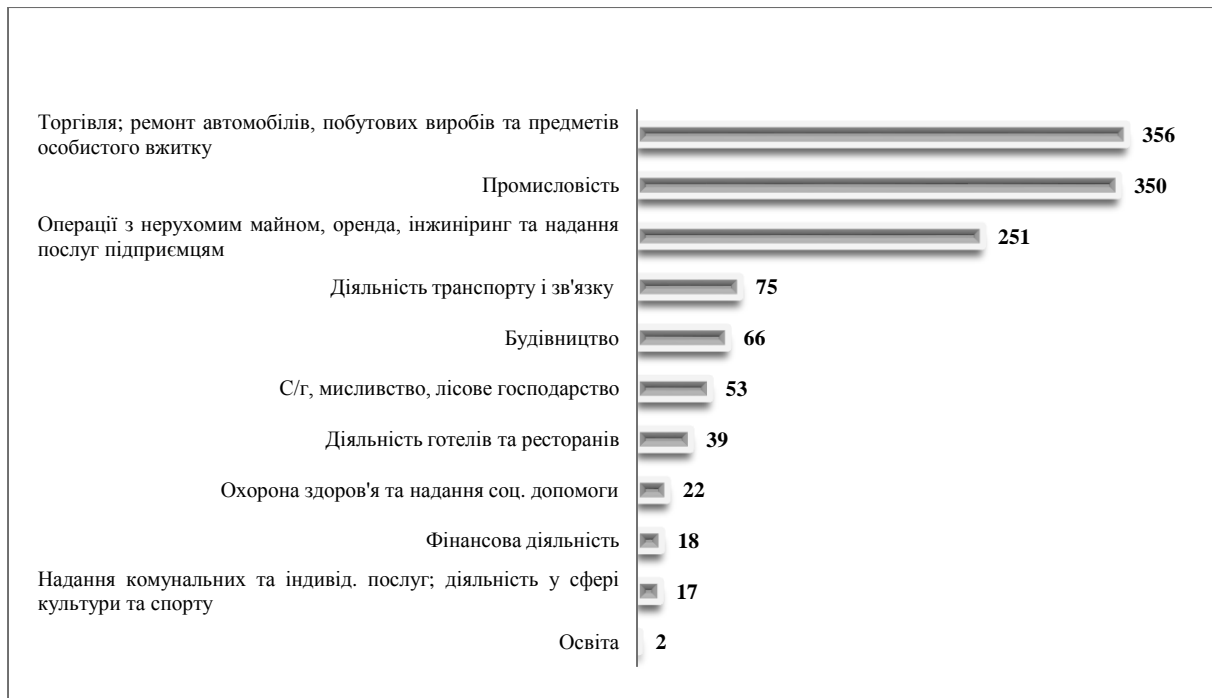


Рис. П.1. Розподіл підприємств із залученими прямими іноземними інвестиціями за кількістю і видами економічної діяльності станом на початок 2013 р.

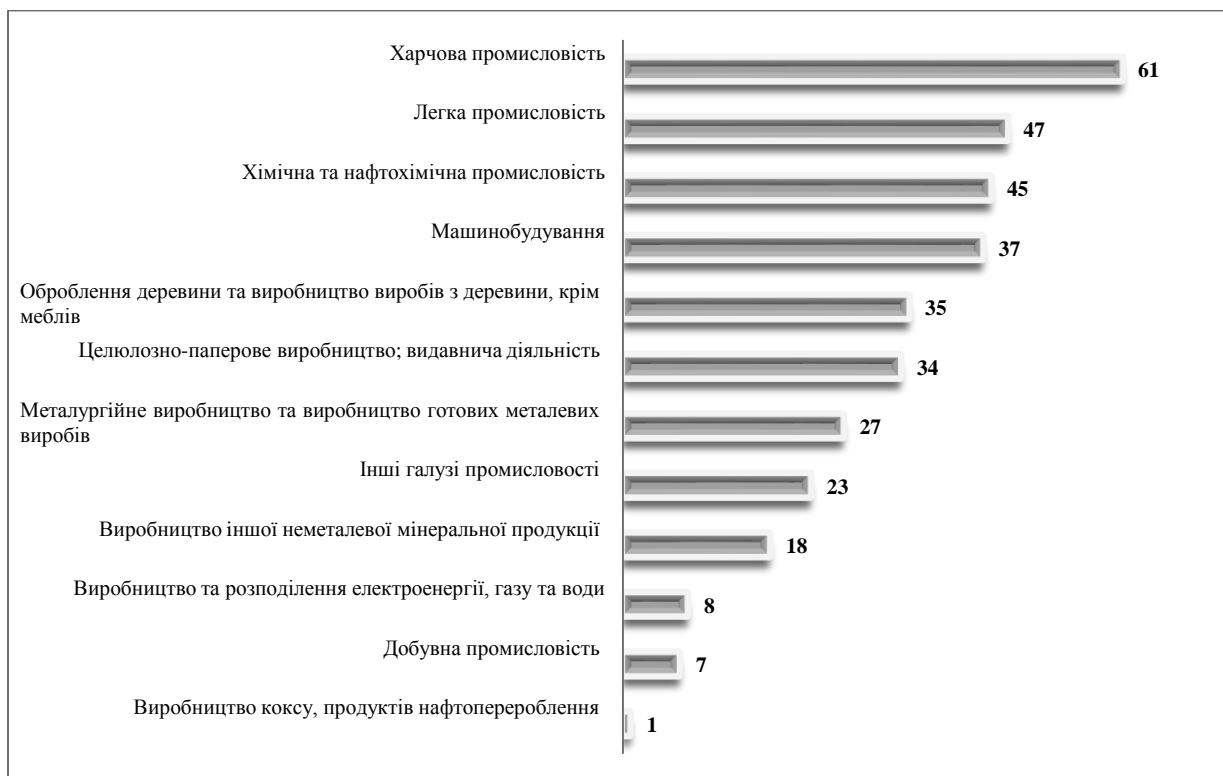


Рис.П. 2. Розподіл підприємств із залученими прямими іноземними інвестиціями у промисловості за кількістю і видами економічної діяльності станом на початок 2013 р.

Додаток Р

Таблиця Р. 1

Надходження прямих іноземних інвестицій у Львівську область за
угрупованнями країн впродовж 2000-2013 рр., млн. дол. США

Роки	Всього	Країни ЄС	Країни СНД	Інші країни
2000	43,5	9	0,1	34,4
2001	20,4	9,7	0,7	10
2002	55,2	28,6	0,8	25,8
2003	74,7	33,1	4	37,6
2004	57	47,2	0,3	9,5
2005	47,9	37,9	0,2	9,8
2006	91,4	73,5	0,4	17,5
2007	344,8	299,3	0,2	45,3
2008	319,1	248,6	0,7	69,8
2009	234,9	203,1	0	31,8
2010	120,5	106,7	6,7	7,1
2011	146,5	109,8	4,9	31,8
2012	314,3	283,6	2,6	28,1
2013	88,3	68,8	2,2	17,3
В підсумку за групою 2000-2013 рр.	1958,5	1558,9	23,8	375,8
Частки надходжень у загальному обсязі, %	100	79,6	1,2	19,2

Додаток С
Перелік підприємств машинобудування Львівської області, на які залучені ПП
станом на 2013 рік

№ з/п	Назви підприємств	Країни інвестора	Місце-знаходження підприємств
Більше 10 млн. дол. США			
1.	ТзОВ "ЛЕОНИ ВАЕРІНГ СИСТЕМС УА ГМБХ"	Німеччина	с. Нежухів, Стрийський р-н
2.	ЗАТ "ЗАВОД КОМУНАЛЬНОГО ТРАНСПОРТУ"	Угорщина	м. Львів
3.	ТзОВ "ДИСКАВЕРІ-БУРОВЕ ОБЛАДНАННЯ (УКРАЇНА)"	Кіпр, Велика Британія	м. Стрий
Від 1 до 10 млн. дол. США			
4.	ТзОВ "ОДВ-ЕЛЕКТРИК"	Німеччина	м. Новий Розділ
5.	ТзОВ "СІ ЕФ ТІ УКРАЇНА"	Італія	м. Пустомити
6.	ТзОВ "ЕЛЕКТРОКОНТАКТ УКРАЇНА"	Німеччина	м. Перемишляни
7.	ЗАТ "АВТОНАВАНТАЖУВАЧ"	Кіпр	смт. Шкло, Яворівський р-н
8.	ТзОВ "АМАРДІКО 120 УКРАЇНА"	Данія	м. Самбір
9.	ПАТ "ІСКРА"	Кіпр	м. Львів
Від 500 тис. дол. до 1 млн. дол. США			
10.	ТзОВ "ЛЬВІВАВТОКОМПЛЕКТАЦІЯ"	Канада	м. Львів
11.	УКРАЇНСЬКО-НІМЕЦЬКЕ СП В ФОРМІ ТзОВ "ІНТЕРНЕТІВНІ КАТТЕР МАНЮФЕКЧЕРЕР ГМБХ (ІСМ)"	Німеччина	м. Дрогобич
12.	ТзОВ "ІРАЛКО УКРАЇНА"	Ірландія	м. Самбір
13.	ТзОВ "КАБЕЛЬВЕРК-ЛЬВІВ"	Чеська Республіка	м. Львів
14.	ТзОВ "ГУЛЬДМАНН-УКРАЇНА"	Данія	смт. Куликів, Жовківський р-н
Від 100 тис. дол. до 500 тис. дол. США			
15.	ТзОВ "ПРОДЖЕНІ СОЛАР УКРАЇНА"	США	м. Миколаїв
16.	СПІЛЬНЕ УКРАЇНСЬКО-НІМЕЦЬКЕ ПІДПРИЄМСТВО У ФОРМІ ТзОВ "СФЕРОС-ЕЛЕКТРОН"	Німеччина	м. Львів
17.	ТзОВ "ДОСЛІДНО-МЕХАНІЧНИЙ ЗАВОД "КАРПАТИ"	Кіпр	м. Новий Розділ
18.	ТзОВ "РИТМ-ЕЛЕКТРОМОНТАЖ" (УКРАЇНСЬКО-ПОЛЬСЬКЕ)	Польща	смт Краковець, Яворівський р-н
19.	ТзОВ "СВРОГЕН-УКРАЇНА"	Франція	с. Михайлівці, Дрогобицький р-н
20.	ТзОВ "НАДРАГІДРОБУРМАШ"	Російська Федерація	м. Дрогобич
Від 10 тис. дол. до 100 тис. дол. США			
21.	ТзОВ "ТАЙМ ЕНД СПЕЙС"	Польща	м. Стрий
22.	СПІЛЬНЕ УКРАЇНСЬКО-РОСІЙСЬКЕ ПІДПРИЄМСТВО ТзОВ "САПФІР -МНС"	Російська Федерація	с. Погірці, Самбірський р-н
23.	ТзОВ "УКРОПОЛЬ-ТЕН"	Польща	м. Броди
24.	ТзДВ "БОРИСЛАВСЬКИЙ ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНИЙ ЛИВАРНО-МЕХАНІЧНИЙ ЗАВОД"	Російська Федерація	м. Борислав
25.	ТзОВ "ЕГСТОН СИСТЕМ ЕЛЕКТРОНІКС УКРАЇНА"	Австрія	м. Львів
26.	ПП "ШНАЙДЕР АКУМУЛЯТОРИ УКРАЇНА - ЛЕХ ШНАЙДЕР"	Польща	с. Почасвичі, Дрогобицький р-н
27.	ПП "РЕГЕНЕРАЦІЯ"	Польща	м. Львів
Менше 10 тис. дол. США			
28.	ТзОВ "УТЕХ-УКРАЇНА"	Польща	с. Терновиця, Яворівський р-н
29.	ТзОВ "МЕХАНІК ФАБРИК"	Польща	м. Львів
30.	ТзОВ "СП "ТАРТАРИНІ-УКРАЇНА"	Угорщина	м. Дрогобич
31.	СП ТзОВ УКРАЇНСЬКО-ЧЕХО-СЛОВАЦЬКЕ "АННА ЛЬВІВ ЛТД"	Чеська Республіка, Словаччина	м. Львів
32.	ТзОВ "ЛАБОРАТОРІЯ ЕЛЕКТРОМАГНІТНИХ ІННОВАЦІЙ"	США	м. Львів
33.	СПІЛЬНЕ УКРАЇНСЬКО-НІМЕЦЬКЕ ПІДПРИЄМСТВО "ОЛНОВА" У ФОРМІ ТзОВ	Німеччина	м. Буськ
34.	ТзОВ "ЕНЕКОРЕСУРС"	Польща	м. Львів
35.	ТзОВ "ХЕММЕЛЬ - УКРАЇНА"	Німеччина	с. Ожидів, Буський р-н
36.	ПП "МОЛД-ІНВЕСТ"	Молдова	м. Львів
37.	ТзОВ "СПЕЦТЕХСЕРВІС"	Австрія	м. Сколе

Додаток Т
Освоєння капітальних інвестицій підприємствами, що залучили ПІІ

Роки	2011			2012			2013		
	Усі м/б п-тва (133)	М/б п-тва з ПІІ (19)	Частка м/б п-тв з ПІІ, % (14,3)	Усі м/б п-тва (125)	М/б п-тва з ПІІ (20)	Частка м/б п-тв з ПІІ, % (16,0)	Усі м/б п-тва (127)	М/б п-тва з ПІІ (19)	Частка м/б п-тв з ПІІ, % (15,0)
КАП. ІНВЕСТИЦІЇ ЗАГАЛОМ	128 987	74 562	57,8	180 684	124 875	69,1	212 043	113 646	53,6
Кап. інвестиції у матер. активи	127 025	73 866	58,2	175 792	122 629	69,8	208 773	111 893	53,6
-інвестиції в осн. капітал	97 514	58 357	59,8	140 086	101 923	72,8	129 962	92 064	70,8
Кап. будівництво	8 481	5 726	67,5	8 894	2 732	30,7	н/д *		
машини, обладнання, інвентар	72 224	39 155	54,2	109 106	80 389	73,7	100 538	72 605	72,2
транспортні засоби	16 789	13 476	80,3	22 047	18 802	85,3	29 424	19 459	66,1
-існуючі будівлі та споруди	4 699	0	0	1 548	486	31,4	15 642	7 932	50,7
-нові будівлі, споруди, об'єкти незаверш. будівництва	272	0	0,0	303	0	0,0	16 558	4 471	27,0
-ін. матер. активи	3 930	1 725	43,9	5 574	2 558	45,9	6 888	2 685	39,0
-кап. ремонт	20 610	13 784	66,9	28 281	17 662	62,5	39 723	4 741	11,9
-земля	20	0	0	39	0	0	0	0	0
Кап. інвестиції у нематер. активи	1 962	696	35,5	4 892	2 246	45,9	3 270	1 753	53,6
-права на комерц. позначення, об'єкти промисл. власності, авторські права, патенти, ліцензії тощо	877	0	0,0	142	123	86,6	827	4	0,5
-програмне забезпечення та бази даних	1 085	696	64,1	4 750	2 123	44,7	2 443	1 749	71,6
Частка освоєних кап. інвестицій за рахунок надходжень ПІІ, %	19,6			45,1			22,7		

*неможливо відстежити показник в зв'язку з методологічними змінами статистичного спостереження щодо капітальних інвестицій

Джерело: складено автором на основі статистичних даних та власних розрахунків

Додаток У

Таблиця У. 1

Правові моделі набуття прав на землю в процесі прямого іноземного інвестування

Моделі Ознаки	Право власності	Оренда землі	Суб- оренда землі	Суперфіцій	Емфітевзис	Інвести- ційний договір	Придбання корпоративних прав юридичної особи, яка вже має оформлені права на землю	Укладення угоди з власником/ користувачем (ст.97 Земельного кодексу)	Право постійного користування землею
Можливість відчуження	+	+	-	+	+	-	+	-	-
Можливість застави права	+	+	-	+	+	-	-	-	-
Необхідність реєстрації права	+	+	+	+	+	-	-	-	+
Є прийнятною для:	Будь-яких випадків	Будь- яких випадків	Будь-яких випадків	Винятково для забудови земельної ділянки	Винятково для с/г потреб	Найбільш вигідна для збудови земельної ділянки	Будь-яких випадків	Винятково для геолого-знімальних, пошукових, геодезичних та ін.. розвідувальних робіт	Винятково для п-тв, установ та організацій, що належать до держ. та комун. власності; громадських організацій інвалідів України, їх п-тв (об'єднань), установ та організації
Термін дії права	Не- обмеже- ний	До 50 років	Не довше терміну дії договору оренди	До 50 років	До 50 років	-	-	На період проведення геолого- знімальних, пошукових, геодезичних та ін.розвідувальних робіт	На період існування юридичної особи
Прийнятність для іноземного інвестора	+	+	+	+/-	+/-	+	+	+/-	-

Джерело: [134; с. 68]

Додаток Ф

Таблиця Ф. 1

Зовнішньоекономічна діяльність машинобудівних підприємств у розрізі
давальницької сировини, млн дол. США

Групи підприємств	2006		2007		2008		2009		2010		2011		2012		2013	
	Мд	Хд	Мд	Хд	Мд	Хд	Мд	Хд	Мд	Хд	Мд	Хд	Мд	Хд	Мд	Хд
Усі м/б п-тва	7	10	61	73	113	145	153	157	123	158	151	205	198	196	166	227
М/б п-тва, із ПІІ (14)	6	8	58	69	109	141	145	151	118	156	150	204	196	193	154	212
Частка м/б п-тв із ПІІ, %	84	80	95	94	96	97	95	96	96	93	99	99	99	99	93	93
Частка в загальній структурі ЗЕД, %	6	6	46	34	53	47	55	59	79	73	73	79	77	59	77	78

Мд – імпорт давальницької сировини;

Хд – експорт готової продукції, виготовленої з давальницької сировини

Таблиця Ф. 2

Обсяги фінансування інноваційної сфери діяльності машинобудівних
підприємств, тис грн

Групи підприємств	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Усі машинобудівні підприємства	59277,5	11936,3	15233,4	11366,8	19568,9	18726,1
Машинобудівні підприємства, в статутний капітал яких залучено ПІІ	337,6 ¹	448,5 ¹	6049,5 ²	3550,7 ³	10801,8 ⁴	633 ⁵
Частка машинобудівних підприємств, в статутний капітал яких залучено ПІІ	0,6	3,8	39,7	31,2	55,2	3,4

¹ - ЗАТ «ЗКТ»; ² - ЗАТ «ЗКТ»; ТЗОВ «Сферос-Електрон»; ТЗОВ «Діскавері бурове обладнання (Україна)»;

³ - ЗАТ «ЗКТ»; ТЗОВ «Сферос-Електрон»; ТЗОВ «Діскавері бурове обладнання (Україна)»; ТЗОВ «Електроконтакт Україна»; ⁴ - ЗАТ «ЗКТ»; ТЗОВ «Сферос-Електрон»; ТЗОВ «Діскавері бурове обладнання (Україна)»; ТЗОВ «Електроконтакт Україна»; ТЗДВ «БЕЛМЗ»; ⁵ - ТЗОВ «Сферос-Електрон»;

Таблиця Ф. 3

Обсяги реалізованої нової для ринку продукції машинобудівних
підприємств, млн грн

Групи підприємств	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Усі машинобудівні підприємства	468,7	130,8	175,9	15,5	34,9	11,2
Машинобудівні підприємства, в статутний капітал яких залучено ПІІ	216,7	103,7	56,8	3,0	5,7	1,6
Частка машинобудівних підприємств, в статутний капітал яких залучено ПІІ	46,2	79,3	32,3	19,5	16,4	13,9

Таблиця Ф. 4

Індикатори соціальної сфери діяльності машинобудівних підприємств

Індикатори		2008	2009	2010	2011	2012	2013
Фонд оплати праці, тис. грн	Усі машинобудівні підприємства	504 782,0	600 808,3	580 246,7	716 131,3	788 594,9	871 862,8
	Машинобудівні підприємства, в статутний капітал яких залучено ПШ	129 998,3	178 270,7	194 990,7	256 229,4	285 906,7	299 594,9
	<i>Частка машинобудівних підприємств, в статутний капітал яких залучено ПШ</i>	25,8	29,7	33,6	35,8	36,3	34,4
Сума витрат підприємств на утримання роб. сили крім тих, які враховані у фонді оплати праці, тис грн	Усі машинобудівні підприємства	30 613,8	50 449,2	48 173,1	н/д	69 367,8	68 619,4
	Машинобудівні підприємства, в статутний капітал яких залучено ПШ	5 152,4	14 022,6	12 711,1	11 574,6	18 203,8	13 094,4
	<i>Частка машинобудівних підприємств, в статутний капітал яких залучено ПШ</i>	16,8	27,8	26,4	н/д	26,2	19,1
Середньо-місячна номінальна заробітня плата, грн	Усі машинобудівні підприємства	1 364,6	1 744,6	1 817,9	2 225,8	2 494,7	2 879,6
	Машинобудівні підприємства, в статутний капітал яких залучено ПШ	1 439,8	1 813,0	2 079,8	2 474,5	2 612,2	2 746,0
Середньо-облікова к-ість штатних працівників, ос.	Усі машинобудівні підприємства	30 826	28 699	26 599	26 812	26 342	25 231
	Машинобудівні підприємства, в статутний капітал яких залучено ПШ	7 524	8 194	7 813	8 629	9 121	9 092

Додаток Х

ТЕХНІКО-ЕКОНОМІЧНІ ПРОПОЗИЦІЇ ПО ТЕХНІЧНОМУ ПЕРЕОЗБРОЄННІ ДОВЖАНСЬКОГО МАШИНОБУДІВНОГО ЗАВОДУ Іршавського району Закарпатської області

Ідея проекту

Створити транспорт XXI століття для міських сполучень, що відповідає вимогам сучасних технологій, передовій інженерній і дизайнерській думці, який повинен випереджати свій час, бути якісним і відповідати найвищим нормам комфорту, зручності, технологічності і ефективності.

Підприємство має матеріальну базу, завдяки якій можна виготовляти деталі для майбутнього транспортного засобу, передові конструкторські ідеї і кваліфікований персонал.

За розрахунками фахівців, потужності нового заводу можуть становити 10-20 машин у рік. Запорука успіху – ціна. Адже, якщо хороший трамвай на Заході коштує від двох мільйонів євро, український аналог вартуватиме вдвічі менше – його ціна стартуватиме від мільйона євро. Основний ринок – чотири українські міста, які мають вузьку колію: Львів, Житомир, Вінниця та Євпаторія.

Відповідно до умов тендера, новий трамвай повинен мати низьку підлогу, його пасажиромісткість становитиме не менш ніж 200 осіб. Фактично, якщо нинішні трамваї завдовжки 19 метрів, то новий вагон пропонують зробити майже 30-метровим.

Мета проекту

На базі заводу організувати виробництво сучасних трамваїв для міст, які мають вузьку колію з використанням найновіших технологій з використанням частин українських і зарубіжних заводів.

ПРОДУКТ

1. Назва виробу

Трамвай з низьким рівнем підлоги.

2. Призначення виробу

Трамвай з низьким рівнем підлоги, призначений для перевезення пасажирів по діючих коліях та нових, збудованих у відповідності з ДБН Б.2.3-18-2007 і розрахований на експлуатацію в мікрокліматичних районах з теплим помірним кліматом при температурах оточуючого повітря від мінус 25 до плюс 35°C і відносною вологістю до 75 % при температурі плюс 15°C, при безгаражному зберіганні. Експлуатація вказаних трамваїв в Україні повинна здійснюватись відповідно до „Правил експлуатації трамвая та тролейбуса”, затвердженими Держжитлокомунгоспом України, за встановленими Мінтрансв'язку України та Державтоінспекцією МВС України маршрутами.

3. Склад виробу

Трамвай з низьким рівнем підлоги складається з наступних вузлів в комплекті:

1. Передня секція з кабіною водія – 1 шт.
2. Передня підвісна секція – 1 шт.
3. Задня підвісна секція – 1 шт.
4. Середня секція – 1 шт.
5. Задня секція – 1 шт.
6. Поворотно-зчпний пристрій тип 1 (поворот навколо вертикал. осі) – 3 шт.
7. Поворотно-зчпний пристрій тип 2 (поворот навколо вертикал. і горизонт) осі – 1 шт.
8. Пантограф.
9. Комплект високовольтного обладнання.
10. Комплект низьковольтного обладнання.
11. Комплект кріпильних елементів та матеріалів.

4. Загальні вимоги

4.1. Вагон повинен бути виготовлений відповідно до вимог ДСТУ_4876_:2007. Розробку і постановку на виробництво трамвая провести у відповідності до вимог ГОСТ 15.001-88.

4.2. Вагон повинен бути призначений для експлуатування на трамвайних лініях споруджених відповідно до будівельних норм та правил.

4.3. Вид кліматичного виконання вагона – УХЛ (У), категорія 1 згідно з ГОСТ 15150.

4.4. Завантажений вагон повинен долати ухил не менше ніж 80 %.

4.5. Габаритні розміри – відповідно до 4.1 ДСТУ 4070.

Габаритна довжина вагона не повинна бути більше розміру, за яким треба виконувати погодження руху вагонів з органами Державтоінспекції відповідно до Правил дорожнього руху.

4.6. Маса завантаженого вагона повинна бути такою, щоб навантаження на будь-яку вісь не перевищувала 80 кН.

4.7. Максимальна швидкість завантаженого вагона на горизонтальній прямій ділянці колії та номінальній напрузі контактної мережі – не менше ніж 70 км/год.

4.8. Час розгону завантаженого вагона на горизонтальній ділянці колії до швидкості 45 км/год – не більше ніж 20 с з максимальним прискоренням не більше ніж 1,2 м/с².

По пожежній безпеці трамвай повинен відповідати вимогам ДСТУ 4799-2007.

4.9. Системи гальмівні повинні відповідати вимогам ДСТУ 4224-2003.

4.10. Вимоги безпеки і охорони довкілля у відповідності з ДСТУ 4070-2002.

5. Основні параметри

5.1 Кількість секцій	5
5.2 Кількість осей	6
5.3 Навантаження на вісь, не менше, кН	100
5.4 Низький рівень підлоги салону, не менше, %	85

6. Основні розміри

6.1 Габаритна довжина, мм	27 460
6.2 Габаритна ширина трамвая (по кузову), мм	2300

6.3 Габаритна висота трамвая (крім струмоприймача), мм	3500
6.4 Відстань від осі кривої до кута (елемента) кузова вагона з зовнішньої сторони кривої ділянки колії, при радіусі кривої (згідно ДБН Б.2.3-18-2007), м	20 1,84
6.5 Відстань від осі кривої до середини бічної сторони вагона з внутрішньої сторони кривої ділянки колії, при радіусі кривої - 20 м (згідно ДБН Б.2.3-18-2007), м	1,655
6.6 Відстань від рівня головки рейки до нижньої точки обладнання візка і кузова (крім рейкових гальм) при нових бандажах і максимальному навантаженні, мм -	105
6.7 Кількість двостулкових дверей трамвая мінімальної конфігурації,	4
6.8 Ширина прорізу двостулкових дверей, мм,	1400
6.9 Ширина прорізу одностулкових дверей, мм	800
6.10 Максимальна висота підлоги спорядженого трамвая над головкою рейки при вході, мм	360
6.11 Ухил підлоги салону, не більше, %	8
6.12 Діаметр нового колеса, не більше, мм,	710

7. Внутрішні розміри:

7.1 Ширина проходу між сидіннями, мм	700
7.2 Ширина проходу в зоні візків, не менше, мм	450
7.3 Висота стелі кузова салону від підлоги, мм	2100

8. Місткість вагона:

8.1 Кількість місць для сидіння	57
8.2 Максимальна пасажиромісткість трамвая (8 пас/м ²),	227
8.3 Кількість обладнаних місць для перевезення інвалідів,	1

9. Основні параметри колії:

9.1 Ширина колії, мм	1000
9.2 Мінімальний радіус кривої, м	16
9.3 Максимальний підйом (спуск) шляху, %	80

10. Умови експлуатації

10.1 Трамвайний вагон призначений для експлуатації в кліматичних районах з теплим помірним кліматом згідно ГОСТ 15150-69, при температурі навколишнього середовища від мінус 25°C до плюс 35°C і відносною вологістю до 75 % при температурі плюс 15 °C, при безгаражному зберіганні.

10.2 Трамвай має можливість проїзду через ділянку колії залитою водою:
 - зі швидкістю 40 км/год. На відрізу 100м, при рівні води над головкою рейки 25 мм
 - зі швидкістю 5 км/год на відрізу довжиною 50 м. при рівні води над головкою рейки 100 мм.

10.3 Трамвай призначений для роботи в односторонньому русі.

10.4 Трамвай вписується в коридор з радіусами згідно з 4.1.2 ДСТУ 4070-2002. і долає довготривалий підйом при повному завантаженні не менше 80%.

10.5 Вагон розрахований на роботу від контактної мережі з номінальною напругою 600В (+20% ÷ -30%), згідно вимог СНиП-2.05.09-90 “Трамвайные и троллейбусные линии”.

10.6 Живлення внутрішніх допоміжних ланцюгів від постійного струму згідно п.6.7 ДСТУ4876, напругою – 24В.

10.7 Трамвай обладнаний тяговим урухомником з мінімальними витратами електричної енергії, згідно з п.6.6.5 ДСТУ 4876:2007.

10.8 Вентиляція салону – комбінована: природна – через квартирки бічних вікон, примусова – з допомогою вентиляторів на даху.

10.9 Клімат в салоні забезпечується кліматичною установкою у відповідності з п.6.10 ДСТУ 4876:2007.

10.10 Кабіна водія забезпечується кліматичною установкою, у відповідності з п.6.10 ДСТУ 4876:2007.

11. Конструкція вагона трамвая.

11.1 Каркас кузова вагона, несучий, складається з металевих профільних труб та металевих профілів, виготовлених з антикорозійної сталі.

11.2 Всі деталі кузова виготовляються зі сталевих, алюмінієвих, пластикових, композиційних матеріалів, і мають тривалий термін експлуатації, не менший за термін експлуатації трамвая.

11.3 Всі деталі внутрішнього облицювання кузова виготовляються з пластикових або композиційних матеріалів, і мають антивандальні, ергономічні та пожежобезпечні показники.

11.4 Конструкція кузова має захист електричних та механічних пристроїв, розташованих під підлогою кузова від попадання пилу та вологи, має електричну і теплову ізоляцію та забезпечує електробезпеку пасажирів згідно ДСТУ 4070-2002 «Вагони трамвайні. Вимоги безпеки й охорони довкілля».

11.5 Забезпечений вільний доступ до обладнання, що розташоване в салоні кузова на верху і під кузовом при його експлуатації та технічному огляді.

11.6 Планування пасажирського салону, розміри і розташування сидінь, дверей, підніжок забезпечують максимальну інтенсивність пасажирообміну при посадці та висадці пасажирів, та евакуації їх з салону при аварії, і відповідають вимогам ДСТУ UN/ECE R 36-03-2002 (Правилам ЕЭК ООН №36-03: 1999, ITD).

11.7 Для піднімання кузова передбачені опорні місця.

11.8 На трамваї встановлений пристрій для піднімання на дах, який не виходить за габарити трамвая та забезпечує безпеку обслуговуючого персоналу.

11.9 Поворотно-зчіпні пристрої (тип 1 та тип 2 див. п.4) – виробництва ТзОВ ”Інтер-Пет” (Україна).

Основні параметри поворотно-зчіпних пристроїв:

Максимальний кут повороту вправо-вліво (для типу1 та типу2), $\pm 30^\circ$

Максимальний кут повороту навколо горизонтальної осі (для типу 2), $\pm 10^\circ$

Сильфон поворотно-зчіпного пристрою виготовлений з високоякісного матеріалу, стійкого до ультрафіолетового опромінення, з високою механічною міцністю та зносостійкістю, вогнестійкий і нетоксичний, товщиною не менше 1 мм, з коефіцієнтом

теплопередачі не більше 2 ккал /м ч ° С з величиною звукоізоляції не більше $R_w = 14-15$ дБ. Колір обумовлюється в замовленні.

ОПИС ВИРОБНИЧОГО ПРОЦЕСУ КООПЕРАЦІЯ

Підприємство-партнер	Підприємства України
Візки	Труби
	Листовий матеріал
	Склопластикові деталі
Інші європейські постачальники:	Алюмінієві профіля
Високовольтне обладнання	Фанера
Електроприлади	Грабіол
Система керування	Гумові профіля
Кондиціонер	АБС-пластик
	Клеї, герметики, ЛФМ
	інше

ТЕХНОЛОГІЧНИЙ ПРОЦЕС

Розміщення виробництва трамваїв буде сконцентровано на площах підприємства, що залучить необхідні інвестиції.

Дані площі можуть бути розділені по видах виробництв, а саме:

Кузовне виробництво – проводиться гнуття труб на трубозгинальному верстаті з ЧПУ, свердління та фрезерування труб. Дільниця забезпечує виготовлення кузова вагона, який включає в себе: основу, боковину праву і ліву, дах, передок та задок. Всі ці елементи каркасу зварюються в спеціальних стапелях, а сам каркас – в головному кондукторі за допомогою зварювальних напівавтоматів.

Облицювання каркасу секції вагону проводиться панелями із оцинкованої сталі та склопластику. При облицюванні широко використовуються технології клеєння, які забезпечують антикорозійні вимоги до кузова вагону.

Фарбувальне виробництво – надійне лакофарбове покриття із використанням матеріалів провідних європейських фірм. Дане покриття включає в себе ґрунтування, шпатлювання, другий шар ґрунтування і нанесення основного фону фарбування.

Захист днища кузова виконується надійними антикорозійними матеріалами.

Складальне виробництво – складання трамваю здійснюється на одній лінії із максимальним наближенням допоміжних дільниць підборки до місця складання.

Фарбований кузов з фарбувальної дільниці на технологічному візку по гладкій підлозі подається на складальну дільницю в зону дії електромеханічних підймачів.

Для встановлення кузова вагону на візки, вагон піднімається підймачами, викачується технологічний візок і почергово під вагон подаються візки в зону зчеплення із вагоном. Кузов опускається підймачами на візки і стикується.

Дальше вагон на візках переміщається по колії для звільнення місця під другий кузов.

Вагони на візках між собою з'єднуються між собою зчпним пристроєм, який подається до вагонів гідравлічним візком.

Дальше проходять операції зовнішнього та внутрішнього облицювання вагонів, встановлення високовольтного обладнання, електроприладів, системи керування, кондиціонера, та інше.

Після завершення складання трамваю передбачено проведення випробовування високовольтного обладнання, гальмівної системи, обкатка.

Застосування описаних підходів при організації виробництва дозволить випускати продукцію європейського рівня з програмою випуску 20 трамваїв в рік.

СТВОРЕННЯ ВИРОБНИЧИХ ПОТУЖНОСТЕЙ

Даний проект передбачає організацію серійного виробництва на виробничих площах підприємства трамваїв з низьким рівнем підлоги на вузьку колію, з подальшим освоєнням виробництва трамваїв на широку колію.

Виготовлення макетного взірця передбачено в виробничому корпусі №1. Виділене робоче місце оснащено необхідним діючим обладнанням, яке забезпечує виконання поставленого завдання. Для порізки труб є в наявності пиловідрізний верстат, для зварювання вузлів кузова вагону – зварювальний апарат. Переміщення деталей та вузлів проходить за допомогою вантажопідйомного механізму – кран-балки.

Цех по виробництву трамваїв призначений для виготовлення трамваїв з низьким рівнем підлоги на вузьку 1000 мм та широку колію 1524 мм Сировиною для проектного виробництва є різні види сталевих прокату з чорних та нержавіючих сталей.

Доставка сировини і матеріалів відбувається автомобільним транспортом в складські приміщення, обладнаними вантажопідйомними механізмами (кран-балками Q=5т). З складу в цех метал подається механізованим візком по рейковому шляху.

Порізка профільних низьколегованих труб проводиться на заготівельній дільниці на пиловідрізних верстатах з подальшим гнуттям труб на трубозгинальному верстаті з ЧПУ. Площа дільниці – 160 кв.м.

На дільниці також організовані робочі місця для виготовлення листових деталей, деталей із круглих труб та інших, де задіяні гільйотинні ножиці, верстат для гнуття круглих труб та інше обладнання. Тут же передбачено виготовлення деталей та вузлів ходової частини (рама, підвіска, візок, зчіпний пристрій).

Передача деталей на кузовну дільницю відбувається на технологічних візках безпосередньо до робочих місць. На кузовній дільниці проходить виготовлення кузова вагона, який включає в себе: основу, боковину праву і ліву, дах, передню і задню ферми. Всі ці елементи каркасу зварюються в спеціальних стапелях та кондукторі за допомогою енергоощадних зварювальних напівавтоматів. Облицювання каркасу секції вагону проводиться панелями із оцинкованої сталі, алюмінієвого листа, а також деталями із склопластика. При облицюванні широко використовуються технології клеєння, які забезпечують антикорозійні вимоги до кузова вагону.

Переміщення вузлів (основа, боковина права і ліва, дах, передя і задня ферми та ін.) відбувається кран-балкою вантажопідйомністю 3,2 т.

Площа дільниці зварювання – 362 кв.м.

Подача облицюваного каркасу секції вагону на фарбувальну дільницю проходить на технологічному візку

На фарбувальній дільниці проводиться підготовка поверхні кузова вагону до фарбування, яка включає в себе всі необхідні технологічні операції: знежирення кузова, ґрунтування, шпатлювання, шліфування, другий шар ґрунтування.

Захист днища кузова виконується надійними антикорозійними матеріалами.

Підготовка поверхні проходить в вентиляційній камері (пленумі), яка обладнана приточно-витяжною вентиляцією. Повітря, яке видаляється, очищується від аерозолей ґрунта за допомогою сухих фільтрів.

Дальше ґрунтований кузов подається в фарбувально-сушильну камеру, де відбувається процес нанесення основного фону фарбування. Час повного висихання фарби становить 40 хв. при температурі 60°C.

Камера встановлена на бетонну основу з нижнім вентиляційним каналом, через який видаляється повітря із камери вентиляторами витяжної системи. Видалене повітря очищується від аерозолей фарби за допомогою сухих фільтрів. Притік свіжого повітря в камеру забезпечується приточними вентиляторами з попереднім підігрівом повітря в теплогенераторі. Очищення повітря здійснюється поточними фільтрами тонкої очистки в верхньому вентиляційному каналі безпосередньо перед поступленням в зону фарбування. Рух повітря в камері проходить зверху в низ зі швидкістю, яка забезпечує якісне лакофарбове покриття і задовільні умови праці. Під час сушіння виробів, пари що виділяються, перед викидом в атмосферу вловлюються адсорбентом (додаткові фільтри з активованим вугіллям).

Для зручності малярів передбачені робочі містки, які переміщуються вверх-вниз і повздовж кузова. Фарбувальна дільниця займає площу 108 кв.м та обладнана пожежною сигналізацією і автоматичною системою пожежогасіння. Для забезпечення високоякісного лакофарбового покриття, спрощення технологічного процесу лакофарбових робіт, покращення умов праці, зменшення викидів в навколишнє середовище застосовуються двокомпонентні водорозчинні лакофарбові матеріали (ґрунти, емаль, шумопоглинаючий матеріал). Фарбований кузов на технологічному візку переміщується на складальну дільницю. Складання трамваю здійснюється на дільниці площею 544 кв.м на двох лініях із максимальним наближенням допоміжних дільниць до місця складання. Це дільниці деталей та вузлів ходової частини (рама, підвіска, візок, зчпний пристрій, сильфон). Обробка деталей колісної групи, кронштейнів та ін. буде проводитись по кооперації із залучення інших підприємств з різних областей, що додатково забезпечить нові робочі місця.

Основна комплектація для складання трамваю (двигун з редуктором та муфтою, амортизатори, пружини, гальмо дискове, високовольтне обладнання, електроприлади, система керування, кондиціонер) провідних європейських фірм. Переміщення вузлів по дільниці здійснюється за допомогою кран-балки вантажопідйомністю 3,2 т та технологічних візків.

Підйом кузова секції вагону проходить за допомогою електромеханічних консольних підйомачів вантажопідйомністю 6 т. Тут же на дільниці передбачено проведення випробовування високовольтного обладнання, гальмівної системи, обкатка.

Оновлення трамвайного парку – програма довготривала і перспективна. Вона підвищить задоволення потреби населення у високоякісних та безпечних перевезеннях, забезпечить розвиток маршрутної мережі міського електротранспорту, поліпшить екологічний стан у містах.

Освоєння серійного виробництва нових типів сучасного рухомого складу з високим рівнем інновацій дозволить зменшити енергоспоживання трамвайними вагонами, покращить показники надійності, комфортності та безпеки пасажирів.

Додаток Ш
Розрахунок ціни одиниці низькопідлогового трамваю

прогнозний курс за 1євро - 27грн

розділитель 1000

Статті витрат	трамвай	
	000 UAH	000 EUR
Матеріальні витрати	19 116	708
Сировина та матеріали	675	25
кузова	405	15
складання	270	10
Покупні напівфабрикати і комплектуючі	17 388	644
візки привідні 4 шт	9 990	370
комплект вузлів зчленування	1 107	41
візок підтримуючий	2 700	100
система управління	1 431	53
струмознімач	27	1
система кондиціонування	513	19
Система обігріву салону та кабіни водія	108	4
Інформаційна система	81	3
Низьковольтна електрика	162	6
Привід управління дверима	27	1
Комплект сидіння салону, сидіння водія	27	1
Склоочисник		
Інше кузовне обладнання (поручні, інвалідний трап, елементи салону)	1 215	45
Кооперація (комплект деталей):	1 053	39
склопластик (деталі)	189	7
АБС-пластик (деталі)	459	17
скло (деталі)	135	5
алюміній і гумові профілі (деталі)	162	6
інші(деталі, вузли)	108	4
Витрати на доставку	567	21
Витрати на виробництво	1 188	44
Витрати на оплату праці	729	27
<i>Трудоємність н/год</i>	<i>19 440</i>	<i>720</i>
Енерговитрати	270	10
Матеріали , інструмент на обслуговування в-ва	54	2
Послуги сторонніх організацій	27	1
Поточне обслуговування будівель, споруд	27	1
Інші	108	4
Банківські витрати	432	16
Змінні витрати	21 303	789
Постійні витрати	2700	100
витрати по доставці	270	10
Разом витрат	24 273	899
Прибуток	4 131	153
Ціна без ПДВ	28 404	1 052
ПДВ	5 670	210
Вартість з ПДВ	34 074	1 262

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Проректор з наукової роботи
Національного університету
«Львівська політехніка»
д.е.н., професор Чухрай Н.І.
18 " 06 " 2015 р.

АКТ

**про використання результатів дисертаційної роботи
Бирки Марії Ігорівни, представленої на здобуття
наукового ступеня кандидата економічних наук, при виконанні науково-дослідної
роботи кафедри менеджменту і міжнародного підприємництва
Національного університету «Львівська політехніка»
за темою «Побудова систем процесно-структурованого менеджменту в умовах розвитку
міжнародної економічної діяльності»**

Комісія у складі голови – заступника начальника науково-дослідної частини, к.т.н., доц. Жук Л.В. та членів: заступника завідувача кафедри менеджменту і міжнародного підприємництва з наукової роботи, к.е.н., доц. Бала О.І., завідувача відділу науково-організаційного супроводу наукових досліджень, к.т.н. Лазько Г.В. та заступника начальника планово-фінансового відділу Чулой Т.М. цим актом підтверджують, що результати дисертаційної роботи асистента кафедри зовнішньоекономічної і митної діяльності Бирки Марії Ігорівни використані при виконанні науково-дослідної роботи кафедри менеджменту і міжнародного підприємництва Національного університету «Львівська політехніка» за темою «Побудова систем процесно-структурованого менеджменту в умовах розвитку міжнародної економічної діяльності» (номер державної реєстрації № 0114U001692) у 2015 р. Зокрема, Биркою М.І. розроблено модель вибору виду прямого іноземного інвестора в залежності від рівнів реалізації маркетингового і соціального векторів розвитку системи залучення прямих іноземних інвестицій на підприємство, виокремлено та запропоновано принципи її формування і функціонування.

Голова комісії:

Заст. начальника НДЧ,
к.т.н., доц.

Л. В. Жук

Члени комісії:

Заст. зав. каф. ММП
з наукової роботи,
к.е.н., доц.

О. І. Бала

Зав. відділу НОСНД,
к.т.н.

Г. В. Лазько

Заст. нач. ПФВ

Т. М. Чулой

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з наукової роботи

Національного університету

«Львівська політехніка»

д.т.н., професор Пліх З.Г.



АКТ

про використання результатів дисертаційної роботи
**Бирки Марії Ігорівни, представленій на здобуття наукового ступеня
 кандидата економічних наук, при виконанні держбюджетної теми
 Національного університету «Львівська політехніка»**

ДБ/ПСМ «Методологія та інструментарій процесійно-структурованого менеджменту»

Комісія у складі голови – заступника начальника НДЧ, д.т.н., проф. Лозинського А.О. та членів: заступника завідувача кафедри менеджменту і міжнародного підприємництва з наукової роботи, к.е.н., доц. Бали О.І., завідувача відділу організації наукових досліджень та маркетингу Віннічек Н.Р. та заступника начальника планово-фінансового відділу Чулой Т.М. цим актом підтверджують, що результати дисертаційного дослідження аспіранта кафедри менеджменту і міжнародного підприємництва Бирки Марії Ігорівни використані при розробленні держбюджетної теми Національного університету «Львівська політехніка» ДБ/ПСМ «Методологія та інструментарій процесійно-структурованого менеджменту» (номер державної реєстрації № 0111U001215, затвердженої наказом Міністерства освіти і науки України № 1177 від 30.11.2010 р.) на кафедрі менеджменту і міжнародного підприємництва у 2013 р. при написанні Розділу 3 «Розроблення інструментарію процесійно-структурованого менеджменту», підрозділу 3.1. «Обґрунтування інструментів процесійно-структурованого менеджменту та дослідження умов їх застосування». Зокрема, Биркою М.І. в межах системи процесійно-структурованого менеджменту обґрунтовано застосування інструментів маркетингу в контексті залучення прямих іноземних інвестицій на підприємства.

Голова комісії:

Заст. начальника НДЧ,
 д.т.н., проф.

А.О. Лозинський

Члени комісії:

Заст. зав. каф. ММП
 з наукової роботи,
 к.е.н., доц.

О.І. Бала

Зав. відділу ОНДМ

Н.Р. Віннічек

Заст. нач. ПФВ

Т.М. Чулой



01720

УКРАЇНА

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЛЬВІВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»

вул. С. Бандери, 12, Львів, 79013, тел. (380-32) 237-49-93, 258-27-58, факс: (380-32) 258-26-80
 ел. пошта: coffice@lp.edu.ua, інтернет: www.lp.edu.ua

16.09.2015 № 64-ОК-1581

на № _____

До спеціалізованої вченої ради Д 35.052.03
 Національного університету «Львівська політехніка»

Довідка
про впровадження результатів дисертаційного дослідження
Бирки Марії Ігорівни

Основні положення та результати дисертаційної роботи Бирки Марії Ігорівни на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук були впроваджені у навчальний процес та використовувались при викладанні таких дисциплін: «Міжнародний інноваційний менеджмент» (для студентів напряму підготовки 6.030601 «Менеджмент», спеціальності 6.050206 «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності»), «Основи підприємництва» (для студентів напряму підготовки 6.030101 «Соціологія» та 6.130102 «Соціальна робота»). Зокрема у навчальному процесі використовувались запропоновані Биркою М.І.:

- 1) концептуальна модель розвитку системи залучення прямих іноземних інвестицій на підприємство, що враховує фактори зовнішнього і внутрішнього середовища, критерії відбору іноземними інвесторами інвестиційних проектів, принципи функціонування системи залучення прямих іноземних інвестицій, її стани та напрями розвитку, а також етапи залучення прямих іноземних інвестицій на підприємство (Методичні вказівки до проведення практичних занять з дисципліни «Міжнародний інноваційний менеджмент», тема 5 «Система фінансового забезпечення інвестування інноваційних проектів»);
- 2) сутність поняття «прямі іноземні інвестиції» в контексті залучення фінансових ресурсів на підприємства (Методичні вказівки до проведення практичних занять та виконання індивідуальної контрольної роботи з дисципліни «Основи підприємництва», тема 4 «Інвестиційна політика у підприємницькій діяльності»).

Проректор з науково-педагогічної роботи
 Національного університету
 «Львівська політехніка»,
 к.т.н., доц.

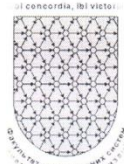
О.Р. Давидчак

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ



НАЦІОНАЛЬНА МЕТАЛУРГІЙНА АКАДЕМІЯ УКРАЇНИ
 ФАКУЛЬТЕТ КОМП'ЮТЕРНИХ СИСТЕМ,
 ЕНЕРГЕТИКИ ТА АВТОМАТИЗАЦІЇ

NATIONAL
 METALLURGICAL ACADEMY
 OF UKRAINE



НАЦІОНАЛЬНА
 МЕТАЛУРГІЙНА АКАДЕМІЯ
 УКРАЇНИ

FACULTY OF COMPUTER SYSTEMS, POWER INDUSTRY AND AUTOMATION

Україна, 49600, Дніпропетровськ, пр. Гагаріна, 4

Телефон (0562) 47-46-31, (056) 374-81-27, e-mail: dialod-aktiv@rambler.ru

01/08/198/ від « 02 » 12 2014 р.

АКТ

про участь та використання результатів основних наукових положень дисертаційної роботи

на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук

Бирки Марії Ігорівни

в розробці комплексної теми дослідження «Методологія управління підприємствами різних організаційно-правових форм та форм власності»
 (державний реєстраційний номер 0107U001146)

Факультет комп'ютерних систем, енергетики та автоматизації Національної металургійної академії України цим актом засвідчує, що окремі положення дисертаційного дослідження **Бирки Марії Ігорівни** використані при розробленні комплексної теми дослідження «Методологія управління підприємствами різних організаційно-правових форм та форм власності» (державний реєстраційний номер 0107U001146, 2006-2017 рр.) при написанні Розділу 2 «Механізми регулювання систем прийняття рішень та управління динамічними процесами в умовах невизначеності зовнішнього середовища».

Зокрема, **Биркою М.І.** обґрунтовано необхідність формування системи залучення прямих іноземних інвестицій на підприємство, надано змістову характеристику її окремих елементів та виокремлених автором станів, а також сформовано принципи щодо управління процесом залучення прямих іноземних інвестицій на підприємство в умовах невизначеності зовнішнього середовища.

Отримані результати виконаних **Биркою М. І.** досліджень мають наукову і практичну значимість в процесі залучення прямих іноземних інвестицій на підприємства та визначення результатів його впливу на колективи індивідуумів, що зайняті в цій сфері діяльності.

Головний редактор колективної монографії
 декан факультету комп'ютерних систем,
 енергетики та автоматизації
 Національної металургійної академії України
 к.е.н., професор

Підпис к.е.н., професора Савчука Л.М. засвідчують
 Начальник відділу кадрів НМетАУ Шифрін В.С.



Савчук Л.М.

Шифрін В.С.



VILNIUS UNIVERSITY


Universiteto g. 3, LT-01513 Vilnius, Lithuania
International Programmes & Relations Office tel. (+370 5) 268 7250, fax (+370 5) 268 7069; e-mail: trs@cr.vu.lt

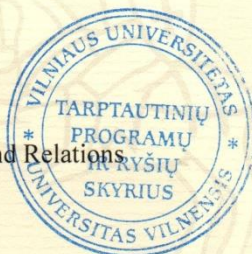
To whom it may concern:

7th July 2014

Vilnius

This is to certify that PhD Student Mariya Byrka from Lviv Polytechnic National University, born on 19 August 1988 has been enrolled as an exchange student at Vilnius University at the faculty of Economics for the academic year 2013/2014, starting on 03 September, 2013 and finishing on 01 July, 2014. Research project: "Development of the system of attracting foreign direct investment to the enterprises".


Ms. Skirmante Savickaite
Erasmus Mundus project manager
Office of Interational Programmes and Relations
Vilnius University





Голові спеціалізованої
вченої ради Д 35.052.03
проф. Кузьміну О.Є.

ДОВІДКА
про впровадження результатів наукових досліджень
Бирки М.І. в діяльність ТзОВ НВП «Техноаги»

У 2015 р. тимчасова робоча група ТзОВ НВП «Техноаги» проаналізувала запропоновані асистентом кафедри зовнішньоекономічної та митної діяльності Навчально-наукового інституту економіки і менеджменту Биркою М.І. рекомендації щодо вдосконалення процесу залучення прямих іноземних інвестицій на підприємство. В результаті детальної апробації представлених матеріалів керівниками різних рівнів управління служб з інвестиційної та економічної діяльності ТзОВ НВП «Техноаги» прийнято рішення про застосування моделі розвитку системи залучення прямих іноземних інвестицій на підприємство, яка враховує фактори зовнішнього і внутрішнього середовища, критерії відбору іноземними інвесторами інвестиційних проектів, принципи функціонування системи залучення прямих іноземних інвестицій, її стани та вектори розвитку, а також етапи залучення прямих іноземних інвестицій на підприємство.

Застосування адаптованих до діяльності ТзОВ НВП «Техноаги» рекомендацій щодо залучення прямих іноземних інвестицій, представлених Биркою М.І., сприяє соціально-економічному розвитку підприємства.

Директор



Клос І.М.



ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ СПІЛЬНЕ УКРАЇНСЬКО-НІМЕЦЬКЕ ПІДПРИЄМСТВО «ЕЛЕКТРОНТРАНС»
 вул. Шевченка, 311 тел.: +38(032) 239-58-17 e-mail: office@eltrans.electron.ua ЄДРПОУ: 37965405 ІПН: 379654013070 р/р 26059000000564 у ПАТ "ВІЕС Банк"
 м. Львів, 79069 Україна факс: +38(032) 239-57-18 web: www.eltrans.electron.ua Свід. пл. ПДВ №: 200059676 м. Львова МФО 325213

12.06.2015 р. № 033/356

Голові спеціалізованої
 вченої ради Д 35.052.03
 проф. Кузьміну О.Є.

ДОВІДКА
про впровадження результатів наукових досліджень
Бирки М.І. в діяльність СП ТОВ «Електронтранс»

У 2015 р. тимчасова робоча група СП ТОВ «Електронтранс» проаналізувала запропоновані здобувачем Биркою М.І. рекомендації щодо вдосконалення процесу залучення прямих іноземних інвестицій на підприємство. В результаті детальної апробації представлених матеріалів керівниками різних рівнів управління служб з інвестиційної та економічної діяльності СП ТОВ «Електронтранс» прийнято рішення про застосування деяких авторських розробок:

- моделі вибору певного виду іноземного інвестора в залежності від рівнів реалізації маркетингового і соціального векторів розвитку системи залучення прямих іноземних інвестицій на підприємство;
- методу оцінювання стану залучення прямих іноземних інвестицій на підприємство.

Застосування адаптованих до діяльності СП ТОВ «Електронтранс» розробок, представлених здобувачем, дозволило оптимізувати використання наявних ресурсів, необхідних при залученні прямих іноземних інвестицій, що сприятливим чином вплинуло на соціально-економічний розвиток підприємства.

Генеральний директор



Пенчук В. Б.



Державна бюджетна установа
Львівський регіональний центр з інвестицій та розвитку

Вул. Володимира Великого, 54, м. Львів, 79053, тел./факс: +38 032 264 16 17, тел.264-13-03

e-mail: lviv.rcid@gmail.com, www.invest-lvivregion.com

№ 49 від 06.07.2015
на № _____ від _____

Голові спеціалізованої
вченої ради Д 35.052.03
Національного університету
«Львівська політехніка»
проф. Кузьміну О.Є.

ДОВІДКА

**про впровадження результатів наукових досліджень Бирки М.І.
в діяльність Львівського регіонального центру
з інвестицій та розвитку**

Ця довідка підтверджує, що асистент кафедри зовнішньоекономічної та митної діяльності Бирка Марія Ігорівна 10.06.2015 р. провела науково-методичний семінар за результатами свого дисертаційного дослідження для працівників Львівського регіонального центру з інвестицій та розвитку.

Зокрема, Бирка М.І. запропонувала на розгляд спеціалістів Центру:

- результати аналізування світових тенденцій прямого іноземного інвестування та кращі приклади міжнародного досвіду щодо організування діяльності державних і напівдержавних агентств із залучення інвестицій, однією із основних функцій яких є нетворкінг в колі зацікавлених іноземних інвесторів та представників місцевого бізнесу, що забезпечує підвищення обсягів надходження прямих іноземних інвестицій на підприємства;
- результати оцінювання стану залучення прямих іноземних інвестицій на машинобудівні підприємства у Львівській області;
- рекомендації щодо пошуку іноземного інвестора та способів залучення прямих іноземних інвестицій на основі рівнів реалізації маркетингового і соціального напрямів розвитку системи залучення прямих іноземних інвестицій на підприємства.

Впровадження рекомендацій Бирки М.І. має корисне методичне застосування та дає змогу покращити результати діяльності Центру, спрямованої на налагодження співпраці між іноземними інвесторами та підприємствами, що звертаються за підтримкою до Львівського регіонального центру з інвестицій та розвитку.

Директор



Олег Кахновець