

ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

А.В. ГЕРАСЕНКО

*Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации,
г. Минск, Республика Беларусь*

Введение. Потребительская кооперация представляет собой хозяйственную систему универсального типа, осуществляющую свою деятельность по 15 отраслевым направлениям. В числе наиболее приоритетных могут быть выделены следующие направления:

- организация оптовой и розничной торговли, общественного питания;
- закупка у граждан, индивидуальных предпринимателей и юридических лиц сельскохозяйственной продукции и сырья, изделий и продукции личных подсобных хозяйств и промыслов, дикорастущих плодов, ягод и грибов, лекарственного, растительного и технического сырья и т.д.;
- производство сельскохозяйственной продукции, пищевых продуктов, продовольственных товаров, продукции производственно-технического назначения;
- оказание платных услуг населению;
- организация рынков для торговли товарами;
- осуществление внешнеэкономической деятельности;
- создание и развитие проектных, научных, производственных, строительно-монтажных, транспортных и иных организаций.

Деятельность потребительской кооперации направлена на удовлетворение потребностей пайщиков, в основном сельского населения, в товарах и услугах. Системе потребкооперации присуща высокозатратная организация обслуживания сельского населения. Так, затраты на содержание торговой сети как основной отрасли потребительской кооперации и ее обслуживание (доставка товаров) в сельской местности гораздо выше, чем в районных центрах. При этом покупательская способность сельского населения значительно ниже, чем городского. Это в свою очередь влияет на объемы товарооборота и приводит к убыточной деятельности торговых организаций в сельских поселениях. Кроме того, в системе потребительской кооперации имеется большое количество низкорентабельных (зачастую убыточных) промышленных производств.

В настоящее время «Белкоопсоюз» испытывает дефицит как в собственных средствах, так и в прямых иностранных вложениях для реализации инвестиционных проектов. Обострилась проблема инвестиционной привлекательности хозяйствующих субъектов с целью увеличения притока внешних (прямых) инвестиций.

Прямые инвестиции чрезвычайно выгодны для экономики отрасли, поскольку они служат катализатором развития бизнеса, поддерживают инновации, способствуют выходу предприятий на новые рынки, переходу на международный уровень качества производства, использованию современных технологий управления.

Традиционно под инвестиционной привлекательностью понимают наличие условий инвестирования, которые влияют на предпочтения инвестора в выборе того или иного объекта инвестирования. Уровень удовлетворения финансовых, производственных, организационных и других требований и интересов инвестора по конкретному предприятию может определяться и оцениваться значениями соответствующих показателей. В связи с этим возникает необходимость проведения анализа существующей ситуации в системе потребительской кооперации (оценка преимуществ, слабых сторон и рисков), формирования рекомендаций по повышению конкурентоспособности и эффективности деятельности, разработки мероприятий по повышению инвестиционной привлекательности.

Сущность инвестиционной привлекательности. В современной экономической литературе отсутствует единый подход к определению термина «инвестиционная привлекательность» и ее оценке. На наш взгляд, наиболее полным будет следующее ее определение.

Инвестиционная привлекательность – это экономическая категория, характеризующаяся эффективностью использования имущества предприятия, его платежеспособностью, устойчивостью,

финансовым состоянием, способностью к саморазвитию на базе повышения доходности капитала, технико-экономического уровня производства, качества и конкурентоспособности продукции.

В целом термин «инвестиционная привлекательность» используют для оценки целесообразности вложений в тот или иной объект, выбора альтернативных вариантов и определения эффективности размещения ресурсов [1].

Различают понятие абсолютной и относительной инвестиционной привлекательности предприятий. Понятие «абсолютная инвестиционная привлекательность» относится к рассмотрению конкретного инвестиционного проекта. Понятие «относительная инвестиционная привлекательность» предполагает базу сравнения: среднеотраслевая инвестиционная привлекательность; сравнение с другими предприятиями отрасли; сравнение с некими нормативными (заданными заказчиком оценками) значениями.

Инвестиционная привлекательность хозяйствующего субъекта складывается из нескольких основных составляющих:

- инвестиционной привлекательности страны;
- инвестиционной привлекательности отрасли;
- инвестиционной привлекательности региона, где действует рассматриваемый субъект;
- инвестиционной привлекательности самого субъекта [2].

Хозяйствующий субъект (предприятие) в этой системе является конечной точкой приложения средств, где реализуются конкретные проекты. А привлекательность каждого проекта, по нашему мнению, будет определяться привлекательностью всех ее составляющих, которые в совокупности образуют систему формирования среды инвестиционной привлекательности (рис.).

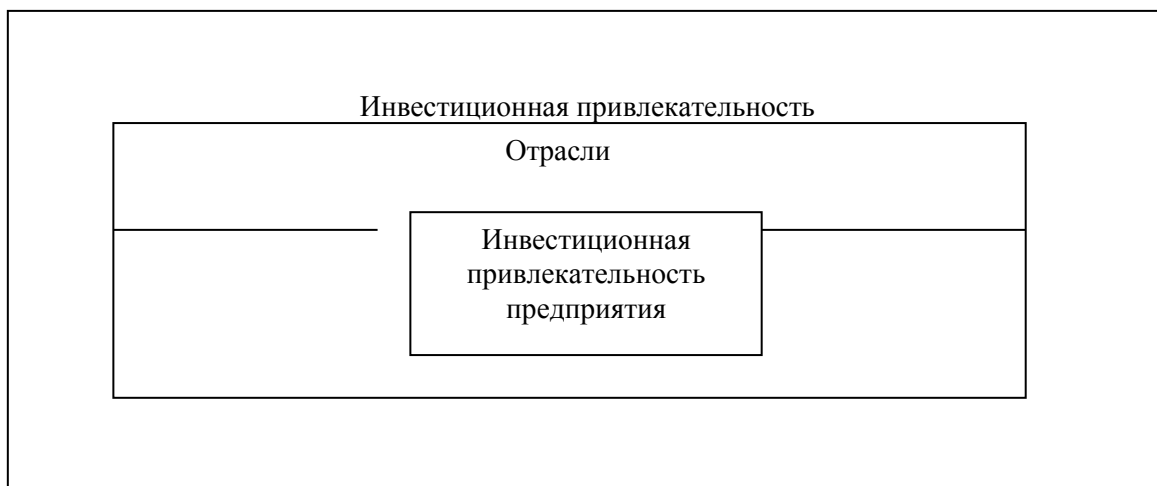


Рисунок – Среда формирования инвестиционной привлекательности предприятия

Таким образом, для стратегического инвестора не будут достаточно убедительными аргументами инвестирования средств, например, в комбинат по производству нетканых материалов, если развитие этой отрасли в масштабах международной экономики находится в кризисном состоянии.

Также, несмотря на всю финансовую выгодность проекта, риск политической и экономической нестабильности в государстве окажет отрицательное воздействие на привлечение иностранного инвестора.

Инвестиционная привлекательность хозяйствующих субъектов системы Белкоопсоюза, методические подходы к ее оценке. Для оценки инвестиционной привлекательности организаций системы потребительской кооперации предлагаются два методических подхода:

1. Оценка предприятий по показателям финансово-хозяйственной деятельности.
2. Оценка предприятий как имущественных комплексов.

Оценка предприятий по показателям финансово-хозяйственной деятельности. Оценка инвестиционной привлекательности условных предприятий системы потребительской кооперации рекомендуется проводить по шести показателям: уставный фонд, выручка, прибыль до налогообло-

жения, налоги, численность персонала и стоимость имущества. Сумма удельных весов этих критериев в общей сумме по каждому показателю предприятий составляет единый интегральный показатель в баллах. Упорядочивание этого показателя по степени убывания позволяет сформировать рейтинг (табл. 1).

Таблица 1 – Рейтинг инвестиционной привлекательности условных предприятий

№ п/п	Наименование организации	Выручка, млн руб.	Прибыль до налогообложения, млн руб.	Налоги и сборы, платежи и расходы, млн руб.	Среднесписочная численность, человек	Стоимость имущества, млн руб.	Уставный фонд, млн руб.	Интегральный коэффициент
1	Предприятие 1	113 481	6 295	20 988	385	58 377	307	1,893
2	Предприятие 2	109 412	4 149	14 309	870	80 101	306	1,865
3	Предприятие 3	13 201	1 375	5 800	156	35 096	1	0,396
4	Предприятие 4	23 891	821	5 163	200	6 862	5	0,309
5	Предприятие 5	10 778	824	1 190	237	18 045	1	0,240
6	Предприятие 6	9 244	1 168	970	231	14 725	1	0,238
7	Предприятие 7	7 060	630	2 466	208	18 318	1	0,231
8	Предприятие 8	6 214	498	1 619	328	13 412	1	0,225
9	Предприятие 9	7 721	387	1 855	145	3 505	1	0,136
10	Предприятие 10	3 774	-76	852	226	10 207	1	0,129
11	Предприятие 11	3 720	739	1 340	89	5 246	1	0,125
12	Предприятие 12	3 434	258	784	56	4 770	1	0,075
13	Предприятие 13	2 898	94	552	131	2 490	1	0,074
14	Предприятие 14	2907	105	494	8	2 317	2	0,038
15	Предприятие 15	456	-37	186	44	2 765	1	0,027

По результатам рейтинга в число лидирующих условных предприятий с точки зрения инвестиционной привлекательности вошли:

- Предприятие 1 (1,893);
- Предприятие 2 (1,865);
- Предприятие 3 (0,396);
- Предприятие 4 (0,309);
- Предприятие 5 (0,240).

Следующим этапом оценки инвестиционной привлекательности предприятий системы потребительской кооперации является анализ финансового положения и эффективности деятельности предприятий – лидеров рейтинга.

По результатам анализа присваивается рейтинговая оценка финансового состояния каждому из анализируемых предприятий (табл. 2).

Таблица 2 – Градации качественной оценки финансового состояния

Условное обозначение (рейтинг)	Качественная характеристика финансового состояния
AAA	Отличное
AA	Очень хорошее
A	Хорошее
BBB	Положительное
BB	Нормальное
B	Удовлетворительное
CCC	Неудовлетворительное
CC	Плохое
C	Очень плохое
D	Критическое

Оценка предприятий как имущественных комплексов.

Важным критерием инвестиционной привлекательности является оценка предприятий как имущественных комплексов. Для проведения такой оценки применяются три способа: балансовый (затратный), доходный и сравнительный.

При балансовом (затратном) способе определения стоимости за основу принимается стоимость чистых активов предприятия, увеличенная на норму рентабельности, которая составляет 30%.

Стоимость предприятия, рассчитанная доходным методом, зависит от размера дохода, который получает собственник предприятия, признается равной капитализированной стоимости дохода и определяется как отношение прибыли после налогообложения к коэффициенту капитализации.

Примечание:

Капитализированная стоимость дохода – это сумма, которая будучи положенной в банк принесет доход не ниже дохода, получаемого от имущества.

Коэффициент капитализации = (процентная ставка – уровень инфляции) / 100

При сравнительном методе оценка имущественных объектов осуществляется на основе цен на аналогичные ранее проданные объекты.

Рейтинг составляется путем упорядочения исследуемых объектов по степени убывания средней арифметической стоимости предприятий как имущественных комплексов, рассчитанной на основе стоимости предприятия доходным и затратным методами (табл. 3).

Таблица 3 – Оценка предприятий системы потребительской кооперации как имущественных комплексов (млн руб.).

№ п/п	Наименование организации	Стоимость предприятия затратным методом	Стоимость предприятия доходным методом	Средняя арифметическая стоимость	Валюта баланса	Долгосрочные обязательства	Краткосрочные обязательства	Чистые активы	Прибыль после уплаты налогов
1	Предприятие 3	25 028	5 113	15 070	33 830	0	14 578	19 252	409
2	Предприятие 2	29 227	175	14 701	83 724	9 784	51 458	22 482	14

Окончание таблицы 3.

3	Предприятие 7	19 891	625	10 258	19 112	1 762	2 049	15 301	50
4	Предприятие 5	15 127	63	7 595	18 819	5 368	1 815	11 636	5
5	Предприятие 6	9 247	1 625	5 436	14 460	286	7 061	7 113	130
6	Предприятие 10	10 808	38	5 423	11 736	1 157	2 265	8 314	3
7	Предприятие 8	8 840	63	4 451	13 239	0	6 439	6 800	5
8	Предприятие 11	4 666	1 413	3 039	5 469	928	952	3 589	113
9	Предприятие 4	3 303	1 900	2 602	8 549	9	5 999	2 541	152
10	Предприятие 9	3 835	1 263	2 549	3 566	58	558	2 950	101
11	Предприятие 12	5 234	-163	2 536	4 793	158	609	4 026	-13
12	Предприятие 15	2 318	325	1 321	2 771	0	988	1 783	26
13	Предприятие 1	12 745	-10 188	1 279	65 554	196	55 554	9 804	-815
14	Предприятие 13	2 155	-1 563	296	2 624	0	966	1 658	-125
15	Предприятие 14	146	238	192	2 127	0	2 015	112	19

Далее нами будет рассмотрено влияние факторов, то есть числовых величин (показателей), влияющих на инвестиционную привлекательность организаций.

Анализ основных факторов, влияющих на инвестиционную привлекательность организаций потребительской кооперации Республики Беларусь. Инвестиционная привлекательность потребительской кооперации во многом формируется под воздействием общего инвестиционного климата в стране. Более благоприятный инвестиционный климат, с одной стороны, через улучшение внешней среды способствует повышению инвестиционной привлекательности организаций потребительской кооперации. С другой стороны, улучшение инвестиционного и предпринимательского климата ведет к обеспечению устойчивого социально-экономического развития страны, которое в совокупности создает дополнительный спрос на продукцию и услуги соответствующих отраслей и видов деятельности потребительской кооперации Республики Беларусь.

На инвестиционную привлекательность организаций потребительской кооперации влияют следующие *внешние факторы*: складывающаяся макроэкономическая ситуация в стране; природно-ресурсный, научно-технический и производственный потенциал государства; качество законодательства; режим доступа и условия функционирования иностранных инвесторов; мероприятия по стимулированию или ограничению иностранных инвесторов; наличие свободных торговых, экономических, промышленных и других зон для иностранных инвесторов; организационные структуры и дополнительные меры по привлечению иностранных инвесторов и др.

Существуют *внутренние факторы*, связанные с определёнными конкурентными преимуществами на уровне Белкоопсоюза и спецификой отдельных отраслей и видов деятельности потребительской кооперации: разветвленная сеть объектов торговли и общественного питания; наличие перерабатывающих производств; развитое складское хозяйство; инфраструктура и обслуживающие отрасли (транспорт, строительство, информационные услуги и др.). В конечном счете, все это позволило сохранить технологические цепочки между отдельными отраслями, подотраслями и видами деятельности Белкоопсоюза, что представляет ряд дополнительных преимуществ. В частности, это касается возможности реализации продукции через разветвленную оптовую и розничную сеть системы и даже выхода относительно небольших кооперативных организаций на внешние рынки (через соответствующие структурные подразделения по осуществлению внешнеэкономической деятельности).

Кроме того, учитывая, что организации потребкооперации расположены в регионах, то положительное влияние на инвестиционную привлекательность оказывают относительно более дешевые факторы производства (трудовые ресурсы, местное сырье).

Формирование инвестиционной привлекательности организаций потребительской кооперации. С позиций прямого иностранного инвестора, целью которого выступает вложение капитала в создание совместной коммерческой организации с одним из хозяйствующих субъектов системы Белкоопсоюза, для руководителей кооперативных организаций является актуальным обеспечение повышения уровня инвестиционной привлекательности через формирование позитивного имиджа

подведомственных организаций. На формирование положительного имиджа первичных звеньев системы потребительской кооперации может повлиять комплекс предлагаемых мероприятий:

1. Обеспечение информативности и открытости при поиске потенциальных инвесторов. Распространение информации о предприятии и проекте среди широкого круга потенциальных инвесторов, а также демонстрация стремления предприятия к сотрудничеству с большим числом компаний и поиску стратегических партнеров.

Основными средствами для этого служат:

- рекламные материалы (буклеты, листовки, календари, рекламные акции, а также конкретные инвестиционные предложения, меморандумы и резюме) и их адресная рассылка;
- участие в инвестиционных конференциях, отраслевых выставках, тематических семинарах и т.д.;
- использование интернета, в т.ч. собственного наполненного и постоянно обновляемого сайта;
- включение информации о предприятии в страновые или корпоративные справочники, каталоги, перечни.

Основными адресатами для целенаправленной рассылки информационных материалов являются:

- государственные структуры, занимающиеся привлечением инвестиций (Министерство экономики, Министерство иностранных дел, Белорусская торгово-промышленная палата, соответствующие службы отраслевых министерств, концернов, исполкомов, администраций СЭЗ и т.д.);
- отечественные и зарубежные банки;
- инвестиционные фонды и другие институциональные инвесторы;
- негосударственные компании, занимающиеся поддержкой инвестиционных проектов;
- крупные компании, которые являются потенциальными партнерами и стратегическими инвесторами.

2. Наличие подготовленных на качественном уровне инвестиционных документов – инвестиционных меморандумов и бизнес-планов, отражающих полную информацию о стратегии и динамике бизнеса, состоянии отрасли, а также характеризующих готовность руководства подведомственных кооперативных коммерческих организаций к реализации перспективных инвестиционных проектов с привлечением прямого иностранного инвестора.

3. Организация работы по составлению финансовой отчетности на основе международных стандартов по ключевым финансовым и инвестиционным параметрам, а также проведение аудиторских проверок и получение аудиторского заключения.

4. Наличие квалифицированного менеджмента, способного успешно осуществить инвестиционный проект с участием иностранного инвестора.

5. Подготовка квалифицированных специалистов по связям с инвесторами, обладающими высоким уровнем полномочий и ответственности. Они должны владеть английским языком, понимать бизнес и тонкости технологического процесса, уметь читать финансовую отчетность компании, быть в курсе тенденций на глобальном рынке, например, по ликвидности, котировкам, ставкам рефинансирования в отдельно взятой стране, динамике цен на профильном рынке. Необходимо знать, кто является ключевыми игроками на рынке, какая у них рентабельность, в чем конкурентные преимущества, так как все эти вопросы могут интересовать потенциального инвестора.

Альтернативным вариантом выполнения данного мероприятия является обращение к услугам опытных специалистов специализированных консалтинговых компаний по вопросам поиска иностранных инвесторов на договорной возмездной основе.

6. Повышение управляемости и прозрачности бизнеса. Это выражается в проведении следующих процессов:

- описание и оптимизация бизнес-процессов и организационной структуры;
- внедрение корпоративной информационной системы;
- постановка системы управленческого учета и бюджетирования;
- стратегическое планирование и управление;
- внедрение системы сбалансированных показателей (системы управления по ключевым показателям);
- внедрение внутрифирменных стандартов, корпоративной идеологии и культуры;
- обучение и повышение квалификации сотрудников;

- оценка стоимости бизнеса, гарантий и отдельных активов;
- продажа непрофильных активов, приобретение недостающих активов (покупка-продажа элементов бизнеса, бизнес-процессов, бизнесов).

Итогом проведения данных действий должна являться реструктуризация как осуществление комплекса мероприятий по приведению условий функционирования предприятия в соответствие с выработанной стратегией его развития: улучшение управления, повышение эффективности производства, конкурентоспособности выпускаемой продукции, рост производительности труда, снижение издержек производства, улучшение финансово-экономических результатов деятельности.

7. Обеспечение готовности персонала организации к внедрению элементов и принципов корпоративного управления в учреждаемой совместной организации.

Улучшение инвестиционной привлекательности организаций потребительской кооперации является основной предпосылкой привлечения прямых иностранных инвестиций в систему потребительской кооперации Республики Беларусь. В свою очередь, успешность решения данной проблемы будет определяться как изменением в целом предпринимательского климата в стране и расширением внутреннего спроса на продукцию и услуги кооперативных отраслей и видов деятельности, так и реализацией мер в системе по использованию конкурентных преимуществ потребительской кооперации и повышению инвестиционной привлекательности ее организаций.

Учитывая, что потребительская кооперация включает ряд взаимосвязанных и взаимодополняющих (в организационном, функциональном, технологическом и территориальном плане) отраслей, подотраслей и видов деятельности, часть конкурентных преимуществ, влияющих на инвестиционную привлекательность хозяйствующих субъектов системы, вытекает из данных особенностей и должна реализовываться на уровне Белкоопсоюза. Вторая часть факторов инвестиционной привлекательности потребительской кооперации связана со спецификой отдельных отраслей, подотраслей и видов деятельности. Повышению инвестиционной привлекательности Белкоопсоюза будет также способствовать расширение или освоение производства новых видов продукции и услуг, которые связаны с определенными конкурентными преимуществами Республики Беларусь и одновременно имеющими соответствующие предпосылки для их развития в системе потребительской кооперации.

При этом следует учитывать одновременное благоприятное влияние на инвестиционную привлекательность потребительской кооперации следующих факторов: наличие развитой товаропроводящей сети, охватывающей все регионы страны; относительно дешевые факторы производства (трудовые ресурсы, местное сырье); возможность заполнения небольших ниш на рынке, учитывая ограниченные размеры организаций и предприятий, а также их выхода на внешние рынки через систему Белкоопсоюза (оптовую торговлю, структурные подразделения по осуществлению внешнеэкономической деятельности). Перспективным представляется привлечение прямых иностранных инвестиций в создание крупных торговых предприятий в больших и средних городах, образование торгово-логистических и транспортно-логистических центров, развитие новых прибыльных видов деятельности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Зайцева, Н. Как оценить инвестиционную привлекательность?/ Н. Зайцева [Электронный ресурс] / http://www.cfin.ru/finanalysis/invest/investment_appeal.shtml;
2. Жук, В. Новые методические подходы к привлечению инвестиций в отраслевую и региональную экономику / В. Жук [Электронный ресурс] / <http://www.m-economy.ru/art.php3?artid=24563>

THE ESTIMATION OF EFFICIENCY OF AN INVESTMENT POTENTIAL OF THE SYSTEM OF CONSUMER COOPERATIVES

A.V. GERASENKO

Summary

The necessity of raising the investment attraction of the economic entities of the system of consumer cooperation is substantiated in the article, with the aim to increase external and internal investment flows into the fixed capital. The methodic approaches to the estimation of Belcoopsoyz investment attraction are defined here and new comprehensive actions for its raising are proposed.

© Герасенко А.В.

Поступила в редакцию 10 октября 2010г.