

Міністерство освіти і науки України
ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«НАЦІОНАЛЬНИЙ ГІРНИЧИЙ УНІВЕРСИТЕТ»

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Зав. каф. прикладної економіки

проф. Вагонова О.Г.

Протокол №1 від 30 серпня 2016 р.

ОПОРНИЙ КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ З ДИСЦИПЛІНИ

Економічне забезпечення інженерних рішень

спеціальність: *133 Галузеве машинобудування*

факультет: *механіко-машинобудівний факультет*

Дніпро
2016

Опорний конспект лекцій та методичні вказівки до самостійного опанування дисципліни «Економічне забезпечення інженерних рішень» для студентів спеціальності 133 Галузеве машинобудування / Упоряд.: В.А. Шаповал, О.В. Горпинич. – Д.: НГУ, 2016. – 77 с.

Упорядники:

В.А. Шаповал, доц.;

О.В. Горпинич, доц.

Затверджено на засіданні кафедри прикладної економіки
(№1, 30 серпня 2016 р.).

ЗМІСТ

Стор.

1. Зміст дисципліни та цілі лекційних модулів.....	
2. Рекомендована література.....	
3. Опорний конспект лекцій.....	
<i>Тема 1.</i> Аналіз техніко-економічних показників підприємства.....	
<i>Тема 2.</i> Передумови інвестиційно-інноваційної діяльності підприємства..	
<i>Тема 3.</i> Інвестиційний ринок та його інфраструктура	
<i>Тема 4.</i> Форми інвестування.	
<i>Тема 5.</i> Суб'єкти інвестиційної діяльності.	
<i>Тема 6.</i> Напрями та об'єкти інвестування	
<i>Тема 7.</i> Фінансове забезпечення інвестування	
<i>Тема 8.</i> Методика розробки бізнес-плану проекту	
<i>Тема 9.</i> Підготовча стадія розробки бізнес-плану	
<i>Тема 10.</i> Структура та оформлення бізнес-плану	
4. Запитання для перевірки знань.....	

1. ЗМІСТ ДИСЦИПЛІНИ ТА ЦІЛІ НАВЧАЛЬНИХ МОДУЛІВ

Мета: формування цілісної системи знань стосовно економіки виробництва в системі процесів, що забезпечують ефективну господарську діяльність гірничого підприємства.

Предмет: методичні засади економічного забезпечення інженерних рішень в сфері гірничого виробництва.

Основні завдання дисципліни: вивчення економічних методів управління економічними виробничими процесами на гірничодобувному підприємстві; набуття навичок техніко-економічного обґрунтування проектів виробничого розвитку гірничого підприємства.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен:

знати:

- принципи економічного аналізу та оцінки діяльності гірничого підприємства;
- передумови інвестиційно-інноваційної діяльності підприємства;
- складові інвестиційного ринку та його інфраструктури,
- форми інвестування підприємства, пов'язані з реалізацією інженерних рішень у виробничій сфері;
- характеристики суб'єктів інвестиційної діяльності;
- особливості проектного підходу до інвестування;
- джерела та особливості фінансового забезпечення інвестування;
- методика розробки бізнес-плану інвестиційного проекту;
- вимоги до підготовчої стадії розробки бізнес-плану;
- структуру та порядок оформлення бізнес-плану
- методи економічної оцінки ефективності інженерних рішень в сфері виробничої діяльності гірничих підприємств.

вміти:

- визначати перелік видів робіт на виробничій дільниці та розраховувати їх обсяг, трудомісткість;
- визначати поправочні коефіцієнти до норм виробки по кожного виду робіт в залежності від гірничо-геологічних, технологічних та технічних факторів;
- розраховувати комплексну норму виробки та розцінки за одиницю обсягу корисних копалини, що видобувається на дільниці комплексною бригадою;
- розраховувати фонд оплати праці для комплексної бригади та допоміжних робітників;
- розраховувати витрати на сировину та допоміжні матеріали;
- розраховувати витрати на електроенергію, що споживає технологічне обладнання;
- розраховувати витрати на основні та допоміжні матеріали при виконанні виробничих процесів в лаві.
- розраховувати виробничу собівартість корисних копалин та інші техніко-економічні показники виробничої діяльності підприємства

Програма навчальної дисципліни

Аналіз техніко-економічних показників гірничого підприємства. Аналіз структури і динаміки собівартості продукції. Вплив перерозподілу умовно-постійних витрат на собівартість продукції. Аналіз структури витрат та доходів підприємства.

Передумови інвестиційно-інноваційної діяльності підприємства. Види діяльності підприємства. Система цілей підприємства. Конкурентоспроможність продукції та підприємства. Стратегічна гнучкість підприємства.

Інвестиційний ринок та його інфраструктура. Поняття інвестиційного ринку. Сегментація інвестиційного ринку: ринок реальних активів, ринок фінансових ресурсів. Інвестиційний клімат.

Форми інвестування. Фінансові інвестиції: особливості та форми фінансових інвестицій. Інвестиції у виробничі фонди (капіталовкладення): функції, форми, структура. Іноземні інвестиції. Інтелектуальні інвестиції: об'єкти, форми. Інноваційна форма інвестицій: інновації; інноваційний процес, інноваційний цикл.

Суб'єкти інвестиційної діяльності. Держава як суб'єкт інвестування: методи державного стимулювання інвестиційної діяльності. Індивідуальні та інституційні інвестори. Функціональні учасники інвестиційного процесу: фірма-девелопер, інжиніринго-консалтингова фірма, аудиторські фірми.

Проектне інвестування. Мотивація інвестиційної діяльності. Поняття та класифікація інвестиційного проекту. Життєвий цикл проекту. Показники оцінки інвестиційного проекту. Типи проектного фінансування. Теорія інвестиційного портфеля.

Фінансове забезпечення інвестування. Фінансові ресурси інвестування. Способи залучення капіталу. Структуризація капіталу.

Методика розробки бізнес-плану проекту. Сутнісна характеристика та класифікація бізнес-планів. Цілі розробки бізнес-плану. Формування інформаційного поля бізнес-плану. Загальна методологія розробки бізнес-плану.

Підготовча стадія розробки бізнес-плану. Логіка процесу планування на підготовчій стадії. Оцінка сприятливих зовнішніх можливостей та загроз для бізнесу. Виявлення сильних і слабких сторін фірми. Формулювання цілей діяльності фірми. Аналіз стратегічних альтернатив, вибір стратегії та розробка оперативних завдань.

Структура та оформлення бізнес-плану. Структура бізнес-плану. Зміст розділів бізнес-плану. Вимоги до стилю написання та оформлення бізнес-плану.

Економічна оцінка інженерних рішень. Економічний ефект від впровадження інженерних заходів. Соціальна ефективність. Розрахунок собівартості продукції: розрахунок вартості прямих матеріальних витрат, амортизаційних відрахувань, витрат на оплату праці. Визначення прибутку підприємства та показників рентабельності.

2. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Аналіз господарської діяльності [текст] : навчальний посібник / [за заг. ред. І.В. Сіменко, Т.Д. Косової] – К. : «Центр учбової літератури», 2013. – 384 с.
2. Бізнес-план: технологія розробки та обґрунтування: Навч. посібник. — Вид. 2-ге, доп. / С. Ф. Покропивний, С. М. Соболев, Г. О. Швиданенко, О. Г. Дерев'янку. — К.: КНЕУ, 2002. — 379 с.
3. Інвестування: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. / А. А. Пересада, О. О. Смірнова, С. В. Онікієнко, О. О. Ляхова. — К.: КНЕУ, 2001. — 251 с.
4. Бондаренко В.И., Ильяшов М.А., Руденко Н.К., Салли С.В. Организация и планирование очистных и подготовительных работ. Уч. Пособие для вузов. – Днепропетровск: НГУ, 2009. -327 с.
5. Мертенс Л.В. Инвестиции: курс лекций по современной финансовой теории. – К.: Киевское инвестиционное агентство, 1997. – 416 с.
6. Мочерний С. В., Устенко О. А., Чеботар С. І. Основи підприємницької діяльності: Посібник. – К.: Академія, 2002. – 280 с.
7. П.М. Должиков, Н.М. Величко, А.П. Должикова. Основи економіки і управління гірничим підприємством: Навчальний посібник. - Донецьк: «Норд-прес». - 200 с., 2009
8. Шершньова З. Є. Стратегічне управління: Підручник. — 2-ге вид., перероб. і доп. — К.: КНЕУ, 2004. — 699 с.
9. Солодовник, Л.М. Економіка виробничого підприємства: навчальний посібник [Текст] / Л.М. Солодовник, П.І. Пономаренко. – Дніпропетровськ: Національний гірничий університет, 2004. – 285 с.
10. Темченко О.А. Оцінка діяльності гірничорудних підприємств при формуванні їх конкурентних позицій з урахуванням ризиків / Економічний часопис-XXI (2015), 3-4(1), 80-83. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://soskin.info/userfiles/file/2015/3-4_1_2015/Temchenko.pdf.
11. Москвін С. Інвестиційний ринок України та проблеми його державного регулювання [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ufin.com.ua/analit_mat/gkr/119.htm
12. Індекс інвестиційної привабливості України у 4-му кварталі 2015 року (28.12.2015) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.eba.com.ua/uk/information-support/eba-news/important/item/33277-2015-12-28-1013/33277-2015-12-28-1013>
13. Нужен ли Китаю украинский уголь (01.04.2014) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://delo.ua/business/nuzhen-li-kitaju-ukrainskij-ugol-227449/#print>
14. Українська вугільна галузь в очікуванні підйому: Вкласти гроші готові турецькі та китайські інвестори (19.05.2016) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://patrioty.org.ua/economic/ukrainska-vuhilna-haluz-v-ochikuvanni-pidiomu-vkladaty-hroshi-hotovi-turetski-ta-kytayski-investory-119465.html>
15. Бурбела Н. Стартапи. Спасут ли они украинскую экономику / Н. Бурбела [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://economics.unian.net/transport/1290430-startapyi-spasut-li-oni-ukrainskuju-ekonomiku.html>
16. Розподіл шахт по групах за ступенем інвестиційної привабливості. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.mvp.gov.ua/?news=87605>

Інформаційні ресурси

1. Единые нормативы численности повременно оплачиваемых рабочих для шахт Донецкого и Львовско-Волынского угольных бассейнов. – Ворошиловград: Изд-во Ворошиловградская правда, 1982. – 136с.
2. Укрупненные комплексные нормы выработки для шахт Донецкого и Львовско-Волынского угольных бассейнов. – М: -Изд-во ЦНИСТ минуглепрома, 1988. – 590с
3. Інформаційні та звітні дані акціонерних товариств, представлені на сайті Агентства

з розвитку інфраструктури фондового ринку України www.smida.gov.ua.

4. Звітні данні стосовно діяльності підприємств, висвітлені на офіційних сайтах холдингів ТОВ «Метінвест холдинг» (<http://www.metinvestholding.com/ua>) та ТОВ «ДТЕК» (<http://www.dtek.com/uk/home>).

5. Ресурси Національної бібліотеки ім. В.І. Вернадського (www.nbuv.gov.ua).

6. Навчальні посібники, довідники бібліотеки ДВНЗ "НГУ".

7. Податковий кодекс України, інші нормативні документи сайту Верховної ради України (<http://rada.gov.ua/>).

8. Матеріали Державного комітету статистики України (www.ukrstat.gov.ua), в тому числі його регіональних відділень.

Тема 1. АНАЛІЗ ТЕХНІКО-ЕКОНОМІЧНИХ ПОКАЗНИКІВ ПІДПРИЄМСТВА

Економічний аналіз: функції; об'єкти; показники.

Аналіз структури і динаміки собівартості продукції.

Вплив перерозподілу умовно-постійних витрат на собівартість продукції.

Аналіз структури витрат та доходів підприємства.

1.1. Економічний аналіз: функції; об'єкти; показники.

Мета економічної оцінки інженерних рішень - аналіз прийнятих технічних і технологічних рішень щодо підвищення ефективності виробництва на дільницях і на підприємстві в цілому.

Економічна оцінка інженерних рішень включає:

- ✓ економічний аналіз існуючої ситуації на підприємстві (ділянці)
- ✓ визначення капітальних та експлуатаційних витрат рішення;
- ✓ розрахунок ефективності діяльності у відповідності до здійснюваних змін.

Економічний аналіз – засіб виявлення внутрішніх невикористаних резервів, основа для вироблення оптимальних управлінських рішень щодо успішної діяльності в умовах ринку. Виділяють три функції економічного аналізу:

- *оціночна* – встановлюються відмінності фактично досягнутого стану від запланованого шляхом порівняння з установленими критеріями;
- *діагностична* – надають якісну характеристику об'єкта, що аналізується, встановлюють причинно-наслідкові зв'язки;
- *пошукова* – обґрунтовують рекомендації з переведення об'єкта в бажаний стан.

Для виконання цих функцій необхідно дотримуватись таких принципів:

- *системності*: розгляд усіх явищ і процесів господарсько-фінансової діяльності як складових єдиної системи в їх взаємозв'язку та взаємозалежності;
- *науковості*: методологія аналізу має спиратись на економічні закони розвитку виробництва, найновіші досягнення галузевих наук;
- *об'єктивності, точності*: використання достовірних даних і обґрунтованість, вірність розрахунків;
- *конкретності*: аналіз має бути спрямований на нагальні потреби ринкової економіки;
- *дієвості і оперативності*: прийняття управлінських рішень щодо швидшої адаптації до вимог ринку.

Одним з видів економічного аналізу є техніко-економічний, який здійснюють технічні служби підприємства (відділи головного інженера, головного технолога, головного енергетика, механіка та інші). Це аналіз вивчає взаємодію технічних та економічних процесів, їх вплив на кінцевий результат діяльності.

Об'єктами економічного аналізу є всі сторони діяльності підприємства, усі процеси, пов'язані з цією діяльністю. На промисловому підприємстві об'єктами аналізу є виробництво продукції за обсягом та асортиментом, конкурентоспроможність продукції, її реалізація, використання матеріальних, трудових та фінансових ресурсів, собівартість продукції, прибуток та рентабельність, фінансовий стан підприємства.

Реальність та обґрунтованість висновків та пропозицій за результатами аналізу, ефективність управлінських рішень залежать від того, наскільки точно і повно обрані економічні показники відображають суть досліджуваних явищ.

За економічним змістом досліджуваних явищ і процесів показники поділяються на кількісні та якісні. *Кількісні* показники відображають розмір господарських явищ, величину кількісних змін, що в них відбуваються, величину ресурсів (обсяг виробленої та реалізованої продукції, кількість працюючих, обсяг продукції, одержаної внаслідок підвищення продуктивності праці, виробничі витрати, прибуток, валовий дохід тощо). *Якісні* показники характеризують суттєві особливості і властивості досліджуваних явищ, рівень їх розвитку, використання ресурсів, ефективність діяльності (продуктивність праці, фондвіддача,

рентабельність).

За характером відображення аналізованих процесів розрізняють натуральні, вартісні та трудові показники.

За способом формування розрізняють показники: нормативні; планові; договірні, облікові, звітні, аналітичні.

Всі показники вивчаються в комплексі, що передбачає відповідну їх систематизацію: система показників – це впорядкована їх множина, в якій кожен показник дає кількісну чи якісну характеристику певної сторони господарської діяльності, має властивості звідності і подільності, пов'язаний з іншими показниками, але не дублює їх.

Система показників техніко-економічного аналізу включає наступні групи:

1. *Показники виробництва* (обсяг валової та товарної продукції у вартісному та натуральному вимірах, номенклатура та асортимент продукції, якість продукції).

2. *Показники використання засобів виробництва* (фондовіддача, фондоемність, фондоозброєність праці, вартість основних фондів, коефіцієнти використання устаткування, амортизаційні відрахування).

3. *Показники використання трудових ресурсів* (забезпеченість трудовими ресурсами, рух робочої сили, продуктивність праці, трудомісткість продукції, оплата праці).

4. *Показники собівартості* (валові витрати, структура собівартості продукції, витрати на 1 гривню товарної продукції)

5. *Фінансові результати* (виторг, прибуток від реалізації товарної продукції, позареалізаційний прибуток, рентабельність виробництва, рентабельність окремих видів продукції).

1.2. Аналіз структури і динаміки собівартості продукції.

Виявлення й використання чинників економії ресурсів, зниження витрат є обов'язком кожного працівника підприємства, передусім спеціалістів і керівників усіх рівнів. Згідно з певними організаційно-технічними рішеннями та умовами розробляються норми витрат усіх видів ресурсів: сировини, основних і допоміжних матеріалів, енергії, трудових ресурсів тощо. Установлені норми витрат — це граничні витрати окремих видів ресурсів за даних організаційно-технічних умов виробництва. Вони є важливим чинником забезпечення режиму економії і відповідно конкурентоспроможності підприємства. У процесі планування встановлюються граничні (допустимі) загальні витрати в підрозділах і в цілому по підприємству (кошториси) та на одиницю продукції. Фактичний рівень витрат обчислюється за даними поточного обліку.

Порівняння фактичних витрат з плановими (нормативними) дає змогу в процесі аналізу оцінювати роботу підрозділів з використання ресурсів, з'ясовувати причини відхилень фактичних витрат, від планових і відповідно стимулювати працівників підприємства і до їхнього зниження.

Чинники собівартості продукції: технічні; технологічні; економічні; організаційні; соціальні.

Аналіз структури витрат на виробництво починається з визначення питомої ваги окремих елементів витрат у загальній сумі витрат та їх зміни за звітний період. Це надає можливість виявити динаміку витрат і суми відхилень по кожному елементу.

Напрямки зниження витрат на продукцію підприємства

Напрямок	Основні цілі
1. Зниження матеріальних витрат на виробництво одиниці продукції	Впровадження прогресивних технологій виробництва, скорочення рівня відходів та їх використання, скорочення втрат.
2. Підвищення продуктивності праці	Раціоналізація виробництва і праці, вдосконалення стимулювання праці, підвищення кваліфікації кадрового

	складу.
3. Удосконалення планування та управління виробництвом	Зниження витрат на обслуговування та управління виробництвом, зниження витрат на реалізацію продукції, підвищення якості продукції, вдосконалення роботи служб і форм матеріально-технічного постачання і збуту.
4. Поліпшення використання основних фондів	Збільшення фонду робочого часу експлуатації фондів, оптимізація складу основних фондів.
5. Прискорення оборотності оборотних коштів.	Зменшення обсягів складських запасів та незавершеної продукції. Оптимізація системи збуту продукції.
6. Удосконалення управління бізнесом	Моніторинг актуальності бізнесу (підприємницького проекту)
7. Поліпшення бізнес-клімату	Груповий вплив на державну регуляторну політику та інше законодавче забезпечення бізнесу

Дані про витрати на виробництво продукції за економічними елементами

Елементи витрат	Сума, тис. грн.		Відх., грн.	Структура витрат, %		Відх., %
	минулий рік	звітний рік		минулий рік	звітний рік	
Матеріальні витрати	67 951	85 954	18 003	73,20	64,93	-8,90
Витрати на оплату праці	12 063	23 087	11 024	12,96	17,44	4,48
Відрахування на соціальні потреби	6 075	8 607	2 532	6,53	6,5	-0,30
Амортизація	2 270	2 405	135	2,44	1,82	-0,62
Інші витрати	4 704	12 329	7 625	5,50	9,31	4,26
Разом	93 063	132 382	39 319	100,00	100,00	-

Щоб зробити правильні висновки про стан витрат, необхідно проаналізувати їх за об'єктами витрат, тобто визначити витрати на виробництво конкретної продукції і комплексні витрати, пов'язані з управлінням і обслуговуванням виробництва. З цією метою проводиться аналіз за статтями витрат (калькуляційними статтями):

1. Матеріальні витрати: сировина і матеріали, покупні вироби, комплектуючі, спецодяг, паливо, енергія, вода.
2. Витрати на оплату праці.
3. Страхові внески в державні позабюджетні фонди.
4. Амортизація ОЗ.
5. Амортизація нематеріальних активів.
6. Орендна плата.
7. Оплата послуг сторонніх організацій *та інші статті*.

Собівартість реалізованої продукції ПАТ "ДТЕК ПАВЛОГРАДВУГІЛЛЯ"

№ з/п	Склад витрат*	%
1	матеріали	11
2	електроенергія	5
3	амортизація	17
4	оплата праці	24
5	відрахування до соціальних фондів та ПФ (ЄСВ)	9
6	послуги та інші витрати	34
	Виробнича собівартість	100

Склад виробничої собівартості продукції

за Положенням (стандартом) бухгалтерського обліку України

Положенням (стандартом) бухгалтерського обліку, зокрема, пунктами 11-16 визначено склад собівартості **продукції, робіт та послуг**. До **виробничої собівартості** продукції включають витрати, які групуються за чотирма елементами:

1) прямі матеріальні витрати. Це вартість сировини та основних матеріалів, що утворюють основу продукції, купівельних напівфабрикатів та комплектуючих виробів, допоміжних та інших матеріалів, які можуть бути безпосередньо віднесені до конкретного виду продукції. Ця стаття зменшується на вартість зворотних відходів, отриманих у процесі виробництва, які оцінюються так само, як і основна продукція (п. 12 П(С)БО 16);

2) прямі витрати на оплату праці, що включають заробітну плату та інші виплати робітникам, зайнятим у виробництві продукції, виконанні робіт або наданні послуг, які можуть бути безпосередньо віднесені до конкретного об'єкта витрат. Зверніть увагу, що до цього елемента не включають відрахування на соціальне страхування (ЄСВ), які нараховуються на фонд заробітної плати за рахунок роботодавця. На думку автора, до цього елемента входять також будь-які інші виплати працівникам, крім заробітної плати, у т. ч. суми матеріальної допомоги, вихідної допомоги, додаткових благ, дарунків від роботодавця тощо, які можуть обмежуватися у податковому обліку;

3) інші прямі витрати, які включають решту виробничих витрат, що можуть бути безпосередньо віднесені до конкретного об'єкта витрат, зокрема відрахування на соціальні заходи (нарахування ЄСВ), плата за оренду земельних і майнових паїв, а також за оренду виробничих потужностей (будівель, обладнання, транспортних засобів тощо), амортизація основних засобів та МНМА, втрати від браку та інші прямі витрати.

4) змінні загальновиробничі витрати у повному обсязі та постійні розподілені загальновиробничі витрати. Склад загальновиробничих витрат визначено у п. 15 П(С)БО 16. Усі вони зазвичай пов'язані з виробництвом кількох видів продукції. Наприклад, якщо підприємство виробляє тільки один вид продукції, у нього не буде загальновиробничих витрат, а всі його виробничі витрати будуть прямими. Але якщо підприємство виробляє як мінімум два види продукції, то майже завжди у нього виникають і витрати, що відносяться одночасно до обох цих видів. Наприклад, підприємство розташувало в одній будівлі два цехи. Відповідно, всі витрати на утримання такої будівлі будуть загальновиробничими. Зверніть увагу, що оплата праці загальновиробничого персоналу та відрахування на соціальне страхування вже групуються разом залежно від функцій персоналу (пп. 15.1, 15.5, 15.7 П(С)БО 16), а не окремо, як це передбачено для виробничої собівартості (п. 13, п. 14 П(С)БО 16). Також звертаємо увагу на те, що всі нестачі незавершеного виробництва, нестачі і втрати від псування матеріальних цінностей у цехах, оплата простоїв включаються до загальновиробничих витрат незалежно від того, чи можна їх прямо віднести до певного виду продукції. Загальновиробничі витрати спочатку накопичуються на рахунку 91, а наприкінці місяця розподіляються на конкретні об'єкти калькуляції, тобто види продукції.

Згідно з п. 16 П(С)БО 16, загальновиробничі витрати (ЗВВ) поділяються на постійні та змінні.

Змінні загальновиробничі витрати ЗВВ — це витрати на обслуговування й управління виробництвом (цехів, дільниць), що змінюються прямо (або майже прямо) пропорційно до зміни обсягу діяльності. Змінні загальновиробничі витрати розподіляються на кожен об'єкт витрат із використанням бази розподілу (годин праці, заробітної плати, обсягу діяльності, прямих витрат тощо), виходячи з **фактичної** потужності звітного періоду. Прикладом таких витрат можуть бути витрати електроенергії, що споживається промисловим обладнанням, на якому виробляється кілька видів продукції. Відповідно, найкращою базою розподілу таких витрат буде кількість електроенергії, витрачена на виробництво кожного виду продукції. Якщо облік цього показника вести неможливо, витрати на електроенергію можна розподілити між видами продукції пропорційно до їх кількості. Змінні ЗВВ у повній сумі розподіляють на собівартість продукції, виробленої у звітному періоді.

Постійні загальновиробничі витрати ЗВВ — це витрати на обслуговування й

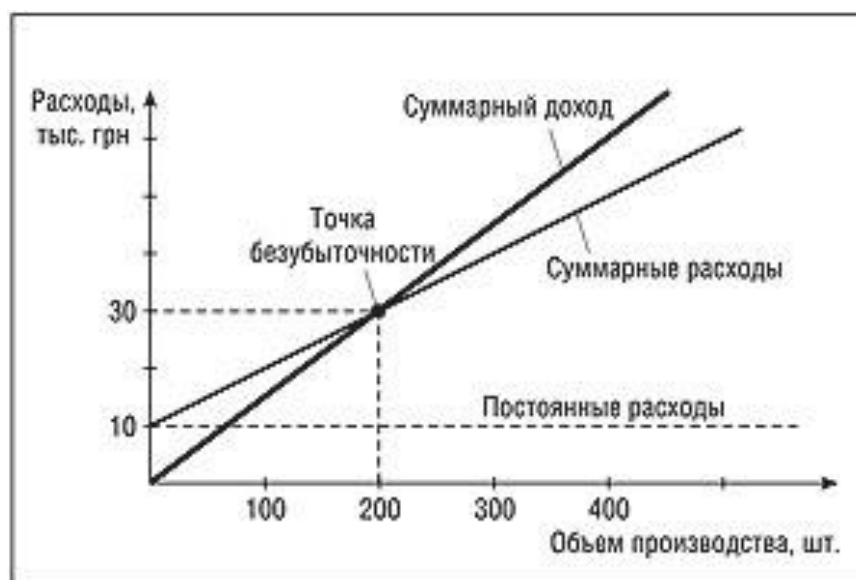
управління виробництвом, що залишаються незмінними (або майже незмінними) при зміні обсягу діяльності. Постійні загальновиробничі витрати розподіляють на кожен об'єкт витрат з використанням бази розподілу (годин праці, заробітної плати, обсягу діяльності, прямих витрат тощо).

1.3. Вплив перерозподілу умовно-постійних витрат на собівартість продукції

Постійні витрати є функцією часу, а не обсягу продукції, їхня загальна сума не залежить від кількості виготовленої продукції (зрозуміло, у певних межах). Лише за істотних змін обсягу виробництва, наслідком яких є зміни виробничої та організаційної структури підприємства, стрибкоподібне міняється величина постійних витрат, після чого вона знову залишається постійною. До постійних належать витрати на утримання та експлуатацію будівель і споруд, організацію виробництва, управління. На практиці до групи постійних відносять також витрати, які хоч і змінюються внаслідок зміни обсягу виробництва, але не істотно, їх називають умовно-постійними.

Змінні витрати — це витрати, загальна сума яких за певний час залежить від обсягу виготовленої продукції. У свою чергу, їх можна розділити на пропорційні та непропорційні.

Точка беззбитковості (Break-Even Point) - обсяг або рівень операцій, при якому сукупний дохід дорівнює сукупним витратам, тобто це точка нульового прибутку або нульових збитків.



Точка беззбитковості є одним з показників, застосовуваних для оцінки ефективності інвестиційних проектів. Оскільки точка беззбитковості відповідає обсягу продажів продукції, починаючи з якого її випуск повинен приносити прибуток, розрахований для її досягнення обсяг продажів (випуску) зіставляється із проектною потужністю створюваного підприємства.

Аналіз беззбитковості проекту дозволяє виявити залежність розміру прибутку від визначальних факторів: обсягу продажів, зміни ціни продукції, видатків на будівництво підприємства цін на сировину і т.і. Ця інформація з урахуванням бажаного інтервалу значень цін продажу, видатків підприємства і т.і. може використовуватися для оцінки інвестиційного проекту й інвестиційного ризику.

Розрахунок точки беззбитковості проводиться за формулою:

$$Q = FC / (P - AVC),$$

де Q — точка беззбитковості (обсяг продажів); FC - сума постійних видатків; P - ціна за одиницю продукції; AVC - змінні видатки на одиницю продукції.

Так само точку беззбитковості можна визначити графічним методом, будуючи

графіки видатків і продажів.

Таким чином, точка беззбитковості показує, скільки одиниць продукції має продати організація, щоб її витрати окупилися її доходами. Продаж кожної наступної одиниці продукції приносить організації прибуток. Навпаки, зменшення обсягів продажу продукції нижче за рівень, визначений точкою беззбитковості, означає, що організація нестиме збитки.

1.4. Аналіз структури витрат та доходів підприємства

Визначення прибутку (збитку) згідно Положення (стандарту) бухгалтерського обліку "Звіт про фінансові результати"

Стаття	Зміст
Доход (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	відображається загальний доход (виручка) від реалізації продукції, товарів, робіт або послуг, тобто без вирахування наданих знижок, повернення проданих товарів та непрямих податків (податку на додану вартість, акцизного збору тощо).
Податок на додану вартість	відображається сума податку на додану вартість, яка включена до складу доходу (виручки) від реалізації продукції.
Акцизний збір	підприємства - платники акцизного збору відображають суму, яка врахована у складі доходу (виручки) від реалізації продукції.
	Підприємства, які сплачують інші збори або податки з обороту, показують їх суму у вільному рядку звіту про фінансові результати, зокрема суми рентної плати за нафту, природний газ і газовий конденсат тощо.
Інші вирахування з доходу	відображаються надані знижки, повернення товарів та інші суми, що підлягають вирахуванню з доходу (виручки) від реалізації продукції без непрямих податків.
Чистий доход (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) визначається шляхом вирахування з доходу (виручки) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) відповідних податків, зборів, знижок тощо.	
Собівартість реалізованої продукції	показується виробнича собівартість реалізованої продукції (робіт, послуг) та/або собівартість реалізованих товарів.
Валовий прибуток (збиток) розраховується як різниця між чистим доходом від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) і собівартістю реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг).	
Інші операційні доходи	відображаються суми інших доходів від операційної діяльності підприємства, крім доходу (виручки) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг): доход від операційної оренди активів; доход від операційних курсових різниць; відшкодування раніше списаних активів; доход від реалізації оборотних активів (крім фінансових інвестицій) тощо.
Адміністративні витрати	відображаються загальногосподарські витрати, пов'язані з управлінням та обслуговуванням підприємства
Витрати на збут	відображаються витрати підприємства, пов'язані з реалізацією продукції (товарів) - витрати на утримання підрозділів, що займаються збутом продукції (товарів), рекламу, доставку продукції споживачам тощо.
Інші операційні витрати	відображаються собівартість реалізованих виробничих запасів; відрахування на створення резерву сумнівних боргів і суми списаної безнадійної дебіторської заборгованості; втрати від знецінення запасів; втрати від операційних курсових різниць; визнані економічні санкції; відрахування для забезпечення наступних операційних витрат, а також усі

	інші витрати, що виникають в процесі операційної діяльності підприємства (крім витрат, що включаються до собівартості продукції, товарів, робіт, послуг).
Прибуток (збиток) від операційної діяльності визначається як алгебраїчна сума валового прибутку (збитку), іншого операційного доходу, адміністративних витрат, витрат на збут та інших операційних витрат.	
Доход від участі в капіталі	відображається доход, отриманий від інвестицій в асоційовані, дочірні або спільні підприємства, облік яких ведеться методом участі в капіталі.
Інші фінансові доходи	показуються дивіденди, відсотки та інші доходи, отримані від фінансових інвестицій.
Інші доходи	показується доход від реалізації фінансових інвестицій; доход від неопераційних курсових різниць та інші доходи, які виникають у процесі звичайної діяльності, але не пов'язані з операційною діяльністю підприємства.
Фінансові витрати	показуються витрати на проценти та інші витрати підприємства, пов'язані із запозиченнями.
Втрати від участі в капіталі	відображається збиток, спричинений інвестиціями в асоційовані, дочірні або спільні підприємства.
Інші витрати	відображаються собівартість реалізації фінансових інвестицій; втрати від неопераційних курсових різниць; втрати від уцінки фінансових інвестицій та необоротних активів; інші витрати, які виникають у процесі звичайної діяльності (крім фінансових витрат), але не пов'язані з операційною діяльністю підприємства.
Прибуток (збиток) від звичайної діяльності до оподаткування визначається як алгебраїчна сума прибутку (збитку) від операційної діяльності, фінансових та інших доходів (прибутків), фінансових та інших витрат (збитків).	
Податки на прибуток	показується сума податків на прибуток від звичайної діяльності, визначена згідно з Положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 17 "Податок на прибуток".
Прибуток від звичайної діяльності визначається як різниця між прибутком від звичайної діяльності до оподаткування та сумою податків з прибутку. Збиток від звичайної діяльності дорівнює збитку від звичайної діяльності до оподаткування та сумі податків на прибуток.	
Надзвичайні доходи / Надзвичайні витрати	відображаються відповідно: невідшкодовані втрати від надзвичайних подій (стихійного лиха, пожеж, техногенних аварій тощо), включаючи затрати на запобігання виникненню втрат від стихійного лиха та техногенних аварій, які визначені за вирахуванням суми страхового відшкодування та покриття втрат від надзвичайних ситуацій за рахунок інших джерел; доходи і втрати від інших подій та операцій, які відповідають визначенню надзвичайних подій. Втрати від надзвичайних подій відображаються за вирахуванням суми, на яку зменшується податок на прибуток від звичайної діяльності внаслідок цих втрат.
Податки з надзвичайного прибутку	відображається сума податків, що підлягає сплаті з прибутку від надзвичайних подій.
Чистий прибуток (збиток) розраховується як алгебраїчна сума прибутку (збитку) від звичайної діяльності та надзвичайного прибутку, надзвичайного збитку та податків з надзвичайного прибутку.	

Прибуток показує абсолютний ефект діяльності підприємства без урахування використаних при цьому ресурсів. Прибуток не може бути універсальним показником ефективності виробництва, оскільки він може змінюватися під впливом факторів, які не

залежать від діяльності самого підприємства (коливання цін на споживані матеріали та реалізовану продукцію), а також під впливом об'єму позареалізаційних доходів.

Формування фінансових результатів підприємства
(вибіркові статті звіту про фінансові результати)

тис. грн.

Стаття	За звітний період	За період попередній період
Чистий дохід від реалізації продукції	11943718	8853858
Собівартість реалізованої продукції	(-8191318)	(-7221354)
Валовий: прибуток	3752400	1632504
Валовий: збиток	(0)	(0)
Інші операційні доходи	456017	116853
Адміністративні витрати	(-174973)	(-305083)
Витрати на збут	(-402488)	(-293228)
Інші операційні витрати	(-480825)	(-305454)
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	3150131	845592
Фінансовий результат від операційної діяльності: збиток	(0)	(0)
Дохід від участі в капіталі	170	41280
Інші фінансові доходи	35304	26085
Інші доходи	48048	20144
Фінансові витрати	(-2023842)	(-410117)
Втрати від участі в капіталі	(0)	(0)
Інші витрати	(-748016)	(-34517)
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	461795	488467
Фінансовий результат до оподаткування: збиток	(0)	(0)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	-288309	-133897
Чистий фінансовий результат: прибуток	173486	354570
Чистий фінансовий результат: збиток	(0)	(0)

Для встановлення міри ефективності роботи підприємства використовують показник загальної та розрахункової рентабельності виробництва, які дозволяють оцінити діяльність підприємства не тільки щодо зниження витрат на виробництво продукції, але також з ефективного використання виробничих фондів.

Рентабельність – це відносний показник, що характеризує рівень віддачі витрат або ступень використання ресурсів підприємства в процесі виробництва і реалізації продукції.

Рентабельність характеризує ступень прибутковості підприємства. Фірма рентабельна, якщо суми витрат достатньо не тільки для сплати витрат на виробництво, але і для утворення прибутку. Таким чином, рентабельність характеризує ефективність роботи підприємства, дає уявлення про спроможність підприємства збільшувати свій капітал.

Залежно від мети аналізу діяльності підприємства розрізняють:

1) **рентабельність виробництва** - відношення величини прибутку до вартості виробничих фондів:

1.1) **загальна рентабельність виробництва R_3 :**

$$R_3 = \frac{\Pi_{\delta}}{C_{oz} + C_{об.з}} \cdot 100, \%$$

де $C_{оз}$ - середньорічна вартість основних фондів; $\Pi_б$ – прибуток балансовий; $C_{об}$ - вартість оборотних засобів.

1.2) **розрахункова рентабельність виробництва R_p** :

$$R_p = \frac{\Pi_ч}{C_{оз} + C_{о.с.}} \cdot 100, \%$$

де $\Pi_ч$ – чистий прибуток підприємства.

Загальний рівень рентабельності виробництва характеризує прибутковість підприємства відносно до всіх ресурсів, які є в розпорядженні підприємства. Такий рівень рентабельності показує, скільки прибутку приходить на 1 грн. вкладеного капіталу.

2) **рентабельність реалізованої продукції $R_{д.і.}$ (рентабельність продажів)**:

$$R_{д.і.} = \cdot 100\%,$$

де \dot{I} , $\dot{A}_{д.і.}$ – відповідно прибуток та дохід від реалізації продукції.

3) у багато номенклатурному виробництві поряд з рентабельністю всієї продукції визначається також рентабельність окремих її різновидів. **Рентабельність певного виду продукції** визначається за формулою:

$$R_i = \frac{Ц_i - C_i}{C_i} \cdot 100 = \frac{\Pi_i}{C_i} \cdot 100,$$

де $Ц_i, C_i, \Pi_i$ - питомі (на одиницю обсягу) значення ціни продукції, її собівартість та питомий прибуток.

В процесі аналізу фінансового стану можуть розраховуватися і інші показники рентабельності. Усі показники можуть бути плановими і фактичними. Розходження між фактичними та плановими показниками детально аналізуються, визначені причини відхилень враховують при наступному плануванні діяльності.

Рівень рентабельності всіх організацій та установ залежить від величини прибутку, товарної продукції, витрат виробництва, величини основних виробничих фондів і нормованих обігових засобів. Важливими факторами, що забезпечують зростання прибутку і рентабельності підприємства, є підвищення продуктивності праці, фондвіддачі, економія матеріальних ресурсів, рівень технічного прогресу, а саме, механізації та автоматизації трудомістких технологічних процесів, удосконалення організації виробництва та ін. Урахування підприємством таких факторів дасть змогу підвищувати ефективність його діяльності.

Тема 2. ПЕРЕДУМОВИ ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Види діяльності підприємства.

Система цілей підприємства.

Конкурентоспроможність продукції та підприємства.

Стратегічна гнучкість підприємства.

2.1. Види діяльності підприємства.

Господарська діяльність.

Підприємницька діяльність.

Виробнича діяльність.

Комерційна діяльність.

Фінансова діяльність.

Управлінська діяльність.

Інвестиційна діяльність.

Інноваційна діяльність.

Соціальна діяльність.

2.2. Система цілей підприємства.

На цілі впливають етичні, естетичні, економічні чинники як внутрішнього, так й зовнішнього середовища організації.

Вимоги до цілей:

- чіткість
- послідовність
- реальні для досягнення
- відповідність практиці бізнесу

Традиційна мета підприємства - отримання прибутку у довгостроковому періоді.

Традицію трактування максимізації прибутку як головної мети комерційного підприємства порушив П. Друкер, який запропонував в якості головної мети підприємства власне його виживання, засноване на адекватному прибутку.

Теорія цілей зацікавлених груп:

- цілі повинні виходити з балансу різних несумісних цілей зацікавлених груп (менеджерів, робочих акціонерів, постачальників, продавців тощо);
- підприємство несе відповідальність перед ними та повинно виробляти власні цілі таким чином, щоб задовольнити кожну з груп;
- прибуток, як результат інвестицій акціонерів, є однією зі складових системи цілей, але не обов'язково займає головне місце в її структурі.

Тому, треба підтримувати справедливий та працездатний баланс між вимогами різних прямо зацікавлених груп.

Передумова виникнення цієї теорії – структурні зміни всередині компанії – формування групи вищих керівників, найманих, але контролюючих всю компанію; збільшення розмірів і ускладнення діяльності компанії (децентралізація, делегування повноважень і відповідальності).

“Управлінці” стверджують, що організації не мають цілей, цілі мають лише люди. Тому цілі компанії – результат переговорів її окремих учасників.

Практична система цілей

Цілі більшості компаній:

- економічні – оптимізація всього процесу використання ресурсів компанії;
- забезпечення достатнього рівня повернення інвестицій в довгостроковому періоді;
- соціальні або позаекономічні цілі (потреби та особисті прагнення робітників фірми);
- цілі впливових зовнішніх представників (окремі власники акцій. портфельні

інвестори);

- обов'язки та обмеження фірми (перед суспільством).

Головна економічна ціль

Для виживання та ведення успішної економічної діяльності компанія повинна оптимізувати процес використання всіх ресурсів.

Часовий горизонт дозволяє визначитись з періодом планування.

Головною проблемою фірми є отримання нею достатнього доходу від використання наявних ресурсів, а не максимізація прибутку на основі припущення про можливості змінювання ресурсів.

Впливові чинники:

- ефективність поточної та минулої діяльності
- загальний обсяг доступних ресурсів
- характеристики та можливості зовнішнього середовища.

Критична маса – мінімальний обсяг інвестицій, що надасть можливість компанії отримувати прибуток

Проблеми неповноти інформації та невизначеності

Залежність від зовнішнього середовища, внутрішні сильні та слабкі сторони.

Довгострокова норма рентабельності

- постійне зростання обсягів продаж (відповідно загальній тенденції в галузі)
- збільшення частки ринку
- збільшення прибутку як джерела для реінвестицій
- збільшення дивідендів для підвищення інвестиційної привабливості
- поповнення асортименту новими продуктами
- розширення кола споживачів
- відсутність надзвичайно високих коливань фінансових результатів, втрати конкурентних позицій.

Довгострокові цілі забезпечуються зовнішніми конкурентними перевагами (ріст, стабільність) та внутрішньою ефективністю (оборот коштів, дослідження, персонал, стан основних фондів, менеджмент)

Позаекономічні цілі

Деформують економічну мету, а іноді її замінюють.

Позаекономічні цілі

Суспільна думка

Економічні цілі окремих людей (поточні доходи, збереження робочого місця, додаткові пільги)

Позаекономічні цілі окремих людей (філантропія, персональна етика, соціальна відповідальність, статус та репутація)

Організаційні обмеження (забезпечення зайнятості, імідж) – залежать від користі від виконання соціальних зобов'язань та відношення до ризику.

Загальне

Компанія не вільна у виборі цілей (вибір диктується певними чинниками, що не контролюються менеджментом фірми)

Цілі необхідно утворювати, відстежувати взаємозв'язки між ними та стратегією фірми.

2.3. Конкурентоспроможність продукції та підприємства

Конкурентоспроможність підприємства означає його здатність до ефективної господарської діяльності та забезпечення прибутковості за умов конкурентного ринку. Інакше кажучи, конкурентоспроможність підприємства — це здатність забезпечувати випуск і реалізацію конкурентоспроможної продукції.

Під конкурентоспроможністю (Competitiveness) продукції заведено розуміти сукупність її властивостей, що відбиває міру задоволення конкретної потреби проти

репрезентованої на ринку аналогічної продукції. Вона визначає здатність витримувати конкуренцію на ринку, тобто мати якісь вагомі переваги над виробами інших товаровиробників.

Конкурентоспроможність товару зазвичай визначається такими елементами:

- властивостями даного товару;
- властивостями конкуруючих товарів;
- особливостями споживачів;
- загрозою появи нових конкурентів;
- загрозою появи товарів-замінників;
- незалежністю постачальників;
- вибірковістю покупців;
- суперництвом конкурентів між собою.

Кожний виріб є носієм різних конкретних властивостей, що відображають його корисність і відповідають певним потребам людини. Корисність будь-яких печей відбиває їхню споживну вартість.

Споживна вартість того чи того товару має бути оціненою, тобто має бути визначеною його якістю. Отже, споживна вартість і якість виробів безпосередньо пов'язані між собою. Проте це не тотожні поняття, оскільки та сама споживна вартість може бути корисною не в однаковій мірі. На відміну від споживної вартості якість продукції характеризує міру її придатності для споживання, тобто кількісний бік суспільної споживної вартості.

Якість як економічна категорія відбиває сукупність властивостей продукції, що зумовлюють міру її придатності задовольняти потреби людини відповідно до свого призначення.

Поряд із якістю існує поняття технічного рівня певних видів продукції. Це поняття за змістом вужче за попереднє, оскільки охоплює сукупність лише техніко-експлуатаційних характеристик. Його показники встановлюються за проектування (розробки) переважно нових знарядь праці (машин, устаткування, приладів, транспортних засобів тощо) і відображаються в спеціальних картах технічного рівня, які використовують у процесі вивчення ринку й визначення попиту на нові товари, складання бізнес-планів, виготовлення буклетів з рекламними матеріалами.

Конкурентоспроможність можна визначити як спроможність деякого класу об'єктів (товар, підприємство, країна) займати визначену ринкову нішу. Конкурентоспроможність характеризує ступінь відповідності окремого класу об'єктів визначеним ринковим потребам: пропозиції (товару) - попиту на нього, підприємства - можливості забезпечити конкурентні переваги, країни - соціально-економічній моделі розвитку.

2.4. Стратегічна гнучкість підприємства

зовнішня – диверсифікацій на модель товарно-ринкових інвестицій для мінімізації наслідків не передбачуваних ситуацій. Може мати *наступальний* (використання новітніх технологій, успішні НДР) або *оборонний характер* (кількість незалежних покупців, кількість ринкових сегментів в різних економічних середовищах – країнах, кількість незалежних технологій);

внутрішня – забезпечення високої ліквідності ресурсів для утворення механізму реагування (залежність від позикового капіталу, коефіцієнт ліквідності).

Тема 3. ІНВЕСТИЦІЙНИЙ РИНОК ТА ЙОГО ІНФРАСТРУКТУРА

Поняття інвестиційного ринку.

Сегментація інвестиційного ринку: ринок реальних активів, ринок фінансових ресурсів.

Інвестиційний клімат.

3.1. Поняття інвестиційного ринку.

Інвестиційний ринок — це економічна категорія, що являє собою збалансованість попиту та пропозиції на інвестиції. Інвестиційний ринок формує суб'єкт — інвестор, тобто господарюючий суб'єкт, в якого виникає попит на інвестиції та інвестиційні товари.

У країнах з розвинутими ринковими відносинами інвестиційний попит і пропозиція збалансовані через механізм ціноутворення на базі зрівноважених цін на інвестиції та інвестиційні товари. Система зрівноважених цін формується мікроекономічними пропорціями у процесі виробництва та збуту, головною з яких є співвідношення «інвестиції — приріст інвестиційних товарів (капітального майна)». При цьому ринок характеризується випереджаючим розвитком інвестиційної пропозиції та відносно стабільним попитом.

Для стимулювання інвестиційного попиту товаровиробників і розвитку конкуренції між ними держава застосовує систему заходів антимонопольного регулювання.

Механізм дії ціни зрівноваженості полягає у такому. Інвестор, вкладаючи кошти, розраховує отримати максимальний прибуток за мінімальних витрат. Він віддає перевагу найприбутковішим активам (інвестиційним товарам) з найвищою нормою прибутку на вкладений капітал. Ця ефективна галузь залучає більшу масу капіталу. Відповідно попит на інвестиційні товари починає перевищувати пропозицію, та їх ціна збільшується. Висока ринкова ціна таких товарів є індикатором їх привабливості для інвесторів з точки зору віддачі інвестицій — їх дохідності.

Перелив інвестицій у зазначену галузь призведе, врешті-решт, до підвищення пропозиції цього інвестиційного товару та, як наслідок, до зниження його ціни. Інвестиції ж спрямовуватимуться на нові високоприбуткові виробництва, що у майбутньому неминуче призведе до розширення попиту на інвестиційні товари, виробництва їх нових видів і стимулювання діяльності інвесторів у використанні прибутку та нагромадженні капіталу, а також до створення умов для розвитку будівельних фірм, які виступають на ринку основними продавцями інвестиційного товару. У примітивному розумінні, фінансовий ринок капіталу — це місце зустрічі, де підприємці та фірми, які прагнуть запозичити гроші, зустрічаються з тими, в кого вони є вільними.

Інвестиційна діяльність завжди починається з ринку, оскільки заощаджень і поточних доходів потенційному інвестору, як правило, не вистачає. Крім цього, інвестор зазвичай намагається залучити акціонерний капітал з метою зменшення ризику та розподілу відповідальності. На рис. 1 наведена схема ринкових відносин, суб'єктом яких є інвестор.

3.2. Сегментація інвестиційного ринку

Сегментація інвестиційного ринку — це сукупність ринку споживчих товарів, ринку споживчого кредиту, ринку інвестиційних товарів і ринку фінансових ресурсів. Ринок *реальних активів* (інколи вживається термін «матеріальні чи фізичні активи») пропонує такі інвестиційні товари та послуги: нерухомість, ділянки під будівництво (іпотечний ринок); обладнання, будівельні матеріали, дослідницькі, конструкторські, будівельні, монтажні, пуско-налагоджувальні та інші роботи і послуги (підрядний ринок); нові технології, ліцензії, патенти на винаходи і відкриття, досвід, знання, ноу-хау, інжинірингові послуги (ринку інтелектуальних цінностей). На цьому ринку як інвестиційний товар реалізується також робоча сила, тобто продається здатність до праці за наймом.

Ринок фінансових ресурсів поділяється на: грошовий ринок (ринку цінних паперів — боргових свідоцтв з термінами погашення менше одного року); ринок капіталів (довгострокових цінних паперів та корпоративних акцій); кредитний ринок (боргових

зобов'язань за довгостроковими кредитами). Іноді цей ринок називають ринком позичкового капіталу.

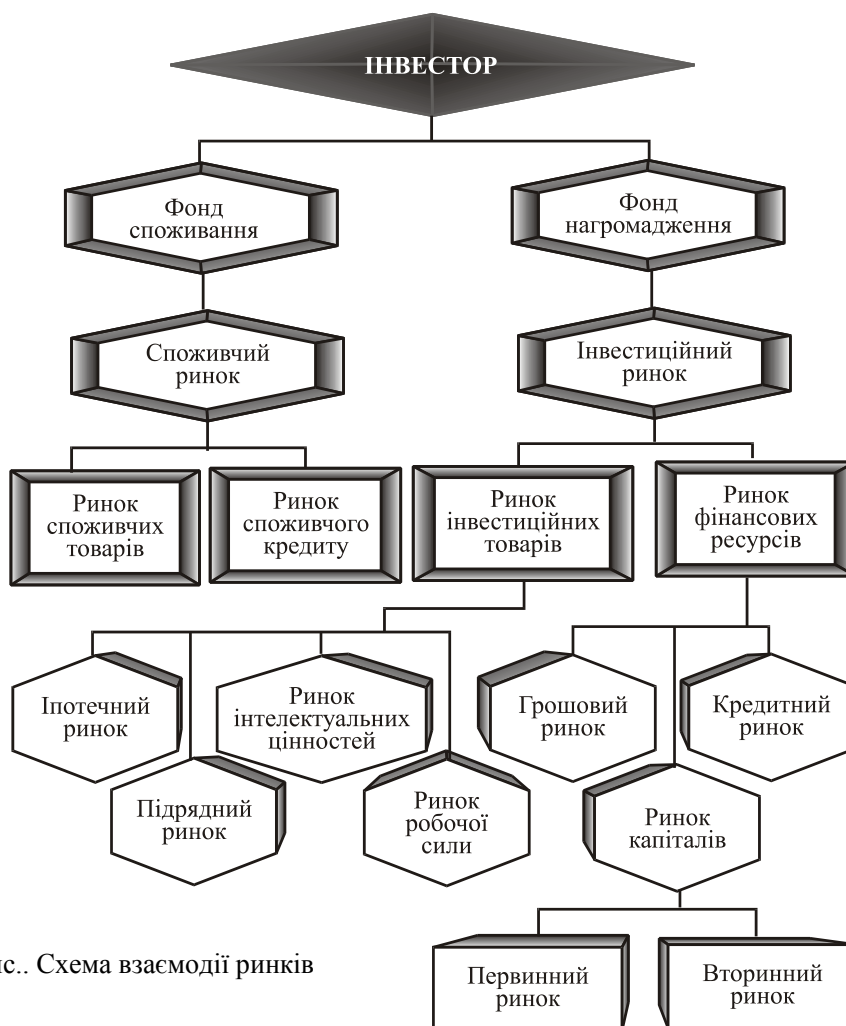


Рис.. Схема взаємодії ринків

Ринок капіталів, у свою чергу, класифікується як первинний (розміщення нових цінних паперів) та вторинний (торгівля цінними паперами, які були випущені раніше і перебувають в обігу). Фондові біржі є вторинними ринками капіталів, оскільки на них котируються цінні папери, які вже перебувають в обігу. Корпорація, акціями якої здійснюється торгівля на фондовій біржі, не бере участі в операціях на вторинному ринку і, відповідно, не отримує будь-якого прибутку від їх продажу. Також існують вторинні ринки для інших фінансових активів.

Найважливішою складовою ринку інвестицій є *ринок інвестиційних товарів*. Виробництво і рух цих товарів на ринку забезпечується елементами інвестиційної інфраструктури. У країнах з розвинутою ринковою економікою мережа таких елементів є надзвичайно широкою. Головне завдання інвестиційної інфраструктури — обслуговування інвестиційної сфери, задоволення інвестиційного попиту. Основним інвестиційним товаром є продукція проектно-дослідницьких, будівельних, монтажних підприємств, фірм і постачальників матеріально-технічних ресурсів, яка в основному забезпечує інвестиційний процес.

На інвестиційному ринку працює велика кількість різних посередників, які створюють його інфраструктуру. Саме взаємодіями цих посередників і характеризується стан інвестиційного ринку.

Інвестиційний ринок — це система, що включає:

- 1) суб'єктів (інвесторів, підрядників, замовників, проектні організації та ін.);
- 2) об'єктів (матеріальні і нематеріальні, права, ліцензії, патенти, ноу-хау та ін.);
- 3) інфраструктуру ринку (банки, біржі, пенсійні фонди, страхові компанії,

інвестиційні фонди, інженерно-консультаційні фірми, суд, арбітраж та ін.);

4) ринковий механізм;

5) контроль з боку держави за дією ринкового механізму.

3.3. Інвестиційний клімат

Інвестиційний клімат — це сукупність політичних, соціально-економічних, фінансових, соціально-культурних, організаційно-правових і географічних факторів, які притаманні певній країні і визначають привабливість її для іноземного інвестора.

Щодо загальної оцінки інвестиційного клімату в Україні на макроекономічному рівні, то тут слід відзначити, що в економіці продовжується спад виробництва, зменшується частка надходжень від податків, накопичуються неплатежі, знижується частка банківського кредитування у ВВП, зростає сума внутрішнього і зовнішнього боргу, зростає рівень тіньової економіки, знижується частка державних капіталовкладень (щороку в цілому на 5—10 %). Крім цього, на інвестиційний клімат держави суттєвий вплив мають:

- приховане безробіття;
- неможливість виконання державою своїх обов'язків щодо соціального захисту громадян;
- відсутність ефективних процедур банкрутства, захисту прав власників;
- високий рівень злочинності;
- слабка дисципліна виконання законодавчих актів.

Причинами погіршення інвестиційного клімату в Україні є: по-перше, заполітизованість економіки; по-друге, негативні наслідки приватизації, до яких призвело збочення та заміна такої основної мети приватизації, як сприяння розвитку виробництва, на отримання прибутку в короткий термін.

Інвестиційний клімат в Україні (погляд Міністерства Економіки України)

Економіка України перебуває в складній економічній ситуації, яка зберегла тенденції до погіршення у 2015 році внаслідок продовження агресивної політики Російської Федерації, окупації Криму і військових операцій на сході України. Питання створення сприятливих умов розвитку бізнес-клімату в Україні залишається одним з найактуальніших.

Протягом 2014-2015 років Урядом України вжито комплекс заходів зі створення якісно нових умов ведення бізнесу, що мають забезпечити відбудову економіки України та її стабільний розвиток. Завдяки цьому, у рейтингу Світового банку «Doing Business 2015» Україна за показником легкості ведення бізнесу займає 96 місце серед 189 країн світу (у 2014 році - 112 місце). На сьогодні в Україні створене правове поле для інвестування та розвитку державно-приватного партнерства. Законодавство України визначає гарантії діяльності для інвесторів, економічні та організаційні засади реалізації державно-приватного партнерства в Україні.

На території України до іноземних інвесторів застосовується національний режим інвестиційної діяльності, тобто надано рівні умови діяльності з вітчизняними інвесторами. Іноземні інвестиції в Україні не підлягають націоналізації. У випадку припинення інвестиційної діяльності іноземному інвестору гарантується повернення його інвестиції в натуральній формі або у валюті інвестування без сплати мита, а також доходів від інвестицій у грошовій або товарній формі. Держава також гарантує безперешкодний і негайний переказ за кордон прибутків і інших коштів в іноземній валюті, одержаних на законних підставах унаслідок здійснення іноземних інвестицій. Для підвищення захисту іноземних інвестицій Законом України від 16.03.2000 № 1547 ратифікована Вашингтонська Конвенція 1965 року про порядок вирішення інвестиційних спорів між державами та іноземними особами.

Вирішенню проблемних питань інвесторів покликані сприяти комісії із сприяння досудовому врегулюванню спорів з інвесторами, які можуть створюватися органами виконавчої влади та органами місцевого самоврядування як тимчасові консультаційно-дорадчі органи з метою сприяння досудовому врегулюванню спорів між інвестором і

органом виконавчої влади (місцевого самоврядування).

Підписано та ратифіковано Верховною Радою України міжурядові угоди про сприяння та взаємний захист інвестицій з більше ніж 70 країнами світу. З метою належної реалізації національних зовнішньополітичних і зовнішньоекономічних пріоритетів, сприяння виходу українських експортерів на зовнішні ринки, захисту їхніх економічних і торговельних інтересів за кордоном та залучення прямих іноземних інвестицій в економіку України, з квітня 2013 року при МЗС функціонує Рада експортерів та інвесторів України.

З метою активізації роботи щодо розвитку та реалізації інвестиційного потенціалу України, збільшення обсягу іноземних інвестицій, підтримки пріоритетних інвестиційних проектів, поліпшення інвестиційного клімату в державі, забезпечення захисту прав інвесторів, сприяння ефективній взаємодії інвесторів з державними органами у грудні 2014 року Указом Президента України утворено Національну інвестиційну раду.

З метою пошуку дієвих механізмів залучення іноземних інвестицій в Україну Урядом держави на регулярній основі проводяться бізнес-форуми за участю потенційних іноземних інвесторів.

Зазначені заходи покликані сприяти покращенню інвестиційного іміджу України та збільшенню обсягів залучення іноземних інвестицій та капітальних інвестицій в економіку держави.

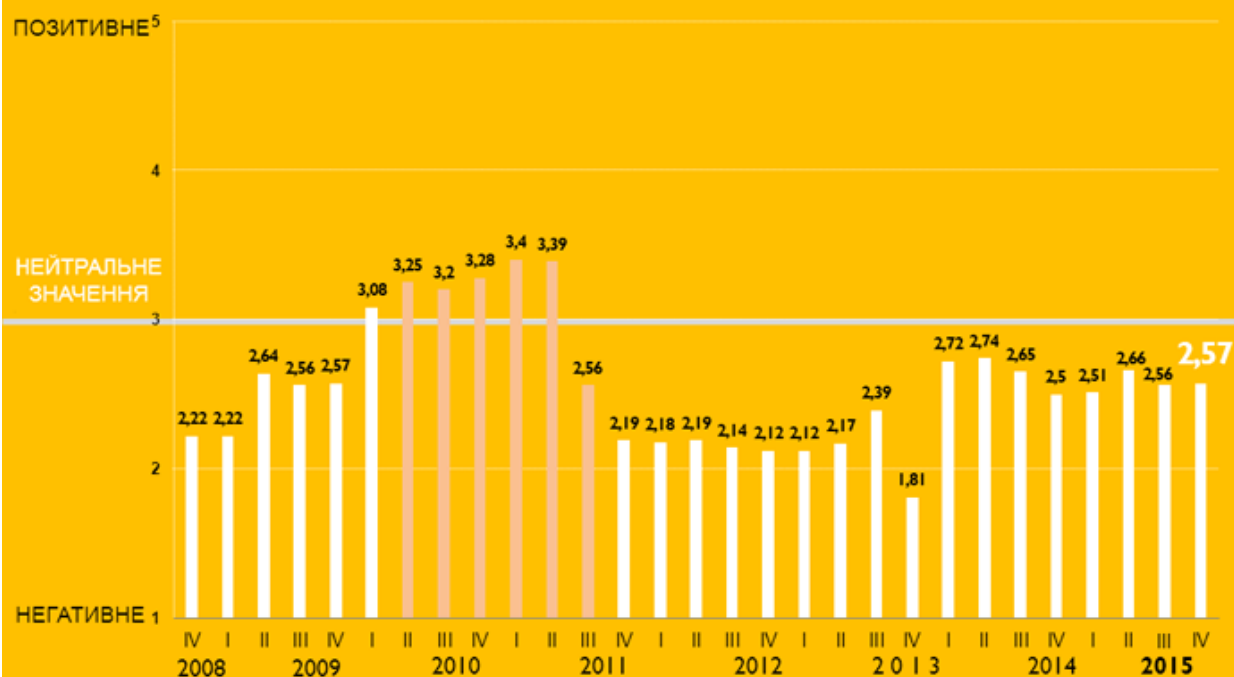
Погляд бізнесу на інвестиційний клімат (Індекс інвестиційної привабливості)

Індекс інвестиційної привабливості - це оцінка інвестиційної привабливості України, що проводиться Європейською Бізнес Асоціацією і ґрунтується на регулярному моніторингу бізнес-клімату першими особами компаній-членів Асоціації. Зростаюча економіка Україна завжди була привабливою для іноземних компаній та інвесторів. Розширення своєї діяльності, інвестування в український ринок обіцяє високі прибутки, що, відповідно, накладає певні ризики. Вивчаючи наші дослідження, потенційні інвестори мають можливість дізнатися в деталях всі плюси і мінуси бізнес-клімату в Україні, відстежувати останні зміни і вивчати думки експертів. Долучаючись до проектів, направлених на оцінку бізнес-середовища, бізнес-спільнота в Україні пропонує руку допомоги для новачків та щиро запрошує до своїх лав.

Висловлюємо занепокоєння бізнесу. Поточні позитивні зміни в законодавстві, управлінні та державному регулюванні щодо ведення бізнесу неможливі без глибокої участі бізнес-спільноти, як основної зацікавленої сторони. Саме тому бізнес-лідери об'єднують зусилля з метою підтримання постійного діалогу з урядом і інформування щодо проблемних питань для бізнесу. Крім того, Асоціація виходить за рамки відображення ситуації і безперервно працює пліч-о-пліч з представниками влади, надаючи конструктивні пропозиції і з використанням європейської практики та досвіду компаній-членів.

Як бізнес оцінює роботу кабміну у 2015 році. Анна Дерев'янка, Виконавчий директор Європейської Бізнес Асоціації: «Протягом року фахівці Європейської Бізнес Асоціації ретельно працювали і відстежували як позитивні, так і негативні зміни, що були викликані тими чи іншими реформами у різних секторах бізнесу. Нам пощастило бути не просто сторонніми спостерігачами, а й почасти ініціаторами деяких доленосних рішень та довгоочікуваних перетворень. Я вважаю, що на фоні надшвидких темпів розвитку світової економіки та глобалізаційних процесів, Україна могла б продемонструвати значно кращі результати за підсумками 2015 року. Проте, деякий прогрес все ж таки мав місце і ми від імені компаній-членів Асоціації щиро вдячні Уряду, Парламенту та Президенту за низку прогресивних кроків та компромісних рішень. Маємо надію, що 2016 рік стане більш результативним у плані видимих реформ, особливо за тими напрямками, де все ще відчувається напруга – боротьба з корупцією, перебудова судової системи, побудова якісної системи державного управління, що має суттєво зменшити бюрократію в Україні або зробити її більш ефективною та налаштованою на результат.»

індекс інвестиційної привабливості 2008-2015



ЩО ПОЗИТИВНОГО БУЛО ЗРОБЛЕНО:



Певний прогрес у **ДЕРЕГУЛЯЦІЇ**



НОВІ ОБЛИЧЧЯ на чолі деяких міністерств та відомств з прогресивними підходами в роботі



ПРИЙНЯТТЯ Закону про електронні державні закупівлі



ПРИЙНЯТТЯ Податкового кодексу, затвердження державного бюджету та часткове відображення пропозицій бізнесу у цих документах



ПРОГРЕС у гармонізації системи технічного регулювання з нормами ЄС



СКАСОВАНО необхідність отримання листів-підтверджень від Міністерства екології та природних ресурсів України про відсутність озоноруйнівних речовин у товарах



СКАСОВАНО корупційну складову і адміністративне навантаження на бізнес, що здійснювалось через монопольне становище ДП «Укррекорсурси»



СКАСОВАНО введений спочатку року додатковий імпортерний збір

ЩО ТРЕБА ЩЕ ЗРОБИТИ:



ПОБОРОТИ корупцію



РЕФОРМУВАТИ судову систему



НАЛАГОДИТИ ефективну систему контролю за безпекою та якістю продукції



ЗМЕНШИТИ неефективну бюрократію



ПОБУДУВАТИ ефективну систему державного управління, яка б відповідала потребам суспільства і вимогам часу, а також світовим стандартам країн-лідерів

ІНВЕСТИЦІЙНИЙ КЛІМАТ УКРАЇНИ: ГЛОБАЛЬНИЙ ОГЛЯД (21 січня 2016)

Під час заходу «Український бізнес клімат: глобальна перспектива» оговорені перспективи України в контексті глобальних економічних тенденцій і оголошені прогнози від членів Асоціації, а також від колег з Європейського банку реконструкції та розвитку (ЄБРР), Світового банку та Міжнародної фінансової корпорації України.

Чімяо Фан, керівник Світового банку в Україні: "Ми очікуємо зростання економіки України на 1%. Тим не менше, цифри не дуже стабільні. Загалом, вони не будуть значно зростати. Для видимого ефекту важливо продовжувати реформи для нарощування економіки. Крім того, Україна повинна почати шукати експортні ринки за межами ЄС, наприклад, взяти до уваги азійські країни".

Олена Волошина, керівник IFC в Україні: "Людям в Україні насправді не вистачає на даний момент хороших історій та позитивних новин! Я думаю, що в 2016 році реформи триватимуть, і ми всі очікуємо більш ефективних і швидких перетворень. А МФК допомагає просувати зміни у фінансовому секторі та готує до збільшення свого впливу".

Дмитро Гвіндадзе, Регіональний економіст (Східна Європа та Кавказ), ЄБРР: "Для нас склянка є наполовину повною, і ми продовжуємо інвестувати в Україну. Тим не менш, існують значні труднощі, що пов'язані з ситуацією з Росією, яка впливає на економіку країн СНД, особливо Білорусії і Молдавії - найближчих сусідів України. У таких умовах роль міжнародної фінансової допомоги залишається вирішальним чинником".

Кшиштоф Сідлецькі, Президент Асоціації, Регіональний менеджер з Astellas Pharma Europe BV: "Нехай ситуація, що скалася, стане свого роду поштовхом для України. Я сподіваюся, що це буде надихати нас на трансформацію напрямків бізнесу. Моя порада для лідерів країни та бізнесменів: не чекати, а діяти!"

Ансгар Борнеман, Керуючий директор Nestle Україна: "Ми бачимо, що, на жаль, споживачі наразі повинні платити більше коштів за менший обсяг товарів. Споживання значно знизилося, оскільки люди все частіше думають, як заощадити гроші. У зв'язку з цим, ми очікуємо подальшого уповільнення темпів розвитку економіки в першій половині цього року".

Парамджит Калон, Генеральний директор АрселорМіттал Кривий Ріг: "Будівельна діяльність значно скоротилася. На жаль, є брак інфраструктурних проєктів. І ситуація насправді є доволі напруженою. Інвестори подібні до голубів – вони часто приходять, один за одним. Все, що ми повинні зробити, аби залучити їх - забезпечити їх насінням: реформами і конкурентними умовами для ведення бізнесу".

Томаш Фіала, Генеральний директор Dragon Capital: "Глобально ВВП сповільнюється. Лише 2 транша з 4 з МВФ отримано, але не виконуються повному обсязі. Бюджет минулого року має дуже хороші показники. А цього року ми очікуємо, від уряду, щоб також запуснув консервативну бюджетну політику. Податкові зміни затверджені, і ми бачимо деякі позитивні результати у цьому напрямку".

Володимир Лавренчук, Головний виконавчий директор компанії Райффайзен Банк Аваль: "Нам пощастило, що в Україні є надійні інвестори. Я вважаю, що у фінансових питаннях все можливо. І немає ніяких загроз для радикальної девальвації. Однак, я волію бути реалістом – кращі часи ще не настали".

Тема 4. **ФОРМИ ІНВЕСТУВАННЯ**

Фінансові інвестиції: особливості та форми фінансових інвестицій.

Інвестиції у виробничі фонди (капіталовкладення): функції, форми, структура.

Іноземні інвестиції.

Інтелектуальні інвестиції: об'єкти, форми.

Інноваційна форма інвестицій: інновації; інноваційний процес, інноваційний цикл.

4.1. Фінансові інвестиції: особливості та форми фінансових інвестицій.

Особливості фінансових інвестицій

Фінансові інвестиції характеризуються певними особливостями, основними з яких є:

1) використання у двох напрямках: перший — отримання додаткового інвестиційного доходу у процесі користування вільними грошовими активами; другий — їх протиінфляційний захист;

2) надання суб'єкту підприємницької діяльності вибору широкого діапазону інструментів інвестування за шкалою «дохідність — ризик» та «дохідність — ліквідність»;

3) виходячи з багатогранної інфраструктури фінансового ринку, пильніший та змістовніший моніторинг у процесі фінансового інвестування.

Суб'єкт підприємницької діяльності може здійснювати фінансове інвестування у таких формах:

- 1) вкладення капіталу до статутних фондів спільних підприємств;
- 2) вкладення капіталу у прибуткові види грошових інструментів;
- 3) вкладення капіталу у прибуткові види фондових інструментів.

Особливості фондового ринку України

Український фондовий ринок включає два сегменти: біржовий та позабіржовий. **Біржовий фондовий ринок** — це ринок біржових фірм і банків, які за своїм характером є переважно брокерськими. На **позабіржовому фондовому ринку**, чи на ринку фінансових посередників, діють головним чином дилери.

До складу *учасників фондового ринку* входять безпосередні (біржі, фірми, банки, які є членами будь-якої фондової біржі, а також фінансові посередники та ін.) та опосередковані учасники (емітенти та інвестиційні інститути, що здійснюють торгові операції виключно через безпосередніх учасників).

Фондові біржі належать до акціонерних товариств закритого типу. Згідно із Законом України «Про цінні папери та фондову біржу» **фондова біржа** — це акціонерне товариство, що зосереджує попит і пропозицію на цінні папери, сприяє формуванню їх біржового курсу та здійснює свою діяльність згідно із законодавством України, статутом та правилами фондової біржі.

До основних функцій фондової біржі належать:

- 1) створення постійно діючого ринку для збільшення частки якісних цінних паперів;
- 2) визначення вартості цінних паперів;
- 3) розповсюдження інформації про цінні папери, їх ціни та умови обігу;
- 4) підтримка професіонального рівня учасників ринку цінних паперів і певний контроль за їх діяльністю;
- 5) відпрацювання правил ведення торгів на фондовій біржі.

Характеристика цінних паперів, що обертаються на фондовому ринку України

Забезпечення **обороту фінансових ресурсів на фондовому ринку** України здійснюється через цінні папери, які поділяються на:

1) *пайові* — емітент не несе зобов'язань повернути кошти, що інвестовані, але такі цінні папери свідчать про участь у статутному фонді, надають їх власникам право на отримання частки прибутку у вигляді дивідендів, участь в управлінні справами емітента та на отримання частки майна у разі ліквідації емітента. Класичним прикладом пайових цінних

паперів виступають акції;

2) *боргові* — емітент несе зобов'язання у певний термін повернути кошти, які були інвестовані, але такі цінні папери не надають права їх власникам на участь в управлінні справами емітента (приклад — облігації);

3) *похідні*, механізм обігу яких пов'язаний з пайовими, борговими цінними паперами, іншими фінансовими інструментами чи правами. До таких можна віднести ф'ючерси, опціони, варанти та приватизаційні цінні папери (приватизаційний майновий сертифікат, компенсаційний сертифікат).

4.2. Інвестиції у виробничі фонди (капіталовкладення): функції, форми, структура.

Інвестиціями у виробничі фонди (реальними інвестиціями) виступають вкладення капіталу у засоби виробництва, а також інвестиції, спрямовані на приріст матеріально-технічних запасів.

Згідно із Законом України «Про інвестиційну діяльність» інвестиції, спрямовані у відтворення основних фондів і на приріст матеріально-виробничих запасів, здійснюються у формі капіталовкладень. **Капіталовкладення** — це грошовий вираз сукупності витрат на створення нових, розширення, реконструкцію, технічне переоснащення діючих підприємств та оновлення основних фондів, впровадження нової техніки у виробничих галузях народного господарства, будівництво об'єктів усіх галузей соціальної сфери та виконання проектних і геолого-розвідувальних робіт. Таким чином, об'єктами капіталовкладень виступають виробничі основні фонди, оборотні фонди (матеріально-виробничі запаси), основні фонди невикористаного призначення, а також витрати на відтворення основних фондів.

Капіталовкладення виконують три основні функції:

- 1) забезпечують приріст нових основних фондів;
- 2) покривають витрати на основні фонди, що вибувають з експлуатації;
- 3) створюють необхідний запас для безперервності будівництва об'єктів на майбутній період.

За формами відтворення можна виокремити такі види капіталовкладень:

- нове будівництво — створення виробничих потужностей за новими проектами на нових площах. Сюди належить будівництво філій діючих цехів підприємств, окремих виробництв, які після завершення будівництва переводяться на окремий баланс;
- розширення виробництва. При цьому здійснюється будівництво нових підрозділів і розширення діючих виробничих підрозділів основного та допоміжного призначення;
- реконструкція виробництва — переобладнання діючих цехів виробництв, яке здійснюється за єдиним комплексним проектом підприємства в цілому;
- технічне переоснащення — комплекс заходів, спрямованих на підвищення техніко-економічного рівня виробництва окремих ділянок цехів, виробництв за допомогою механізації, автоматизації виробничого процесу, запровадження прогресивної технології та ноу-хау, заміни фізично зношеного та морально застарілого обладнання.

Структура відтворення капіталовкладень визначається на основі процентного співвідношення витрат, спрямованих на нове будівництво, розширення, ремонт і технічне переоснащення. *За складом витрат* капіталовкладення поділяються на ті, що спрямовані на:

- 1) будівельно-монтажні роботи;
- 2) обладнання, інструмент, інвентар, які належать до основних фондів;
- 3) проектно-пошукові та інші види робіт.

Зазначені види витрат складають технологічну структуру капіталовкладень.

4.3. Іноземні інвестиції

Інвестування може проводитися іноземними інвесторами у вигляді: іноземної валюти; будь-якого рухомого чи нерухомого майна; акцій, облігацій та інших цінних паперів, а також векселів та інших грошових вимог; будь-яких прав інтелектуальної власності, що мають вартість (включаючи авторські права, винаходи, торгові знаки, найменування та ін.); прав на

господарську діяльність (таких, як розвідування, розробка, добування, експлуатація природних ресурсів, отриманих за законом чи угодою); платних послуг; в іншому вигляді, що не суперечить чинному законодавству України.

Іноземні інвестори мають право здійснювати інвестиції у таких формах:

- 1) пайова участь іноземних інвесторів у підприємствах України;
- 2) створення підприємств, які повністю належать іноземним інвесторам;
- 3) придбання діючих підприємств;
- 4) придбання рухомого і нерухомого майна (земельні ділянки, будинки, обладнання, транспорт та ін.).

Довідка:

Обсяг залучених з початку 2015 року прямих іноземних інвестицій (акціонерного капіталу) в економіку України на 1 липня 2015 р. становив 42851,3 млн. дол. США (без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції) та в розрахунку на одну особу населення – 1000,5 дол.

У січні-червні 2015 р. в економіку України іноземними інвесторами вкладено 1042,4 млн. дол. та вилучено 351,3 млн. дол. прямих інвестицій (акціонерного капіталу). Зменшення вартості акціонерного капіталу за рахунок переоцінки, утрат та перекласифікації становило 3604,0 млн. дол., у тому числі за рахунок курсової різниці – 3539,3 млн. дол.

У 2015 році інвестиції надходили зі 133 країн світу. Із країн ЄС із початку року внесено 33154,9 млн. дол. інвестицій (77,4% загального обсягу акціонерного капіталу), з інших країн світу – 9696,4 млн. дол. (22,6%).

Прямі іноземні інвестиції в економіку України (млн. дол. США)

	Усього	у тому числі з	
		країн ЄС	інших країн світу
Прямі інвестиції нерезидентів в Україні (акціонерний капітал та боргові інструменти) на 1 січня 2015 р.	54070,7	42789,5	11281,2
Акціонерний капітал нерезидентів на 1 січня 2015 р.	45764,2	35603,9	10160,3
Надійшло акціонерного капіталу нерезидентів	1042,4	419,8	622,6
Вибуло акціонерного капіталу нерезидентів	-351,3	-222,2	-129,1
Інші зміни вартості акціонерного капіталу нерезидентів (зміна вартості, утрати, перекласифікація інвестицій тощо)	-3604,0	-2646,6	-957,4
з них курсова різниця	-3539,3	-2773,0	-766,3
Акціонерний капітал нерезидентів на 1 липня 2015 р.	42851,3	33154,9	9696,4
Боргові інструменти (заборгованість за кредитами та позиками, зобов'язання за торговими кредитами та інші зобов'язання перед прямими інвесторами)			
на 1 січня 2015 р.	8306,5	7185,6	1120,9
на 1 липня 2015 р.	8850,4	7609,1	1241,3
Прямі інвестиції нерезидентів в Україні (акціонерний капітал та боргові інструменти) на 1 липня 2015 р.	51701,7	40764,0	10937,7

До десятки основних країн-інвесторів, на які припадає більше 83% загального обсягу

прямих інвестицій, входять: Кіпр – 12274,1 млн. дол., Німеччина – 5489,0 млн. дол., Нідерланди – 5108,0 млн. дол., Російська Федерація – 2685,6 млн. дол., Австрія – 2354,3 млн. дол., Велика Британія – 1953,9 млн. дол., Британські Віргінські Острови – 1872,6 млн. дол., Франція – 1539,2 млн. дол., Швейцарія – 1371,2 млн. дол. та Італія – 966,6 млн. дол.

При цьому, обсяг прямих інвестицій (акціонерного капіталу) з України в економіку країн світу на 1 липня 2015 р. становив 6254,4 млн. дол., у т.ч. у країни ЄС – 6015,4 млн. дол. (96,2% загального обсягу), в інші країни світу – 239,0 млн. дол. (3,8%).

Прямі інвестиції з України здійснювались до 46 країн світу, переважна частка яких була спрямована до Кіпру (93,0%).

Вимоги українських прямих інвесторів за борговими інструментами до підприємств прямого інвестування за кордоном на 1 липня 2015 р. становили 218,0 млн.дол.

Загальний обсяг прямих інвестицій (акціонерного капіталу та боргових інструментів) в економіку країн світу становив 6472,4 млн.дол. США.

Прямі інвестиції з України в економіку країн світу (млн. дол. США)

	Усього	у тому числі в	
		країни ЄС	інші країни
Прямі інвестиції резидентів в економіці країн світу (акціонерний капітал та боргові інструменти) на 1 січня 2015 р.	6562,7	6239,7	323,0
Акціонерний капітал резидентів в економіці країн світу на 1 01 2015 р.	6350,7	6033,3	317,4
Надійшло акціонерного капіталу резидентів	26,4	0,0	26,4
Вибуло акціонерного капіталу резидентів	-81,4	-1,9	-79,5
Інші зміни вартості акціонерного капіталу резидентів (зміна вартості, утрати, перекласифікація інвестицій тощо)	-41,3	-16,0	-25,3
з них курсова різниця	-40,9	-16,0	-24,9
Акціонерний капітал резидентів в економіці країн світу на 1 липня 2015 р.	6254,4	6015,4	239,0
Боргові інструменти (вимоги за кредитами та позиками, торговими кредитами та інші вимоги до підприємств прямого інвестування)			
на 1 січня 2015 р.	212,0	206,4	5,6
на 1 липня 2015 р.	218,0	207,5	10,5
Прямі інвестиції резидентів в економіці країн світу (акціонерний капітал та боргові інструменти) на 1 липня 2015 р.	6472,4	6222,9	249,5

4.4. Інтелектуальні інвестиції: об'єкти, форми.

Однією зі складових інвестиційного ринку є ринок інтелектуальних товарів і послуг. Об'єктом цього ринку виступає особливий товар — інтелектуальна власність індивідуума чи колективу. Звідси — дві форми інтелектуальної власності: індивідуальна і колективна. Крім того, інтелектуальна власність може бути розподілена на кілька **видів**:

- 1) *виключна* власність — запатентована чи захищена авторським правом;
- 2) *інформаційна* власність — у вигляді надбаних знань, ідей, досвіду, навичок, кваліфікації. Вона не має правового захисту та реалізується у вигляді інформаційних послуг

на контрактній основі через вивчення, освіту чи публікацію;

3) *ліцензійна* власність — у вигляді придбаних інвестором прав власності чи користування, які фіксуються ліцензіями.

Об'єкти інтелектуальних інвестицій класифікуються за видами інтелектуальної власності. В першу чергу це винахід, корисна модель, промисловий зразок, знак для товарів та послуг.

Винахід (корисна модель) — це результат творчої діяльності людини в будь-якій галузі технології. Право власності на винахід засвідчується патентом терміном дії 20 років, корисна модель патентується на 5 років з можливим подовженням терміну ще на 3 роки.

Промисловий зразок — це результат творчої діяльності людини у сфері художнього конструювання. Таким результатом може бути форма, малюнок, ін. Патенти на промислові зразки видають терміном на 10 років з можливим подовженням терміну ще до 5 років.

Знак для товарів і послуг — це позначення, за яким товари та послуги одних виробників відрізняються від товарів та послуг інших. Право власності на знаки засвідчується свідоцтвом на термін 10 років з можливим наступним періодичним подовженням щоразу на 10 років.

В Україні об'єкти інтелектуальної власності реєструються у Державному комітеті України з питань інтелектуальної власності (Держпатент України).

Об'єктами інтелектуальної власності можуть бути також *наукові теорії, математичні методи, плани, правила, програми для обчислювальної техніки, художні твори* тощо.

Залежно від виду інтелектуальна власність по-різному реалізується на ринку інтелектуальних товарів і послуг. У більшості випадків інтелектуальні товари та послуги стають об'єктом інвестицій, однак вони можуть бути реалізовані й на споживчому ринку. Інвестор придбаває інтелектуальні товари та послуги для використання в інвестиційній (підприємницькій) діяльності з метою подальшого отримання доходу. Тому вкладення в інтелектуальну власність можуть носити назви інтелектуальних інвестицій.

Інтелектуальні інвестиції здійснюються у вигляді:

1) *придбання виключних прав користування* — купівля патентів, ліцензій на винахід, промислові зразки, товарні знаки;

2) *придбання інформаційних послуг* через наймання різного роду спеціалістів — вчених і практиків за контрактом чи у вигляді разового придбання інформаційних послуг (консультування, експертиза, рекомендації та ін.);

3) *придбання науково-технічної продукції*, тобто інтелектуальних товарів у матеріальній формі (проектно-кошторисної документації, програм, методик, ноу-хау);

4) *вкладень у людський капітал*, тобто витрат на освіту, підготовку та перепідготовку кадрів, навчання тощо.

Посередницькі функції на ринку інтелектуальних товарів і послуг здійснюють науково-консультаційні центри, що розпоряджаються банками даних про найновіші винаходи, промислові зразки, науково-технічні розробки, які захищені патентами та ліцензіями, інші інтелектуальні товари і послуги. Такі фірми мають також банки даних про дипломованих спеціалістів, які можуть залучатися до здійснення того чи іншого інвестиційного проекту на контрактній основі.

Більшість країн з ринковою економікою мають у своєму розпорядженні в інтелектуальній сфері цілий ряд установ, які функціонують за рахунок субсидій з боку фірм та окремих приватних осіб. Такі недержавні фонди, асоціації, центри, університети та коледжі називають неприбутковими закладами, а фірми та приватних осіб, які виступають у ролі інвесторів, — донорами. Подібний альтернативний бюджетному та підприємницькому сектор економіки, через який здійснюються інтелектуальні інвестиції, як правило, має благодійні цілі. Результатом діяльності таких закладів в інтелектуальній сфері є покращення життєвого рівня окремих верств населення, а отже, виграш суспільства в цілому.

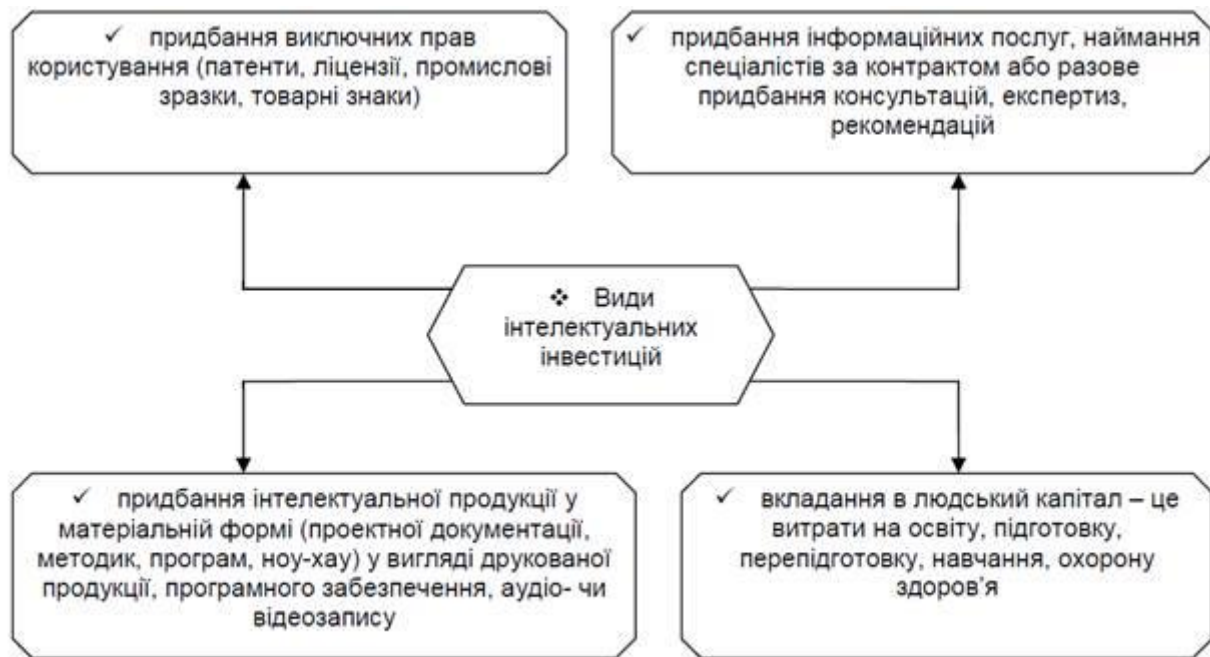


Рис. 7.3. Види інтелектуальних інвестицій

4.5. Інноваційна форма інвестицій

Інноваційна діяльність виступає однією з форм інвестування, яке у даному разі здійснюється з метою впровадження досягнень науки і техніки у виробництво та соціальну сферу.

Інноваційна діяльність включає:

- 1) випуск та розподіл принципово нових видів техніки і технологій;
- 2) прогресивні міжгалузеві структурні зрушення;
- 3) реалізацію довгострокових науково-технічних програм з тривалими термінами окупності витрат;
- 4) фінансування фундаментальних досліджень з метою здійснення якісних змін у системі продуктивних сил країни;
- 5) розробка та впровадження нових ресурсозберігаючих технологій, які спрямовані на покращення економічного та екологічного стану.

Під **інноваціями** розуміють вкладення інвестиційного капіталу у нововведення, які призводять до кількісних та якісних покращень підприємницької (виробничої) діяльності.

Підготовка, обґрунтування, освоєння та контроль за впровадженням інвестицій у нововведення і є **інноваційний процес**. Головними особливостями його є циклічність, поетапна реалізація нововведень та виключно високий ступінь ризику, пов'язаний з низькою вірогідністю успішного втілення нової ідеї у новому виді продукції (ця вірогідність становить, як правило, близько 9—10 %).

Інноваційний цикл охоплює весь комплекс відносин виробництва та споживання і являє собою період від народження ідеї до її комерційної реалізації. Він включає такі основні етапи:

- дослідження;
- розробку;
- підготовку до виробництва;
- виробництво;
- реалізацію.

Роль держави у сфері підтримки інновацій, як правило, зводиться до виконання таких функцій:

- 1) сприяння розвитку науки та її практичного застосування;
- 2) підготовка наукових та інженерних кадрів;
- 3) здійснення різного роду програм, спрямованих на підвищення активності інноваційного бізнесу, в межах єдиної державної програми;
- 4) державні замовлення — головним чином у формі контрактів на проведення науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт (НДДКР), які забезпечують початковий попит;
- 5) стимулювання зростання ефективності та необхідності прийняття інноваційних рішень окремими фірмами з боку державних фінансових установ та інших органів виконавчої влади;
- 6) посередництво у справі ефективної взаємодії академічної та прикладної науки, а також стимулювання кооперації промислових корпорацій та університетів у сфері НДДКР.

Чистий прибуток (збиток) великих та середніх підприємств за видами економічної діяльності за січень-червень 2015 року, млн.грн.

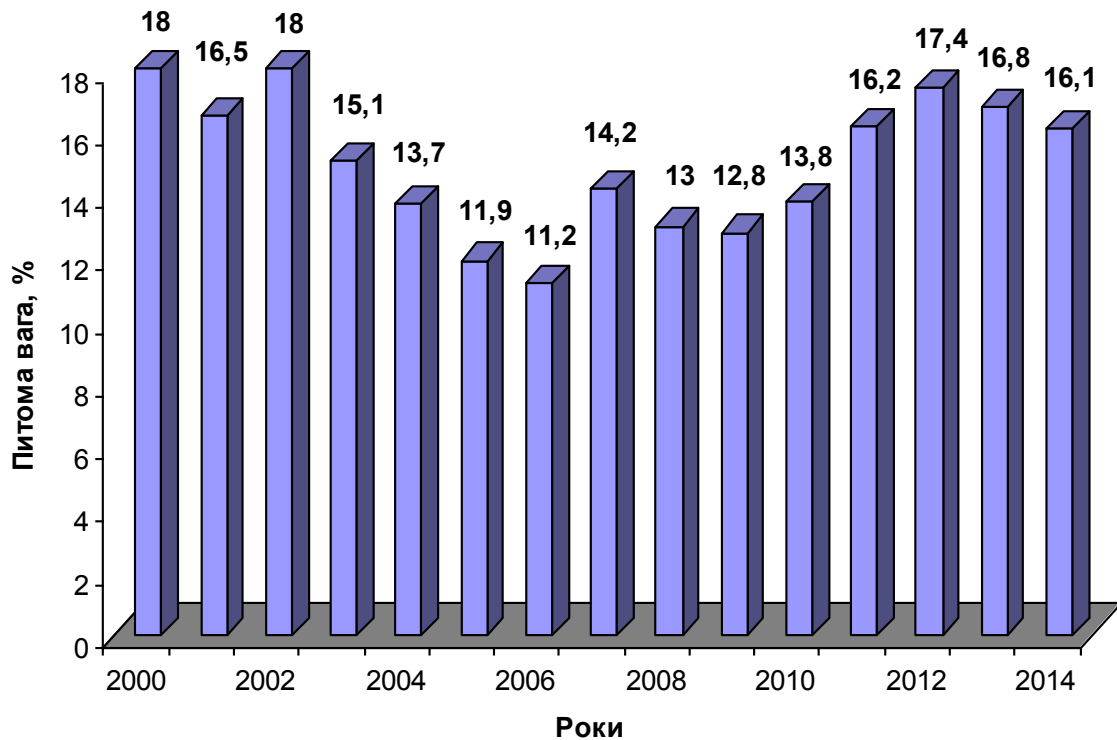
	Чистий прибуток(збиток)	Підприємства, які одержали прибуток		Підприємства, які одержали збиток	
		у % до загальної кількості підприємств	фінансовий результат	у % до загальної кількості підприємств	фінансовий результат
Усього	-195456,2	57,3	112454,9	42,7	307911,1
сільське, лісове та рибне господарство	-608,4	92,7	507,8	7,3	1116,2
промисловість	-84684,7	57,0	55967,8	43,0	140652,5
будівництво	-5254,5	50,9	1418,1	49,1	6672,6
оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів	-42389,0	61,7	23663,5	38,3	66052,5
транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність	-1258,7	51,2	13908,2	48,8	15166,9
тимчасове розміщування й організація харчування	-2814,7	47,4	208,1	52,6	3022,8
інформація та телекомунікації	-7768,0	51,5	4184,7	48,5	11952,7
фінансова та страхова діяльність	-5322,6	70,5	7135,5	29,5	12458,1
операції з нерухомим майном	-32384,7	42,9	983,2	57,1	33367,9
професійна, наукова та технічна діяльність	-8898,2	57,2	3270,3	42,8	12168,5
діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування	-1443,4	55,1	937,1	44,9	2380,5
освіта	91,0	74,1	97,1	25,9	6,1
охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	-608,3	54,8	149,3	45,2	757,6
мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	-2091,4	26,1	14,6	73,9	2106,0

**Чистий прибуток (збиток) підприємств
за видами економічної діяльності у 2013 році, млн. грн.**

	Чистий прибуток(збиток)	Підприємства, які одержали прибуток		Підприємства, які одержали збиток	
		у % до загальної кількості підприємств	фінансовий результат	у % до загальної кількості підприємств	фінансовий результат
Усього	-22839,7	65,0	179259,6	35,0	202099,3
сільське, лісове та рибне господарство	14984,5	79,8	26356,3	20,2	11371,8
промисловість	-4181,1	62,3	64470,8	37,7	68651,9
будівництво	-5893,2	61,4	5317,1	38,6	11210,3
оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів	-13248,5	65,9	29721,2	34,1	42969,7
транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність	-1423,4	62,1	7406,8	37,9	8830,2
тимчасове розміщування й організація харчування	-1416,7	58,4	647,8	41,6	2064,5
інформація та телекомунікації	4881,5	62,1	9710,8	37,9	4829,3
фінансова та страхова діяльність	5157,1	58,5	13081,0	41,5	7923,9
операції з нерухомим майном	-10192,2	56,8	6253,3	43,2	16445,5
професійна, наукова та технічна діяльність	-8390,3	62,4	12783,0	37,6	21173,3
діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування	-1555,2	63,2	2308,1	36,8	3863,3
освіта	119,0	68,8	188,4	31,2	69,4
охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	-149,7	63,2	420,5	36,8	570,2
мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	-1495,2	56,3	505,1	43,7	2000,3
надання інших видів послуг	-36,3	66,9	89,4	33,1	125,7

Питома вага підприємств, що займалися інноваціями, %

Дослідження і розробки; придбання зовнішніх знань; підготовка виробництва для впровадження інновацій; придбання машин обладнання та програмного забезпечення



Впровадження інновацій на промислових підприємствах в 2000-2014 рр.

	Питома вага підприємств, що впроваджували інновації. %	Впроваджено нових технологічних процесів, процесів	у т.ч. маловідходні, ресурсозберігаючі	Впроваджено виробництво інноваційних видів продукції*, найменувань	з них нові види техніки	Питома вага реалізованої інноваційної продукції в обсязі промислової, %
2000	14,8	1403	430	15323	631	9,4
2001	14,3	1421	469	19484	610	6,8
2002	14,6	1142	430	22847	520	7,0
2003	11,5	1482	606	7416	710	5,6
2004	10,0	1727	645	3978	769	5,8
2005	8,2	1808	690	3152	657	6,5
2006	10,0	1145	424	2408	786	6,7
2007	11,5	1419	634	2526	881	6,7
2008	10,8	1647	680	2446	758	5,9
2009	10,7	1893	753	2685	641	4,8
2010	11,5	2043	479	2408	663	3,8
2011	12,8	2510	517	3238	897	3,8
2012	13,6	2188	554	3403	942	3,3
2013	13,6	1576	502	3138	809	3,3
2014**	12,1	1743	447	3661	1314	2,5

Тема 5. СУБ'ЄКТИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Держава як суб'єкт інвестування: методи державного стимулювання інвестиційної діяльності.

Індивідуальні та інституційні інвестори.

Функціональні учасники інвестиційного процесу: фірма-девелопер, фірма-ріелтер, інжиніринго-консалтингова фірма, будівельна фірма, аудиторські фірми.

Держава як суб'єкт інвестування

Держава виступає суб'єктом інвестиційної діяльності через свої інститути, господарські товариства (компанії) та корпорації, фінансово-кредитні установи, інших функціональних учасників. Держава бере участь в інвестиційному процесі як безпосередньо через державний сектор економіки, так і опосередковано, через свої інституції, органи виконавчої влади та місцевого самоврядування, Національний банк, Фонд держмайна, Державний антимонопольний комітет. В цілому державне інвестування охоплює ті галузі і виробництва, продукція яких має загальнонаціональний характер та які найближчим часом не підлягають приватизації: оборонна галузь, окремі об'єкти загальнодержавної інфраструктури (магістралі, термінали тощо).

У перехідний період функції інвестора в соціальній сфері також повинні залишатися за державою. Деякі виробництва сільського господарства (особливо збиткові) теж повинні інвестуватися з держбюджету. Цей антиринковий захід може бути скасований лише з розвитком приватизації у сільському господарстві і насиченням ринку його продукцією.

Загальні аспекти щодо державного регулювання інвестиційної діяльності в Україні викладено в Законі України «Про інвестиційну діяльність» (1991 р.). У статті 11 цього Закону зазначається, що державне регулювання інвестиційної діяльності здійснюється з метою реалізації економічної, науково-технічної та соціальної політики. Згідно зі статтею 12 цього Закону:

- 1) державне регулювання інвестиційної діяльності включає управління державними інвестиціями, а також регулювання умов інвестиційної діяльності і контроль за її здійсненням усіма інвесторами та учасниками інвестиційної діяльності;
- 2) регулювання умов інвестиційної діяльності здійснюється шляхом:
 - застосування системи податків з диференціацією суб'єктів та об'єктів оподаткування, податкових ставок і пільг;
 - проведення кредитної та амортизаційної політики, в тому числі завдяки прискоренню амортизації основних фондів;
 - надання фінансової допомоги у вигляді дотацій, субсидій, субвенцій;
 - впровадження державних норм і стандартів;
 - вжиття антимонопольних заходів;
 - роздержавлення та приватизації власності;
 - проведення політики ціноутворення;
 - інших заходів.

Для порівняння: відповідно до світового досвіду існують такі методи державного стимулювання інвестиційної діяльності (табл. 1.1):

Часто перелічені вище форми впливу держави на інвестиційну діяльність класифікують як прямі і непрямі. Тип ринкової системи визначає співвідношення між ними. Світова практика формування ринкових засад доводить, що безпосередня участь держави в інвестиційному процесі є об'єктивно зумовленою необхідністю. При цьому слід зауважити, що державні інвестиції за умов ринку не є відокремленим джерелом фінансування. На зміну прямим дотаціям і субсидіям з боку держави, які довели свою неефективність, повинні прийти нові методи державної інвестиційної політики.

Головним критерієм державних вкладень в економіку мають стати їх пріоритетність,

ефективність та швидка окупність.

В Україні сьогодні повністю відсутня чітка організаційна система руху та контролю за використанням централізованих державних інвестиційних коштів. Механізм розподілу коштів у позабюджетних і галузевих державних фондах (Фонд розвитку промисловості, Державний інноваційний фонд та ін.) залишається непрозорим, організаційно складним, не забезпечує відбору найефективніших проектів і не має елементів чіткої економічної відповідальності за прийняті рішення.

Таблиця 1.1

МЕТОДИ ДЕРЖАВНОГО СТИМУЛЮВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Форми	Інструменти
Податкове стимулювання	Зниження ставки податку Інвестиційна податкова знижка Відміна податків на реінвестування Податкові угоди з іншими країнами Податкові кредити
Фінансове стимулювання	Прискорена амортизація Пільгові кредити Інвестиційні гарантії Безвідсоткові кредити
Інфраструктурне забезпечення	Надання земельних ділянок у безоплатне користування або за пільговими цінами Надання необхідних приміщень у безоплатне користування або за пільговими цінами
Стимулювання конкретних інвестиційних проектів	Цільове фінансування ресурсо- і природозберігаючого обладнання Цільове фінансування проектів, зорієнтованих на підвищення кваліфікації, перепідготовку кадрів, поліпшення умов праці Сприяння у проведенні техніко-економічного обґрунтування проектів

Очевидно, що постала необхідність створення принципово нових організаційних структур для успішного функціонування економічного механізму державної інвестиційної політики.

Проте лише інституційного забезпечення недостатньо для ефективної реалізації державних інвестицій. Викликає занепокоєння недосконалість визначення державних пріоритетів інвестування, серед яких продовжують залишатися збитковими, низькорентабельними сфери, які насамперед потребують якісних змін у принципах господарювання. Держава повинна сконцентрувати обмежені фінансові ресурси в галузях, що виробляють кінцеву продукцію, мають значний експортний потенціал, забезпечують швидкий обіг капіталу та стабільні бюджетні надходження.

Актуальним для України залишається питання щодо встановлення прав та обов'язків держави як суб'єкта інвестиційної діяльності. Протягом останніх 4—5 років в Україні створені необхідні макроекономічні умови для формування сприятливого інвестиційного середовища, закладені основи інвестиційної інфраструктури, розроблена певна правова база. Однак слід відзначити, що накопичений в ці роки інвестиційний потенціал був використаний не повною мірою.

Індивідуальні та інституційні інвестори

Згідно із законодавством України **індивідуальними суб'єктами інвестиційного ринку** можуть бути фізичні особи — як резиденти, так і нерезиденти (тобто ті, які проживають за межами України).

Серед **інституційних інвесторів** виокремлюють такі три групи:

- Інституційні інвестори, які здійснюють переважно прямі, точніше, спрямовані

інвестиції в обмежене коло підприємств — холдинги, фінансові групи та фінансові компанії.

Холдингова компанія являє собою головну компанію будь-якої фінансової імперії, монополії, яка володіє контрольним пакетом акцій дочірніх підприємств і спеціалізується на управлінні тією імперією, яку утворюють ці підприємства разом зі своїми дочірніми фірмами. Природно, що холдинг здійснює інвестування з метою зміцнити у довгостроковій перспективі становище своєї фінансової імперії, монополії, можливо, відмовившись при цьому навіть від значних прибутків.

Фінансова група — це об'єднання підприємств, пов'язаних в єдине ціле системою взаємної участі. На відміну від холдингу, фінансова група не має головної фірми, яка спеціалізується на управлінні.

Фінансова компанія — це корпорація, що фінансує обране за певним критерієм, визначене, але досить вузьке коло інших корпорацій і не здійснює диверсифікацію вкладень, яка властива інвестиційній компанії та іншим подібним структурам. Як правило, фінансова компанія (на відміну від холдингової) не володіє контрольними пакетами акцій корпорацій, що нею фінансуються.

Інституційні інвестори першої групи при інвестуванні дуже рідко використовують фондову біржу, «вуличний» (позабіржовий) ринок та інших фінансових посередників.

- Інституційні інвестори, які здійснюють повсюдні інвестиції, не дотримуючись якогось певного, задалегідь обраного набору об'єктів інвестування. Водночас їх портфель інвестицій широкий і відносно стабільний. У цю групу входять інвестиційні компанії, страхові та пенсійні фонди тощо. Свій капітал вони формують за рахунок внесків остаточних інвесторів (насамперед, дрібних (приватних осіб) і середніх), вкладаючи його у різноманітні цінні папери, щоб забезпечити певний рівень доходу на капітал.

У широкому розумінні всі інституційні інвестори другої групи можна назвати інвестиційними компаніями. Проте у вузькому розумінні *інвестиційна компанія* — це компанія, що формує свій капітал за рахунок внесків дрібних інвесторів на загальних підставах і не займається страховою чи будь-якою іншою діяльністю. Вкладення у цінні папери для неї — єдиний вид діяльності.

Інвестиційні компанії можна класифікувати за такими ознаками:

- 1) юридичною формою — традиційно під інвестиційною компанією розуміють інвестиційне акціонерне товариство (формує свій капітал шляхом випуску та продажу акцій); інвестиційна ж фірма, яка управляє капіталом вкладників за їх довіреністю, називається трастом;

- 2) спеціалізацією вкладень. Інвестиційна компанія може вкладати капітал у різні види цінних паперів (універсальна інвестиційна компанія) чи надавати перевагу вкладенням їх в окремий вид таких паперів. Спеціалізація інвестиційної компанії залежить від мети її акціонерів;

- 3) ступенем свободи менеджерів у прийнятті рішень. З цих позицій розрізняють інвестиційну компанію, в якій менеджери мають широку свободу дій стосовно інвестицій, і таку, де менеджери мають обмежену свободу дій стосовно інвестицій.

Якщо інвестиційна компанія має лише один портфель інвестицій, то вона являє собою *інвестиційний фонд*, який може бути двох типів — відкритий і закритий.

Відкритий інвестиційний фонд постійно випускає та продає нові акції, скуповуючи при цьому власні акції у всіх бажаючих продати їх за ринковою ціною. Згідно з умовами організації такого фонду всі інвестори можуть продавати його акції тільки самому фонду. Ринкова вартість акцій відкритого фонду приблизно дорівнює ринковій вартості частини його активів, що припадають на одну акцію.

Закритий інвестиційний фонд не вимагає продажу своїх акцій винятково самому собі. Нові акції випускаються ним відносно рідко, а курс акцій під впливом попиту та пропозиції на фондових ринках може коливатися від вартості активів фонду, що припадають на одну акцію.

- Інституційні інвестори, які здійснюють повсюдні інвестиції, але не мають

стабільного портфеля цінних паперів, називаються **інвестиційними дилерами**. Ці інституції прагнуть отримати прибуток шляхом спекулятивної гри на біржі. До них належать *торгові компанії, інвестиційні банки, фондові домів, інвестиційні пули* і т. д. За своїми функціями вони значно ближчі до посередників на ринку цінних паперів, ніж до інституцій ринку інвестицій.

Функціональні учасники інвестиційного процесу

Розвиток можливих організаційних форм взаємодії партнерів по інвестиційному процесу сприяє залученню до спільної інвестиційної діяльності різних фірм, функціями яких є надання спеціальних послуг та виконання різного роду робіт. З окремими з таких фірм інвестор може укласти угоди консорціуму, залучати їх як акціонерів у підприємстві, що створюється.

Функціональними учасниками інвестиційного процесу можуть виступати:

Фірма-девелопер — юридична особа, яка бере на себе функції з повної реалізації капіталу, що інвестується. Така фірма зазвичай самостійно здійснює пошук найвигіднішого місця вкладення коштів інвестора, розробку проекту, його фінансування, реалізацію та введення в експлуатацію. Як правило, за свої послуги девелопер отримує від 5 до 10 % загальної суми інвестицій. В угоді з девелопером передбачаються умови, згідно з якими інвестор може відмовитися від проекту, а фірма-девелопер стає його власником та відшкодовує інвестору збитки і втрачені прибутки.

Окрім функції з реалізації проекту в цілому чи його окремого етапу може брати на себе прожект-менеджер (керівник проекту). У ряді випадків для інвестора економічно та доцільно відмовитися від будівельно-монтажних робіт та придбати готові будівлі, споруди чи незавершений об'єкт. Ці послуги для інвестора виконує фірма-ріелтер.

Фірма-ріелтер — це фірма-посередник з торгівлі нерухомістю. Ріелтери працюють за угодами з продавцями нерухомості. Звичайно плата за послуги фірми коливається від 3 до 10 % суми угоди залежно від складності об'єкта та кон'юнктури ринку нерухомості. Законодавством багатьох країн не передбачається обмеження розміру комісійних, тому максимальний процент у ряді випадків може бути значно вищим. Як правило, у договорах з власниками нерухомості передбачаються строки реалізації об'єкта. Ріелтери намагаються укласти з клієнтами ексклюзивні угоди на продаж нерухомості, оскільки у протилежному разі вся їх робота на ринку нерухомості може бути виконана даремно, а комісійні отримає конкуруюча фірма. Для посиленої роботи на ринку інвестиційних товарів ріелтеру необхідно мати якомога ширше коло стабільних клієнтів (продавців і покупців). За успішну операцію ріелтер отримує комісійні від тих та інших.

В Україні створено Асоціацію ріелтерів, функції якої поки що зводяться до методичної організації сертифікаційних курсів для своїх членів. У майбутньому розвиток цього важливого елемента інфраструктури ринку інвестиційних товарів потребує створення комп'ютеризованої інформаційної мережі, участі ріелтерів у процесі приватизації, реалізації не тільки житла, але й промислових, культурно-громадських і комунальних об'єктів.

Широкий спектр послуг інвестору надають інжиніринго-консалтингові фірми.

Інжиніринго-консалтингова фірма — це фірма, яка займається розробкою на договірних засадах різного роду документації — інформаційної, науково-технічної, проектно-кошторисної та іншої. Такі фірми накопичують банки даних про умови розміщення тих чи інших об'єктів, галузеві, територіальні і міжрегіональні рівні конкуренції, нормативи, технічні умови виробництва будівельно-монтажних робіт, про регіональні рівні цін на інвестиційні товари. Згодом вони публікують цю інформацію у спеціалізованих періодичних довідниках. Такі фірми залежно від своєї спеціалізації можуть мати у своєму розпорядженні широкий портфель типових проектів, які відповідають рівням світових стандартів.

Інжинірингова фірма за замовленням окремого інвестора виконує техніко-економічне обґрунтування проекту, розробляє бізнес-план, може здійснювати моніторинг проекту,

авторський і технічний нагляд при його виконанні, організувати та проводити тендерні торги.

Виробництво будівельно-монтажних робіт ведуть широкоспеціалізовані будівельні фірми.

Будівельна фірма виконує весь комплекс робіт за інвестиційним проектом (проектно-дослідницькі, будівельні, монтажні, пуско-налагоджувальні) та здає інвестору готовий об'єкт «під ключ». На ринку пропонують свої послуги також порівняно невеликі фірми, які спеціалізуються на окремих видах ремонтно-будівельних та монтажних робіт.

Перш ніж вести переговори щодо укладання договірних відносин з будь-яким учасником інвестиційного проекту, інвестор зобов'язаний скористатися послугами аудиторської фірми. *Аудиторські фірми* виконують в інвестиційному процесі функції перевірки фінансово-господарської діяльності як самого інвестора, так і інших його партнерів. Аудитори дають оцінку активів і пасивів балансів фірми, розраховують показники ліквідності балансу, здійснюють оцінку інвестиційних якостей цінних паперів, оцінку капіталу самого інвестора та його акціонерів.

Аудитори мають ліцензії на право здійснення перевірок фінансово-господарської діяльності (аудита) та займаються виключно аудиторським обслуговуванням на території тієї держави, яка сертифікувала дану юридичну або фізичну особу. В Україні створено Асоціацію аудиторів, діяльність якої, як і функціонування самих аудиторів, регулюється Законом України «Про аудиторську діяльність». Однак аудиторських фірм та аудиторів сертифіковано ще недостатньо.

Тема 6. НАПРЯМИ ТА ОБ'ЄКТИ ІНВЕСТУВАННЯ

Мотивація інвестиційної діяльності.

Поняття інвестиційного проекту: класифікація.

Життєвий цикл проекту.

Показники оцінки інвестиційного проекту.

Типи проектного фінансування.

Теорія інвестиційного портфеля.

Мотивація інвестиційної діяльності

Результатом будь-якої інвестиційної діяльності є отримання прибутку чи досягнення соціального ефекту. Інакше кажучи, всі учасники інвестиційного процесу повинні бути зацікавлені в його організації та ефективному завершенні. Саме таким чином реалізуються індивідуальні інтереси учасників інвестиційної діяльності:

- інвестори у даному разі отримують повернення вкладених капіталів і передбачені дивіденди;
- замовники отримують реалізований інвестиційний проект та доходи від його використання;
- керівник проекту та його команда отримують плату за контрактом, додаткову винагороду за результатами роботи та формування прибутку, а також підвищення професіонального рейтингу;
- органи влади отримують податки з усіх учасників, а також задоволення громадських, соціальних та екологічних потреб і вимог у довірених їм сфері;
- споживачі отримують необхідні їм товари, продукти, послуги, плата за які відшкодовує витрати на здійснення інвестиційної діяльності та формує прибуток, який отримують активні учасники;
- інші зацікавлені сторони отримують задоволення своїх інтересів.

Для досягнення найбільшого ефекту від здійснення інвестиційної діяльності необхідно зважити на такі внутрішні та зовнішні фактори, які притаманні нашій економіці:

- 1) нестабільність;
- 2) дефіцит та обмеженість коштів і ресурсів;
- 3) інфляція та зростання вартості;
- 4) поява та посилення конкуренції;
- 5) соціальні проблеми та вимоги;
- 6) екологічні зміни та вимоги;
- 7) проблеми споживчого ринку;
- 8) зростаючі вимоги до якості робіт.

Якщо ж ці зміни не аналізуються та не враховуються при управлінні інвестиційною діяльністю, це може призвести до негативних результатів, а саме:

- зниження доходів і прибутків учасників;
- перевищення встановлених за контрактом вартостей, тривалості та строків завершення інвестиційного проекту;
- підвищення встановлених лімітів на спожиті трудові та матеріально-технічні ресурси;
- збільшення штрафів за порушення зобов'язань;
- запізнення з введенням нових технологій, відставання з впровадженням і практичним використанням результатів наукових досягнень і дослідно-конструкторських розробок;
- відставання появи нової продукції на споживчому ринку;
- непродуманість прийнятих рішень;
- низька ефективність інвестицій та великі строки окупності проектів.

Поняття про інвестиційний проект

У Методичних рекомендаціях з оцінки інвестиційних проектів та їх відбору для фінансування наводяться такі тлумачення інвестиційного проекту: «справа», «діяльність», «захід, що передбачає здійснення комплексу будь-яких дій, які забезпечують досягнення певних завдань». Ближче до цього поняття за змістом терміни «господарський захід», «комплекс робіт», «проект як система організаційно-правових і розрахунково-фінансових документів, які необхідні для здійснення будь-яких дій чи які описують дії».

На основі аналізу наведених визначень та ознак бізнес-проекту можна сформулювати узагальнене визначення поняття інвестиційного бізнес-проекту. **Інвестиційний проект** — це обмежена за часом цілеспрямована зміна системи зі встановленими вимогами до якості результатів, можливими межами витрат коштів та ресурсів і специфічною організацією з його розробки та реалізації.

Класифікація проектів. Множина бізнес-проектів може класифікуватися за різними ознаками. Очевидно, що наведена нижче схема класифікації не єдина, однак у більшості випадків вона уявляється нам корисною.

Виокремлено такі основи класифікації бізнес-проектів:

- *тип проекту* — за основними сферами діяльності, в яких здійснюється проект;
- *клас проекту* — за складом і структурою проекту та його предметною галуззю;
- *масштаб проекту* — за розмірами самого проекту, кількістю учасників та ступенем впливу на зовнішнє середовище;
- *тривалість проекту* — за терміном здійснення проекту;
- *складність проекту* — наприклад, за ступенем фінансової, технічної чи іншої складності;
- *вид проекту* — за характером предметної галузі проекту.

Розглянемо основні різновиди проектів:

1. Тип проекту — технічний, організаційний, економічний, соціальний, змішаний.
2. Клас проекту — монопроект, мультипроект, мегапроект.
3. Масштаби проекту — дрібний, середній, великий, дуже великий. Або інша класифікація: міждержавні, міжнародні, національні, міжрегіональні, регіональні, міжгалузеві, галузеві, корпоративні, відомчі, проекти одного підприємства.
4. За тривалістю проекти можуть бути короткотермінові (до 3 років), середньотермінові (від 3 до 5 років), довготермінові (понад 5 років).
5. Вид інвестиційних проектів: інноваційний та організаційний, науково-дослідний, навчально-освітній, змішаний.

Більшість бізнес-проектів носить інвестиційний (витратний) характер. Величина інвестицій, які необхідні для здійснення бізнес-проекту, залежить від усіх перелічених ознак та насамперед від масштабу, тривалості та ступеня складності проекту.

До інвестиційних проектів зазвичай належать проекти, головною метою яких є вкладення коштів у різні види бізнесу з метою отримання прибутку. В цій групі бізнес-проектів виокремлюють інноваційні проекти, до яких належить система різноманітних нововведень, що забезпечують безперервний розвиток організаційно-економічних систем.

Однією з найвідоміших спроб ввести стандартизований підхід до оцінки та аналізу інвестиційних проектів була діяльність Міжнародного центру промислових досліджень при ЮНІДО. У 1972 р. було опубліковано «Керівництво з оцінки проектів», яке стало значним дослідженням з цього питання. Враховуючи загальну орієнтацію на використання цієї методики у країнах з ринковою економікою, яка тільки-но формується, а також зважаючи на той факт, що у роботі над створенням методики ЮНІДО брали участь головні міжнародні фінансові інститути (такі як Світовий банк, Міжнародний банк реконструкції та розвитку, Міжнародний валютний фонд) не дивно, що саме ця методика стала еталоном аналізу інвестиційних проектів, які здійснюються на території СНД, зокрема в Україні.

Нині за рахунок коштів Європейського банку реконструкції та розвитку (ЄБРР) деякі

українські банки фінансують інвестиційні проекти підприємств малого та середнього бізнесу (з приватною формою власності), що здійснюють свою діяльність у галузях сільського господарства, харчової промисловості та послуг. Клієнти банків, які бажають скористатися коштами кредитної лінії від ЄБРР, повинні подати на розгляд банку клопотання про одержання кредиту, обґрунтований бізнес-план та необхідні для здійснення такого кредитування документи.

До підприємств, для яких розробляється подібний інвестиційний проект, висуваються такі вимоги:

- допроектні активи не повинні перевищувати 2,5 млн дол. США (за винятком споруд і будівель);
- кількість працюючих не повинна перевищувати 500 осіб;
- діяльність підприємства має відповідати вимогам охорони довкілля, що висуває ЄБРР;
- максимальне співвідношення загального боргу (кредит ЄБРР) до власного капіталу має становити 70:30 %, а власний внесок у проект — не менше 30 % вартості проекту;
- коефіцієнт обслуговування боргу (відношення прибутку після сплати податків, амортизаційних відрахувань і витрат на сплату відсотків з усіх позичок позичальника до всієї заборгованості позичальника з урахуванням кредиту ЄБРР) повинен бути не меншим 1,3:1;
- вартість застави не повинна бути меншою за 120 % від суми загальної заборгованості за кредитом.

Кредитні кошти не спрямовуються:

- на рефінансування вже існуючих зобов'язань приватних підприємств або фінансування придбаних цінних паперів діючих підприємств і нерухомості;
- на реалізацію проектів, пов'язаних з ігорним бізнесом, виробництвом або постачанням зброї тощо.

Бізнес-план до інвестиційного проекту розробляється відповідно до типової форми, яка надається банком клієнтові (див. додаток 1).

Умови кредитування:

- 1) мінімальна сума кредиту — 50 тис. дол. США;
- 2) максимальна сума кредиту — 2 млн дол. США;
- 3) термін короткострокового кредиту — від 6 до 12 місяців;
- 4) максимальний термін довгострокового кредиту — 5 років;
- 5) максимальна відстрочка погашення основної суми боргу — 2 роки (тривалість пільгового періоду);
- б) орієнтовна відсоткова ставка — 15 % річних;
- 7) відсотки за кредитом сплачуються клієнтом банку-учаснику щоквартально чи щомісячно (при короткостроковому кредитуванні) за принципом нагромаджувального підсумку.

Інвестиційний проект, що пройшов аналіз в українському банку-учаснику і дістав позитивний відгук, передається на розгляд до спеціальної комісії НБУ та фінансового консультанта ЄБРР. Після ґрунтовної оцінки такого проекту можливе прийняття позитивного рішення щодо його фінансування.

Процес інвестування може бути поділений на чотири основні етапи.

1. Генерація проекту:

- а) пошук інвестиційних можливостей у рамках стратегії компанії;
- б) відсів пропозицій на предмет того, чи варті вони детальніших досліджень;
- в) визначення (конкретизація) проектів;
- г) визначення інших доступних альтернативних інвестицій;
- д) збирання інформації і розробка припущень.

2. Оцінка проекту:

- а) розрахунок загальних дискретних потоків надходжень;
- б) визначення чистих надходжень;
- в) оцінка впливу різних припущень на одержані за проектом результати;
- г) аналіз ризиків проекту;
- д) співвідношення вигод і стратегічної цілі проекту з ризиком та обмеженнями для організації.

3. *Затвердження проекту:*

- а) підготовка і затвердження загальних капітальних витрат, що плануються за річними бюджетами;
- б) звернення із запитом на затвердження коштів по кожній із пропозицій з наданням усіх необхідних додаткових матеріалів на кожний додатковий рівень затвердження у структурі організації;
- в) прийняття рішення відносно інвестування (прийняти, відкинути, змінити).

4. *Реалізація проекту:*

- а) відслідковування і контроль фаз реалізації;
 - б) оцінка реалізації та очікуваного результату інвестиційного рішення.
- Викладений процес проілюстрований на рис. 3.1 і розглянутий далі.

Ідея будь-якого вкладення капіталу повинна обґрунтовуватися розрахунками ключового завдання: якою мірою майбутні доходи покривають нинішні (поточні) витрати? На це запитання мусить відповісти кожний інвестор — від приватної особи до держави.

Виходячи з цього, теоретичні основи інвестиційного аналізу складають **систему методів і показників обчислення ефективності (привабливості) інвестування**.

Світовий досвід накопичив значну кількість методів і прийомів інвестиційного аналізу, які починають поширюватись і у нас.

Найвідоміші методи можна поділити на три групи:

- 1) методи оцінки ефективності інвестицій за допомогою співвідношення грошових надходжень (позитивних потоків) з витратами (негативними потоками). Ці методи на сьогодні є традиційними;
- 2) методи оцінки ефективності інвестицій за бухгалтерською звітністю;
- 3) методи оцінки ефективності інвестицій, які ґрунтуються на теорії часової вартості грошей.

За допомогою цих методів здійснюється інвестиційний аналіз проектів, тобто оцінюється і порівнюється інвестиційна привабливість (ефективність) напрямів інвестування, окремих програм (проектів) або об'єктів.

Розрізняють три види оцінки ефективності інвестицій: фінансову (комерційну), бюджетну та економічну.

Фінансова оцінка передбачає визначення фінансових результатів реалізації проекту для його безпосередніх учасників. Вона базується на очікуваній нормі дохідності, яка влаштовує всіх суб'єктів інвестування. При цьому інші наслідки впровадження проекту не враховуються.

Бюджетна оцінка ефективності віддзеркалює фінансові наслідки для різних рівнів бюджетів, тобто очікувані співвідношення видатків, податків та зборів. Показником бюджетної ефективності впровадження проекту є різниця між податками та видатками певного рівня бюджету, ступінь яких залежить від впровадження конкретного проекту.

Економічна ефективність інвестиційного проекту — це різниця між результатами і витратами за межами фінансової ефективності безпосередніх учасників проекту. Економічна оцінка характеризує ефективність проекту для народного господарства в цілому або для галузі, групи підприємств, регіону тощо.

Залежно від виду оцінки ефективності реалізуються певні методи інвестиційного аналізу.

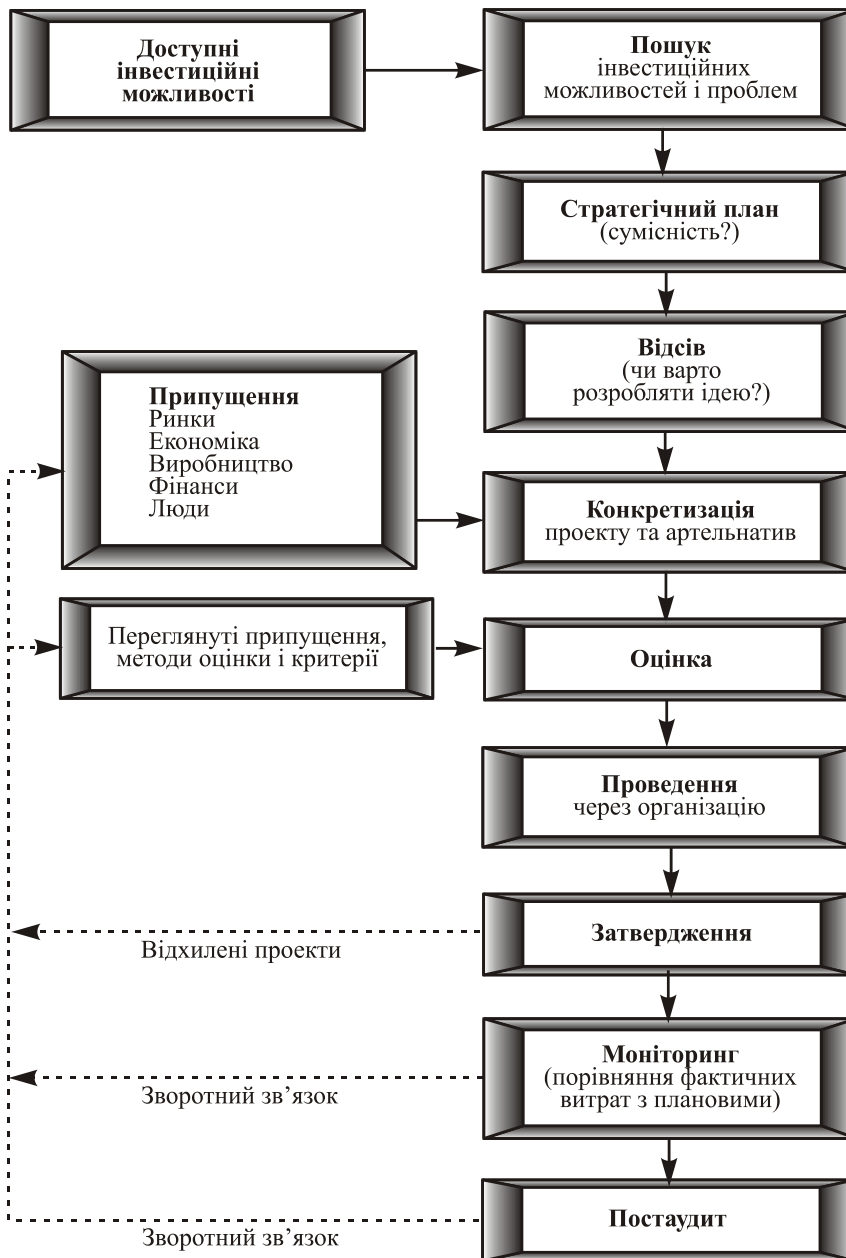


Рис. 3.1. Процес інвестування капіталу

Оцінювання ефективності інвестицій

Традиційні методи аналізу застосовуються дуже давно, а після виникнення часової теорії грошей використовуються паралельно з методами, які ґрунтуються на концепції дисконтування. Традиційні методи базуються на обчисленні таких показників, як норма (коефіцієнт) ефективності (дохідності) та період (строк) окупності інвестицій.

Норма ефективності обчислюється як відношення сумарних грошових надходжень у дійсній вартості до суми інвестованих коштів, спрямованих на реалізацію інвестиційного проекту. Якщо норма ефективності менше за одиницю, проект має бути відхилений як такий, що не принесе додаткових доходів інвестору. У практичних розрахунках застосовується річна норма ефективності:

$$HE_p = \frac{\overline{ГН}_p}{\sum IK},$$

де HE_p — річна норма ефективності;

$\overline{ГН}_p$ — середньорічні грошові надходження;

IK — інвестовані кошти.

Період окупності інвестицій обчислюється як зворотний показник:

$$ПО = \frac{\sum IK}{\overline{ГН}_p},$$

де $ПО$ — період окупності інвестицій у роках;

IK — сума інвестицій у проект, передбачена кошторисом;

$\overline{ГН}_p$ — середньорічні грошові надходження.

Методи оцінки інвестицій за бухгалтерською звітністю базуються на обчисленні балансової і чистої (PI_6 ; $PI_ч$) рентабельності інвестицій.

У першому випадку ми маємо відношення середьорічного доходу компанії за бухгалтерським звітом до обсягу інвестицій; у другому — чисту рентабельність, тобто дохід зменшується на суму податкових і відсоткових платежів:

$$1) PI = \frac{\overline{РД}}{\sum IK},$$

$$2) PI_a = \frac{\overline{РД} - \Pi_n}{\sum IK},$$

де PI — балансова рентабельність інвестицій;

$\overline{РД}$ — середьорічний дохід компанії (прибуток);

IK — сума інвестованих коштів;

PI_a — чиста рентабельність інвестицій;

Π_n — податкові та відсоткові платежі.

Типи проектного фінансування

Усі учасники інвестиційного проекту ділять між собою відповідальність за його реалізацію. В основі такого розподілу лежить ступінь інвестиційного ризику, який бере на себе та чи інша сторона.

У зв'язку з цим розрізняють кілька типів проектного фінансування:

- 1) без регреса на позичальника;
- 2) з частковим регресом на позичальника;
- 3) з повним регресом на позичальника;
- 4) на консорційних засадах.

Регрес — це право кредитора висувати фінансові вимоги до позичальника. Право регресу регламентує відносини між суб'єктами інвестиційного процесу. Збільшення (посилення) регресу призводить до погіршення коефіцієнта боргу, його покриття і відповідно до зменшення забезпеченості боргу. Посилення регресу підвищує інвестиційні ризики з боку позичальника і відповідно зменшує вартість позички.

Фінансування без регресу на позичальника зумовлює покладення всієї відповідальності за реалізацію проекту на фінансово-кредитну організацію. Тобто банк бере на себе всі інвестиційні ризики та відмовляється від будь-яких зворотних вимог (регресу) з приводу розподілу відповідальності.

Генерування грошових потоків звичайно починається після введення об'єкта в експлуатацію. Позитивні грошові потоки відповідають графіку погашення боргу та виплати нарахованих відсотків. Кредитору видається гарантія. У свою чергу, інші суб'єкти інвестиційного проекту (інвестори, менеджери проекту або виконавці робіт) гарантують своєчасне введення проекту в експлуатацію, вихід на проектну потужність та додержання кошторису.

Фінансування без регресу на позичальника застосовується дуже рідко. Банк бере на себе інвестиційні ризики тільки по достатньо високоефективних проектах та встановлює при цьому дуже високі відсоткові ставки. Укладанню кредитного договору передують велика

аналітична робота щодо техніко-економічного обґрунтування проекту. Вартість такого фінансування для позичальника є дуже високою: крім високої банківської відсоткової ставки, він ще несе витрати з консалтингу, інжинірингу, експертизи тощо.

Фінансування з частковим регресом на позичальника зумовлює паритетний розподіл ризиків між учасниками проекту. Всі учасники беруть на себе відповідальність за ризики, які виникають у результаті їх діяльності: замовники — за виділення ділянки під будівництво, вчасне надання проектно-кошторисної документації, деяких видів обладнання та матеріалів; підрядники — за своєчасне введення об'єкта в експлуатацію з відповідною якістю та дотриманням кошторису; постачальники обладнання — за своєчасність, якість та комплектність поставок; кредитори — за вчасність надання фінансових ресурсів, дотримання платіжної та розрахункової дисципліни.

Вартість такого типу фінансування відносно невелика, що можна пояснити його достатнім поширенням. За певних умов таке фінансування здійснюється поза балансом діючого підприємства позичальника, проте частіше позичальник гарантує свої обов'язки часткою активів.

Фінансування з повним регресом на позичальника дозволяє оформити фінансування у найкоротші строки. Цей тип фінансування застосовується для проектів, які мають державне значення, здійснюються під гарантію уряду або за його підтримкою. До цих проектів належать проекти розвитку пріоритетних галузей, регіонів, виробничої та соціальної інфраструктури тощо. Реалізуючи такі проекти, позичальник, крім потоків готівки, використовує інші джерела для погашення боргу. Слід відзначити, що цей тип фінансування найбільш прийнятний для економіки України, яка має гостру необхідність в активізації інвестиційної діяльності. Сьогодні міжнародні фінансово-кредитні інституції віддають перевагу саме цьому виду фінансування.

Фінансування на консорційних засадах здійснюється за схемою: «створюй — володій — експлуатуй». Така схема припускає згоду між учасниками проекту щодо створення (будівництва) підприємства, його акціонування або корпоратизації та експлуатації власниками на пайових умовах. Звичайно за умовами консорціуму банк або кілька банків (синдикат) конвертують боргові зобов'язання в акції позичальника. Власниками проекту стають також підрядники, страхові компанії та ін.

Для реалізації великих проектів можуть створюватись промислово-фінансові групи, учасники яких, у тому числі банки, стають інвесторами та здійснюють безпосереднє фінансування і розподіляють між собою всі інвестиційні ризики.

Теорія інвестиційного портфеля

Портфель цінних паперів — це цілеспрямовані вкладення в цінні папери з метою управління ними як єдиним цілим. До цінних паперів, які виступають об'єктами портфельного інвестування, належать:

- 1) акції;
- 2) державні боргові зобов'язання;
- 3) деривативи;
- 4) сертифікати;
- 5) комерційні цінні папери (векселі);
- 6) акції підприємств;
- 7) депозитні сертифікати банків, чеки, ощадні сертифікати та інше.

Можна виокремити два види портфелів цінних паперів: індивідуальний і портфель підприємства.

Підприємство може залучати грошові ресурси за рахунок випуску цінних паперів (пасивні операції) та вкладати залучені грошові кошти в цінні папери інших емітентів (активні операції) з метою отримання додаткового прибутку чи збереження та приросту капіталу.

Підприємства-інвестори можуть мати на меті розширення сфери впливу та

перерозподілу власності, створення холдингових та інших структур, спекулятивну гру тощо.

Індивідуальний портфель повинен включати три основні елементи: ліквідні цінні папери, гнучкі коротко- та середньотермінові інвестиції та інвестиції, що спрямовані на приріст капіталу.

Частина портфеля має відіграти роль аварійного резерву та складатися з цінних паперів та інвестицій вільних коштів, які можуть бути оплачені чи отримані за вимогою негайно чи протягом кількох днів. Інша частина портфеля має включати інвестиції вільних коштів та цінні папери з перспективою достатніх доходів та приросту капітальної вартості у співвідношенні з можливістю їх реалізації без суттєвої втрати капіталу.

Призначення частини портфеля, що залишилася, — захист інвестора від інфляції, що забезпечується приростом капітальної вартості, так само як і доходом, що приносять прямі чи непрямі вкладення коштів в акції.

Співвідношення розмірів частин портфеля та види інвестицій у кожній з них залежать від ряду факторів, у тому числі:

- можливостей інвестування як капіталу, так і заощаджень залежно від розміру доходів;
- необхідності диверсифікації як способу зниження ризику;
- особистих бажань інвестора та його схильності до ризику;
- вибору між доходом та приростом капіталу. Він залежить від інших фінансових можливостей інвестора та його податкових зобов'язань;
- довготривалості запланованої перспективи. Вона значною мірою визначається віком інвестора;
- стану фінансових ринків.

За податковими зобов'язаннями інвесторів можна поділити на тих, які платять податок за базовою чи вищою ставкою, а також тих, що звільнені від прибуткового податку. Вони можуть використовувати свій капітал з метою отримання доходу чи приросту капіталу.

Будь-які інвестиції пов'язані з певним **ризиком**. Мабуть, найменший з них пов'язаний з інвестиціями в цінні папери з фіксованим відсотком. Проте існує реальний ризик знецінення вартості як капіталу, так і доходу під впливом інфляції. З іншого боку, існує ряд досить ризикованих видів інвестицій. Деякі з них можуть призводити до теоретично необмежених зворотних ефектів.

Розглянемо ризик та його вплив на дохід, капітал чи в сукупності — на обидва показники. *Вплив на дохід без урахування капіталу*: за умов становлення ринку цінних паперів доходи від останніх практично непередбачувані. *Вплив на капітал без урахування доходу*: при інвестуванні коштів в особливо надійні цінні папери та інші «гарантовано» ліквідні цінні папери з фіксованим відсотком завжди існує ризик втрати капіталу при зниженні цін. *Вплив на капітал та дохід у сукупності*: більшість видів інвестицій є ризикованими як стосовно капіталу, так і доходу. Нерідко зниження доходу передують втраті капіталу. Компанія може знизити дивіденди за звичайними акціями, що спричинить прискорене падіння цін на акції. В іншому випадку компанія може виявитися неспроможною виплатити відсотки по облігаціях, що сприятиме її ліквідації, і, можливо, вартість акціонерного капіталу буде відшкодована лише частково.

Ризик може бути пов'язаний із загальними причинами чи факторами, які специфічні для окремого виду цінних паперів.

Усі інвестиції тією чи іншою мірою схильні до впливу змін політичного та економічного клімату, через що завжди є ризик того, що інвестор не зможе повернути вкладений капітал без втрат. Фактором ризику для інвестицій є інфляція. Падіння курсу валюти може вплинути як на дохід, так і на капітал. Інвестиції вільних коштів та інші інвестиції, які не пов'язані з цінними паперами, особливо схильні до зниження курсу. В той же час високі доходи за ними не можуть слугувати певною компенсацією.

На успіх діяльності окремої компанії впливають не лише економічні чинники, але й специфічні причини, такі як вид вироблюваної продукції чи послуг,

конкурентоспроможність у межах галузі та фактори управління. Буває і так, що ціни на акції окремих компаній зростають чи падають, в той час як на ринку панує зворотня тенденція. В інших випадках ситуація у всьому секторі протилежна стану в інших сферах ринку. Такі тенденції визначають **комерційний ризик**.

Іншим видом ризику, який пов'язаний з окремими компаніями, виступає **фінансовий ризик**, що характеризується можливістю втрат при реалізації цінних паперів через зміну їх вартості.

Кредитний ризик з'являється при виникненні ситуації, коли емітент не в змозі виплатити відсотки та/чи основну суму за борговими цінними паперами.

Також може мати місце **валютний ризик**. Усі інвестиції в іноземні об'єкти підпадають під ризик того, що незалежно від ефективності окремого виду інвестицій в одиницях місцевої валюти величини доходу та капіталу можуть змінюватися під впливом коливань курсів обміну.

Систематичний ризик будь-яких цінних паперів — це та частина їх загального ризику, яка пов'язана зі змінами загального економічного та політичного клімату, що впливає на всі види цінних паперів.

Несистематичний ризик — це частина загального ризику, що зумовлена факторами, які не впливають на всі види цінних паперів та можуть бути пов'язані лише з одним з них (наприклад, невірні рішення керівництва компанії). До несистематичних видів ризику належить також ризик, пов'язаний з окремим сектором чи галуззю (галузевий ризик).

Для кваліфікованого управління портфелем необхідно керуватися певною портфельною стратегією, котра визначається:

- 1) типом та цілями портфеля;
- 2) станом ринку, його насиченістю, динамікою відсоткової ставки та курсовою вартістю цінних паперів, можливістю реалізації завдань інвестиційних фондів через портфелі цінних паперів;
- 3) чинними законодавчими пільгами та обмеженнями;
- 4) загальноекономічним станом (у тому числі такими факторами, як фази економічних циклів та рівень інфляції);
- 5) необхідністю підтримання рівня ліквідності та мінімізації ризиків;
- 6) типом стратегії (коротко-, середньо- і довготерміновість).

Заходи щодо запобігання ризикам або їх зменшення

Залежно від виду проекту, його належності до того чи іншого типу портфеля розробляється система заходів протидії ризикам:

- заставні операції і гарантування;
- диверсифікація;
- страхування;
- лімітування;
- розподіл;
- еккаутинг та ін.

При інвестиційному кредиті найбільшого поширення дістали такі засоби захисту від інвестиційного ризику, як позички під заставу та гарантовані кредити.

Позички під заставу — це позички, забезпечені з боку позичальника заставними активами. Застава — це один з найдавніших засобів забезпечення позичок. Але якщо у минулі роки заставні фізичні активи переходили у власність кредитора, то сьогодні вони, як правило, залишаються у користуванні позичальника, а кредитору у відповідності з контрактом переходять (уступаються) права володіння (цесія).

Банк прагне формувати власний позичковий портфель із забезпечених кредитів, тому він зобов'язаний дуже вимогливо оцінювати якість застави. Основні критерії цього:

- вік активів, їх моральний і фізичний знос, темпи старіння застави;
- простота оцінки цінності застави та можливість її перегляду (індексації) у період кредитування;

- можливість розміщення закладених активів на ринку;
- рівень ліквідності як для фізичних, так і фінансових активів;
- підконтрольність — простота та легкість встановлення місцезнаходження застави та вступу у володіння нею;
- рівень позичкової маржі для кожного виду застави (наприклад, для готівки така маржа становить 100 % + очікуваний відсоток інфляції, для висококваліфікованих цінних паперів — 60—70%, для матеріальних запасів та обладнання — 50%).

У процесі кредитування під впливом інфляції рівень може коригуватись: для фінансових активів — у бік збільшення, для фізичних — у бік зменшення.

Гарантований кредит видається під письмове зобов'язання третьої сторони сплатити борг у разі відмови від його сплати позичальником. Оцінка ризиків гаранта та вимоги до якості гарантії такі самі, як і до застави.

Гарантії можуть бути таких видів:

- обмежена або необмежена, тобто та, що гарантує всю заборгованість чи тільки її частку;
- забезпечена або незабезпечена, тобто із заставою чи без неї;
- фізичних або юридичних осіб, тобто забезпечена власними чи корпоративними активами.

Кредитори звичайно прагнуть отримати необмежену та забезпечену гарантію, тому повинні особливо ретельно перевіряти її. При оцінці фінансового стану гаранта слід враховувати, що гарантія як умовне зобов'язання являє собою позабалансовий фінансовий інструмент. Тому перевіряти необхідно як балансові, так і позабалансові операції гаранта.

Особливу відповідальність несе банк, який виступає у ролі гаранта, оскільки гарантії, які ним видаються, так само, як і безпосередньо кредити, забезпечуються не власними ресурсами, а коштами акціонерів або вкладників.

Одним з найефективніших методів збалансованості інвестиційного портфеля є диверсифікація.

Диверсифікація — це розподіл цінних паперів портфеля таким чином, щоб досягти максимального доходу за мінімального ризику. Як правило, це здобувається шляхом розподілу капіталу між пакетами цінних паперів різної якості та різних термінів погашення для зниження портфельного ризику.

Тема 7. ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІНВЕСТУВАННЯ

Фінансові ресурси інвестування.

Способи залучення капіталу.

Структуризація капіталу.

Фінансові ресурси інвестування

Грошові кошти, що знаходяться в розпорядженні підприємця, є його **фінансовими ресурсами**. Вони спрямовуються на розвиток підприємницької діяльності, утримання об'єктів невиробничої сфери, на споживання і створення резервів.

Частина фінансових ресурсів, що направляється на фінансування предметів і засобів праці, робочої сили та інших елементів виробництва, складає капітал підприємства у грошовій формі.

ГОЛОВНІ ДЖЕРЕЛА ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ТА ЇХ ЦІЛЬОВЕ ВИКОРИСТАННЯ

Джерела	Використання фінансових ресурсів		
	інвестицій	споживання	резервів
Прибуток (чистий)	+	+	+
Мобілізація внутрішніх ресурсів	+		+
Амортизаційні відрахування	+		+
Пайові внески (статутний чи акціонерний капітал)	+		+
Страхові внески до Пенсійного фонду	+	+	
Кошти від розміщення власних цінних паперів та реалізації цінних паперів інших емітентів	+	+	+
Кредиторська заборгованість	+	+	
Кредити та позички	+	+	
Спонсорство	+	+	
Державні субсидії	+		

Прибуток — це фінансовий ресурс, що використовується як на споживання, так і нагромадження; це різниця між виручкою від реалізації продукції (послуг, робіт, товарів) без податку на додану вартість, акцизів, інших податків і витратами на виробництво та реалізацію (собівартістю).

Найважливіше джерело фінансових ресурсів — **амортизація**. Амортизаційні відрахування формуються в результаті перенесення вартості основних фондів на вартість продукту, у сукупності вони складають амортизаційний фонд. Методи прискореної амортизації забезпечують якнайшвидше відновлення основних фондів і приріст виробництва. У будь-якій країні світу держава регулює (нормує) амортизаційні відрахування, надаючи амортизаційні пільги та зменшуючи розмір прибутку, що оподатковується. Тим самим підприємство отримує дійовий стимул і має можливість протидіяти моральному зносу фондів, прискорює відновлення активної частини фондів та одержує міцний фінансовий ресурс для інвестування.

Пайові внески — грошові та інші кошти, сплачені юридичними і фізичними особами для ведення спільного підприємства. Вони обов'язкові при вступі до товариства з обмеженою відповідальністю, повного та командитного товариства.

Страхові внески та внески до Пенсійного фонду беруть участь у забезпеченні відтворення виробничих сил як засобів праці та робочої сили. Ці інвестиції, як правило, називають ануїтетом (щорічним платежем). Через певний час вони мають принести інвесторові регулярні доходи.

Кредиторська заборгованість — стійке джерело фінансових ресурсів, що постійно перебуває у розпорядженні підприємства. Воно прирівнюється до власних коштів. Це передусім заборгованість постачальникам за відвантажені товари, термін оплати яких ще не настав. До кредиторської заборгованості належить також перехідна заборгованість бюджету, заборгованість за відрахування у позабюджетні фонди.

Позичковим джерелом фінансування інвестицій виступають **кредити і позички**.

Державне субсидювання може здійснюватися у таких формах: прямі позички, гарантовані позички, гранти на певні проекти, пайова участь, прямі дотації, страхування. Субсидуючи проект, уряд звичайно висуває ті ж умови, що й банк чи інший кредитний заклад, але надані їм пільги заохочують останніх взяти участь у фінансуванні. Тому держава, як правило, є одним з інвесторів або учасників інвестування. Головним чином у такий спосіб інвестуються об'єкти виробничої та соціальної інфраструктури чи соціально-політичні програми.

З метою залучення капіталу для інвестування суб'єкт інвестиційної діяльності використовує різноманітні фінансові інструменти. *Фінансові інструменти* — це контракти, результатом яких є поява певних статей в активах одного суб'єкта і пасивах іншого суб'єкта фінансування.

Способи залучення капіталу

Акціонування є найпоширенішим способом залучення капіталу на інвестиційній стадії проекту. Залучається капітал шляхом емісії простих і привілейованих акцій, що розміщуються серед юридичних та фізичних осіб.

Одна з форм акціонування — викуп контрольних пакетів акцій керівництвом компанії, або викуп менеджментом. Менеджери стають власниками компанії, щоб попередити її перехід до чужих рук. Такий викуп можливий також за рахунок кредиту.

В Україні у процесі приватизації дістала певний розвиток така форма роздержавлення підприємств, як корпоратизація. Згідно з Указом Президента, корпоратизація — це надання державним підприємствам статусу акціонерних, де спочатку 100 % акцій належать державі. Потім поступово здійснюється продаж цих акцій членам трудового колективу підприємства (першочергово), а потім іншим державним і приватним підприємствам та фізичним особам.

Самофінансування — спосіб фінансування компанією власних дій за рахунок чистого прибутку (нерозподіленого серед акціонерів). У США широкого розвитку дістала така форма, як винагорода корпорацією своїх працівників акціями. Подібний спосіб має дві форми:

- без залучення кредиту;
- із залученням кредиту, що забезпечує податкові переваги як для позичальника, так і для кредитора.

Великі корпорації отримують також ще одну знижку з податку на зарплату при створенні спеціального фонду для передачі своїм працівникам акцій. Цей спосіб, крім фінансового забезпечення корпорацій, дає можливість протидіяти поглинанню емітента акцій іншими компаніями.

Транстинг — спосіб вторинного отримання доходів шляхом вкладення у цінні папери прибутку, одержаного від первинних інвестицій у підприємство. Транстинг є одним з найефективніших способів нагромадження капіталу, який застосовується переважно

закритими акціонерними товариствами та іншими господарськими суб'єктами.

Способи залучення капіталу

	Корпоратизація
	Самофінансування
Акціонування	Транстинг
	Венчурні фірми
	Придбання ординарного пакета акцій
	Кредитування
	Кредит з факторингом
Боргове фінансування	Форфейтинг
	Іпотечний кредит
	Кредит державних установ
	Іноземний кредит
	Розміщення боргових зобов'язань
	Спільні підприємства
	Альянси
Фінансування на консорційних засадах	Франчайзинг
	Ліцензування
	Інжиніринг
	Еккаутинг
	Оперативна оренда
Оренда	Фінансовий лізинг
	Лізбек
	Селенг
	Урядовий пільговий кредит
Пільгове фінансування	Гарантування
	Інвестиційний податковий кредит
	Безвідсотковий кредит
	Дотування
	Гранти
Субсидування	Субвенції
	Спонсорство
	Донорство

Венчурний капітал впроваджується з метою швидкої окупності залучених коштів. Він створюється шляхом випуску нових акцій та їх розповсюдження у нових сферах діяльності. Інвестиції здійснюються, як правило, через придбання частки акцій венчурного підприємства (венчура) або надання йому позички, в тому числі з правом конверсії у майбутньому в акції.

Фінансування під рахунки дебіторів може здійснюватися з **факторингом**. У даному разі кредитор бере на себе зобов'язання погашення дебіторської заборгованості. Факторинг дозволяє позичальнику прискорити повернення свого оборотного капіталу, скорочуючи тим самим потребу в його фінансуванні.

Фінансування **форфейтингом** — це форма кредитування експортера банком чи іншим

фінансово-кредитним закладом шляхом придбання боргових зобов'язань з певним дисконтом. Повернення капіталу банком здійснюється завдяки продажу боргових зобов'язань на вторинному ринку.

Іпотечні кредити — позички під заставу нерухомості. Жилі будинки, земля, виробничі будівлі та споруди можуть виступати як застава для одержання іпотечної позички. Угоди про іпотеку нотаріально посвідчуються та реєструються у поземельній книзі.

Фінансування на засадах консорціуму — спосіб залучення капіталу шляхом створення спільних підприємств або створення різних видів стратегічних альянсів: концернів, синдикатів, холдингів, промислово-фінансових груп тощо. Підставою для цих утворень є угода (консорціум) про стратегічне співробітництво (взаємодію) щодо нагромадження капіталу та фінансування інвестицій.

Франчайзинг — передача або продаж ліцензії (франшизи) однієї фірми (франшизодавцем) іншій (франшизоотримувачу) на право реалізації продукції (послуг, робіт) чи здійснення бізнесу на певній території з використанням товарного знаку франшизодавця та за умови суворого додержання вимог технологій та якості.

Дотування — спосіб підтримки будь-яких проектів урядом чи місцевими органами влади. Як правило, дотуються соціально важливі програми та проекти, природоохоронні та ресурсозберігаючі технології.

Гранти близькі за змістом до дотацій. Відмінність полягає в тому, що вони можуть надаватися на фінансування проекту в цілому. Звітність про їх використання має суворіший характер, підлягає аудиторським перевіркам. Іноді призначаються менеджери, які стежать за повним виконанням умов гранту. Часто гранти мають вигляд гуманітарної допомоги.

Субвенції, на відміну від дотацій і грантів, надаються урядом місцевим органам влади та мають цільове призначення. Ініціатором субвенцій виступають місцеві органи влади.

Спонсорство і донорство являють собою субсидування інвестиційних проектів з боку юридичних та фізичних осіб, благодійних організацій, фондів та ін. Найчастіше спонсори і донори фінансують інтелектуальні інвестиції.

Спонсори — юридичні та фізичні особи. Вони, беручи участь в інвестуванні, звичайно не отримують прямих доходів, але мають непрямі завдяки рекламі, розширенню ринків збуту, підвищенню свого іміджу і рейтингу. Спонсорство, як правило, підтримується державою.

Структуризація капіталу

Усі інвестори намагаються дешевше залучити запозичені кошти і дорожче продати власні ресурси, переслідуючи мету максимального отримання доходу, приросту власного капіталу при забезпеченні достатньої ліквідності та мінімізації ризику стосовно своїх активів. Намагаючись залучити якомога більше запозичених коштів під забезпечення власних капіталів, інвестор аналізує всі переваги та вади залучених і запозичених коштів з метою оптимізації структури джерел фінансування проектів.

Обґрунтування структури джерел фінансування необхідне для забезпечення фінансової стійкості компанії у період реалізації проекту.

Оптимізація структури — це вибір найвигіднішого співвідношення внутрішніх і зовнішніх джерел на кожному етапі життєвого циклу проекту.

Формуючи структуру інвестиційних витрат, інвестор застосовує норму доходу на вкладений капітал і порівнює її з вартістю запозичених і залучених коштів. Таким чином, рівень витрат на фінансування інвестиційного проекту вимірюється платою за використання коштів, тобто загальною нормою доходу, що очікується від інвестицій. Якщо ця норма доходу влаштовує інвесторів, то рішення про фінансування інвестицій буде позитивним.

Формування структури джерел фінансування — це дуже складний процес, який залежить від потужності кожного джерела в той чи інший період часу, фінансового стану і

перспектив розвитку акціонерів, а також кон'юнктури ринку та актуальності інвестиційного проекту в перспективі.

Під час передінвестиційних досліджень перед суб'єктами господарювання виникає проблема визначення обсягу інвестицій для фінансування проекту. Насамперед потрібно вирішити такі питання:

- яким повинно бути співвідношення постійних і змінних витрат на виробництво постійних і поточних активів;
- яким чином у перспективі формуватиметься основний та оборотний капітал;
- яким має бути співвідношення власного та акціонерного, акціонерного і позичкового капіталу;
- при якому співвідношенні фінансових ресурсів, що спрямовуються на нагромадження і споживання, доходи від виробництва і реалізації будуть найбільшими.

Відповідь на всі ці запитання дає економічний аналіз фінансового забезпечення проектів з використанням левериджу. У фізиці під поняттям левериджу розуміється використання важеля при підйомі важких предметів з невеликими витратами сили. В економічній термінології леверидж — це «ефект важеля» при визначенні співвідношення власного і залученого, акціонерного і позичкового, основного та оборотного (обігового) капіталу тощо.

Операційний леверидж показує вплив змінності обсягу продажу на рівень доходів компанії.

Фінансовий леверидж встановлює міру зв'язку (впливу) змінності доходів компанії з дивідендами, тобто дохід окремого акціонера.

Загальний леверидж свідчить про вплив змінності обсягу продажу на дивіденди акціонерів.

Зрозуміло, чим вищий операційний леверидж, тим вищий інвестиційний ризик, адже постійний капітал потрібно збільшувати вже сьогодні, а позитивні грошові потоки залежать від завтрашньої кон'юнктури ринку та обсягів продажу.

Тема 8. МЕТОДИКА РОЗРОБКИ БІЗНЕС-ПЛАНУ ПРОЕКТУ

Сутнісна характеристика та класифікація бізнес-планів.

Цілі розробки бізнес-плану.

Формування інформаційного поля та загальна методологія розробки бізнес-плану.

В економічній літературі бізнес-план розглядається в кількох аспектах:

– як самодостатній інструмент внутрішньофірмового планування і аналог стратегічного плану;

– як інструмент ділового планування, насамперед планування відносин з контактними аудиторіями організації, від яких залежить обсяг її фінансових ресурсів (кредиторами, інвесторами);

– як плановий документ, що розробляється на рівні структурного підрозділу підприємства.

На базі синтезу цих підходів найбільш повно висвітлює сутність бізнес-плану таке визначення: **бізнес-план** — це письмовий документ, в якому викладено сутність підприємницької ідеї, шляхи й засоби її реалізації, охарактеризовано ринкові, виробничі, організаційні та фінансові аспекти майбутнього бізнесу, а також особливості управління ним.

Необхідно розрізняти метод бізнес-планування та конкретний результат застосування цього методу на практиці — плановий документ. Метод бізнес-планування застосовується за побудови системи знань щодо перспектив розвитку підприємства і дає змогу реалізовувати на практиці такий принцип науки планування, як комплексність.

У бізнес-плані формулюються перспективи та поточні цілі реалізації ідеї, оцінюються сильні і слабкі сторони бізнесу, наводяться результати аналізу ринку та його особливостей, викладаються подробиці функціонування підприємства за цих умов, визначаються обсяги фінансових і матеріальних ресурсів для реалізації проекту.

Бізнес-план у ринковій системі господарювання виконує дві найважливіші функції:

1) **зовнішню** — ознайомити різних представників ділового світу із сутністю та основними аспектами реалізації конкретної підприємницької ідеї;

2) **внутрішню** (життєво важливу для діяльності самого підприємства) — опрацювати механізм самоорганізації, тобто цілісну, комплексну систему управління реалізацією підприємницького проекту.

Бізнес-план має переконати потенційних інвесторів у тому, що підприємницький проект має чітко визначену стратегію успіху та заслуговує на фінансову підтримку.

Не менш важливою є внутрішня функція бізнес-плану, у межах якої можна виділити два напрямки його застосування:

1) як інструменту стратегічного планування та оперативного управління діяльністю підприємства;

2) як механізму аналізу, контролю й оцінки діяльності підприємства.

Специфіка бізнес-плану полягає в тому, що це комплексний документ, який відображає всі основні аспекти підприємницького проекту. У ньому розглядається широке коло проблем, на які може натрапити підприємець, і визначаються способи розв'язання цих проблем. Водночас слід зазначити, що принципи управління за допомогою бізнес-плану передбачають необхідність урахування в процесі розробки конкретного бізнес-плану багатьох специфічних для даного підприємницького проекту факторів. Це дає можливість класифікувати бізнес-плани за певними ознаками, які охарактеризовані в табл.

Зміст бізнес-планів різних видів визначається також особливостями бізнесу. До основних факторів впливу належать: стан зовнішнього середовища підприємства (стабільне, турбулентне); масштаб бізнесу (малий, середній, великий); кількість бізнес-активів; характеристики продукції (традиційний або інноваційний продукт); джерела фінансування; специфічні галузеві чинники.

Класифікація бізнес-планів

Критерій	Вид бізнес-плану	Ключові моменти
1. За аудиторією користувачів	1. Бізнес-план для внутрішнього користування (робочий бізнес-план)	Містить конфіденційну інформацію стосовно перспектив розвитку підприємства, відповідні розрахунки є максимально реалістичними
	2. Бізнес-план для зовнішнього користування (офіційний бізнес-план):	Розробляється з метою налагодження ділового співробітництва та створення сприятливого іміджу підприємства в заінтересованих контактних аудиторіях
	— для подання кредиторам	Особлива увага приділяється обґрунтуванню кредитоспроможності позичальника та способів зниження кредитного ризику
	— для подання потенційним інвесторам	Особлива увага приділяється показникам ефективності інвестицій та гарантіям безпеки вкладеного капіталу
	— для подання органам державної влади	Містить інвестиційні або інші зобов'язання організації-розроблювача. Особлива увага приділяється зобов'язанням покупця об'єкта приватизації, соціальним аспектам і охороні довкілля, у разі участі в тендері — рівню цін на товари, які передбачається реалізувати державі
	— для подання потенційним контрагентам	Особлива увага приділяється діловій репутації підприємства, доказам його надійності та фінансової стійкості
2. За характером об'єкта	1. Бізнес-план нового підприємства	Плановий документ визначає цілі освоєння нової стратегічної зони господарювання та характеризує його ефективність. Детально обґрунтовується вибір сфери бізнесу, організаційно-правова форма підприємництва, проектується оптимальна організаційна структура управління
	2. Бізнес-план діючого підприємства	Визначає напрямки та цілі розвитку підприємства, зосереджує увагу на забезпеченні його конкурентоспроможності через реалізацію відповідних бізнес-проектів
3. За масштабом проблеми, що розв'язується	1. Локальний бізнес-план	Розробляється для підприємницьких проектів, реалізація яких не спричиняє принципових змін у діяльності підприємства
	2. Концептуальний бізнес-план	Розробляється для обґрунтування кардинальних стратегічних змін у діяльності підприємства
4. За цільовим призначенням	1. Бізнес-план інвестиційного проекту	Обґрунтовує доцільність утілення в життя певної підприємницької ідеї, оформленої у вигляді комплексу відповідних заходів — проекту, тобто системи сформульованих цілей, використовуваних для їх досягнення фізичних об'єктів, технологічних процесів, документації, ресурсів, а також управлінських рішень і заходів з їх виконання
	2. Корпоративний бізнес-план	Призначений для регулювання поточної діяльності підприємства, узагальнює цілі експлуатації існуючих стратегічних зон господарювання та характеризує її ефективність, визначає перспективні напрями діяльності
5. За документальним оформл.	1. Інвестиційна пропозиція	Відповідні планові документи різняться за рівнем деталізації матеріалу
	2. Сублімований бізнес-план	
	3. Розгорнутий бізнес-план	
6. За ситуаційними особливостями обґрунтування	1. Бізнес-план реорганізації підприємства	Визначає цілі та порядок проведення організаційних змін, зумовлених новими умовами господарювання
	2. Бізнес-план фінансового оздоровлення підприємства	Розробляється для обґрунтування антикризових заходів, що вживатимуться для відновлення фінансової стійкості підприємства
	3. Бізнес-план інноваційного проекту	Особлива увага приділяється обґрунтуванню реалістичності та ринкової життєздатності запропонованих інновацій, правовому захисту об'єктів інтелектуальної власності
	4. Бізнес-план диверсифікації діяльності	Розробляється для обґрунтування доцільності освоєння нових сфер бізнесу

Найбільшу користь підприємству приносить такий бізнес-план, який включено в

систему регулярного менеджменту. Для цього необхідно: визначити центри фінансової відповідальності в організаційній структурі; запровадити систему бюджетування (регулювання та контролю руху грошових потоків); забезпечити ефективний обмін інформацією між підсистемами бюджетного управління та бізнес-планування; запровадити механізм актуалізації бізнес-плану (порівняння планових та фактичних показників) та схему «ковзного» бізнес-планування (постійного коригування планових показників для урахування змін у зовнішньому середовищі).

Запровадження бізнес-плану в повсякденну діяльність підприємства має на меті перетворення його на постійно діючий управлінський інструмент. При цьому розпочинати доцільно з бізнес-плану для внутрішнього користування, в якому дається об'єктивна оцінка слабких місць підприємства або проекту. Бізнес-планам для зовнішніх користувачів досить часто бракує реалістичності, тому основу їх складання повинен становити максимально достовірний та життєздатний «внутрішній» бізнес-план.

ЦІЛІ РОЗРОБКИ БІЗНЕС-ПЛАНУ

Розробка бізнес-плану — це достатньо трудомісткий процес. Практика свідчить, що для розробки середньої складності бізнес-плану (залежно від досвіду та підготовленості підприємця) необхідно до 200 годин. Навіщо тоді підприємцеві бізнес-план?

Опрацювання бізнес-плану як комплексного багатофункціонального документа має кілька цілей.

По-перше, бізнес-план — це інструмент для залучення зовнішнього капіталу, необхідного для реалізації підприємницького проекту.

По-друге, на початковій стадії реалізації підприємницького проекту бізнес-план служить основним інструментом комунікації між підприємцем і майбутніми постачальниками, продавцями та робітниками. Бізнес-план стандартизує процедуру ознайомлення з бізнесом, заощаджує час, упорядковує контакти.

По-третє, бізнес-план — це спосіб моделювання системи управління майбутнім бізнесом. Практика свідчить, що успіх підприємницької діяльності визначають три фактори:

- правильне розуміння реальної ситуації в даний момент;
- чітка постановка цілей, що їх бажає досягти підприємець;
- якісне планування процесів переходу з одного стану в інший.

Бізнес-план має розв'язати всі ці проблеми. План з його конкретними комерційними цілями та програмою дій для їх досягнення спрямовує просування бізнесу до успіху.

По-четверте, бізнес-план — це спосіб попереднього визначення перешкод та запобігання виникненню проблем на шляху до успіху.

По-п'яте, бізнес-план — це спосіб розвитку особистих управлінських якостей підприємця.

По-шосте, бізнес-план уможлиблює перевірку реалістичності підприємницької ідеї ще до її практичної реалізації.

ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПОЛЯ БІЗНЕС-ПЛАНУ

Процес розробки бізнес-плану розпочинається з формування інформаційного поля, тобто зі збирання інформації щодо майбутнього бізнесу. **Інформаційне поле бізнес-плану** — це сукупність документів чи даних правового, політичного, економічного, комерційного, науково-технічного, зовнішньоекономічного та соціального характеру, які забезпечують інформаційні потреби підприємця в процесі опрацювання бізнес-плану.

Цінність бізнес-плану залежить від корисності інформації, яку він містить. Корисним є самостійне опитування потенційних споживачів. Корисна інформація відповідно до відомого в менеджменті принципу Джойгоу не може бути отримана з поверхових чи неправдивих відомостей («сміття там — сміття тут»). Тому в процесі формування інформаційного поля бізнес-плану особливу увагу звертають на якість базової інформації. Основними показниками якості інформації вважають:

- 1) об'єктивність (інтегральний показник, що поєднує оцінки повноти, точності та

несуперечливості інформації);

2) актуальність (відповідність конкретним інформаційним потребам);

3) своєчасність (здатність задовольняти інформаційні потреби в прийнятний для використання термін);

4) комунікативність (зрозумілість для відповідного суб'єкта господарювання);

5) наочність (очевидність).

Водночас інформаційне поле бізнес-плану не може складатися тільки з фактичної інформації. Будь-яке передбачення майбутнього, у тому числі й розробка бізнес-плану, завжди характеризується тією чи іншою мірою невизначеності. Навіть найліпший бізнес-план завжди ґрунтується на певних припущеннях стосовно можливих обсягів продажу та їх динаміки, можливих цін на продукцію бізнесу, частки та місткості ринку тощо. Кожне з таких припущень треба стисло, але чітко охарактеризувати в бізнес-плані. Тільки після ретельного аналізу таких передбачень і припущень потенційні інвестори та кредитори зможуть оцінити рівень їхньої ймовірності.

ЗАГАЛЬНА МЕТОДОЛОГІЯ РОЗРОБКИ БІЗНЕС-ПЛАНУ

Запорукою успіху підприємницької діяльності є успішний початок справи. Процес складання бізнес-плану є специфічним у кожному конкретному випадку, тому практично неможливо дати якусь універсальну (стандартну) схему його розробки.

Найбільш складною є процедура опрацювання бізнес-плану для започаткування нового бізнесу. Узагальнення підприємницького досвіду дає змогу виділити в процесі розробки такого бізнес-плану три стадії: початкову; підготовчу; основну.

Якщо йдеться про розробку бізнес-плану для розширення вже наявного бізнесу, то необхідність у початковій стадії відпадає. Обґрунтовуючи проект удосконалення діяльності підприємства, теж можна обмежитися лише основною стадією.



Рис. Інформаційне поле бізнес-плану

Розгляньмо докладніше кожен зі стадій розробки бізнес-плану.

Початкова стадія. Опрацювання бізнес-плану для заснування нового бізнесу

починається з розробки концепції, тобто тих принципових рішень, які закладаються в його основу. У межах роботи над концепцією майбутнього бізнесу:

- 1) здійснюється пошук підприємницької ідеї;
- 2) вибирається сфера діяльності;
- 3) обґрунтовується доцільна форма організації бізнесу;
- 4) приймається рішення щодо способу започаткування бізнесу.

Найвідповідальнішим етапом, від якого багато в чому залежать усі інші рішення щодо створення бізнесу, є пошук ідеї майбутнього бізнесу. Джерелами таких ідей найчастіше бувають: вивчення запитів і побажань споживачів; критичний аналіз товарів, які випускають інші фірми; бесіди з продавцями торговельних закладів; вивчення технічної літератури та патентної інформації; результати власних досліджень і розробок.

Вибір сфери підприємницької діяльності (виробництво, оптова торгівля, роздрібна торгівля, послуги, будівництво, фінансова діяльність тощо) здійснюється з урахуванням:

- 1) суті та спрямованості самої ідеї майбутнього бізнесу;
- 2) особистих факторів (власний практичний досвід та потенціал, наявність відповідної освіти та знань, відповідність сфери бізнесу інтересам і вподобанням самого підприємця);
- 3) зовнішніх факторів (реальна економічна ситуація, законодавчо заборонені сфери й види діяльності, необхідність ліцензування діяльності, державні пріоритети в розвитку окремих галузей, сучасні й майбутні потреби споживачів, рівень конкуренції в галузі, стадії життєвого циклу виробів, наявність необхідних ресурсів, інші специфічні зовнішні фактори).

Будь-яка підприємницька діяльність здійснюється в межах певної організаційної форми. Процедура вибору організаційно-правової форми бізнесу передбачає:

- 1) визначення форм організації бізнесу, які відповідають законодавству України (рис. 1.2);
- 2) визначення особливостей, переваг і недоліків кожної з цих форм;
- 3) визначення критеріїв вибору форми організації бізнесу (рівень відповідальності, ситуація з податками, обсяг фінансових потреб для започаткування бізнесу, рівень контролю за фірмою, можливість залучення інших власників, наявність управлінських здібностей у підприємця, можливість зростання бізнесу в майбутньому чи простота його ліквідації);
- 4) безпосередній вибір форми організації бізнесу.

До основних питань опрацювання концепції майбутнього бізнесу належить також вибір способу започаткування бізнесу. Традиційно розглядають три основні способи започаткування бізнесу:

- 1) створення нового підприємства «з нуля»;
- 2) придбання фірми, що вже існує;
- 3) придбання франшизи, тобто ліцензії, яка надає підприємцеві (фірмі) право на продаж (виробництво, здійснення певної діяльності) товарів чи послуг великої фірми, яка вже добре відома споживачам.

Підготовча стадія. Наявність концепції власного діла ставить перед підприємцем велику кількість цілком конкретних запитань. Чим його бізнес відрізнятиметься від бізнесу конкурентів? Що сприятиме або заважатиме його становленню та розвитку? На які конкурентні переваги слід орієнтуватися? Якими мають бути програма дій та пріоритети діяльності майбутнього бізнесу? Отримати відповіді на них — це завдання підготовчої стадії розробки бізнес-плану.

Отже, на підготовчій стадії:

- 1) збирається та аналізується маркетингова, виробнича, фінансова й загальноекономічна інформація про майбутній бізнес (процес формування інформаційного поля бізнес-плану). Що більше інформації буде зібрано, то більш обґрунтованими будуть наступні розрахунки;
- 2) з'ясовуються сприятливі можливості та загрози розвитку бізнесу в зовнішньому середовищі. Для вивчення факторів зовнішнього середовища всю їх сукупність, як правило, поділяють на три групи: загальноекономічні фактори; галузеві фактори; конкуренти;

3) оцінюються сильні та слабкі сторони фірми. Сильні сторони фірми — це її особливі, унікальні або принаймні оригінальні способи конкурентної боротьби. Слабкі сторони — це те, в чому фірма відстає від конкурентів;

4) визначається місія фірми, тобто головне призначення, специфічна роль, особливий шлях у бізнесі, що відрізнятимуть її від конкурентів;

5) формулюються конкретні цілі діяльності фірми, тобто чітко визначається те, чого фірма хоче досягти за певний проміжок часу;

б) аналізуються стратегічні альтернативи та вибирається стратегія діяльності фірми. Вибираючи стратегію, підприємець, як правило, орієнтується на одну з можливих типових стратегій бізнесу: контролю за витратами; диференціації; фокусування.

У разі розробки бізнес-плану діючого підприємства невід'ємним елементом інформаційної бази має бути історична фінансова звітність, що містить інформацію про фінансовий стан, результати діяльності та рух грошових коштів підприємства за звітний період. Відповідно до П(С)БО № 1 фінансова звітність в Україні складається з балансу, звіту про фінансові результати, звіту про рух грошових коштів, звіту про власний капітал і приміток до відповідних звітів. У додатку А наведено орієнтовний перелік питань, за допомогою яких можна одержати інформацію, необхідну для розробки бізнес-плану.

Основна стадія — це безпосереднє опрацювання бізнес-плану. Головна мета цієї стадії — довести економічну доцільність створення даного бізнесу, переконливо показати, як саме гроші чи інші ресурси потенційного інвестора забезпечать йому очікуваний зиск. Інвестор має побачити прибуток **не після, а до того**, як вкладе гроші в запропонований проект. Звичайно, зробити це можна за допомогою ретельно підготовленого бізнес-плану. При цьому сформульовані на початковій і підготовчій стадіях концепція, місія, цілі та стратегія майбутнього бізнесу створюють «каркас» бізнес-плану, визначають його спрямованість, логіку побудови і зміст відповідних розділів.

Тема 9. ПІДГОТОВЧА СТАДІЯ РОЗРОБКИ БІЗНЕС-ПЛАНУ

Логіка процесу планування на підготовчій стадії.

Оцінка сприятливих зовнішніх можливостей та загроз для бізнесу.

Виявлення сильних і слабких сторін фірми.

Формулювання цілей діяльності фірми.

Аналіз стратегічних альтернатив, вибір стратегії та розробка оперативних завдань.

Логіка процесу планування на підготовчій стадії. Щоб «вижити», кожному підприємцю необхідно повсякчасно спостерігати за змінами в бізнесовому середовищі; стежити за конкурентами та за необхідності намагатися заздалегідь пристосуватися до нових умов. Саме для цього й здійснюється розробка стратегії.

У широкому розумінні стратегія — це генеральна довгострокова програма (спосіб) дій та порядок розподілу пріоритетів і ресурсів фірми для досягнення нею своїх цілей.

Логіка розробки стратегії теоретично є дуже простою. Щоб опрацювати стратегію фірми, достатньо знайти відповіді на три ключові запитання:

Яким є місце фірми в даний момент?

Куди фірма прямує?

Як фірмі дійти до мети?

Реальний процес розробки стратегії, який називається стратегічним плануванням, набагато складніший. Він охоплює кілька етапів.

1. Перед тим, як розпочинати будь-який бізнес, необхідно проаналізувати ситуацію. Такий аналіз, який звичайно називають оцінкою загального стану, має включати:

а) оцінку зовнішнього середовища, що в ньому здійснюватиметься бізнес, а також аналіз пов'язаних із цим середовищем сприятливих можливостей та загроз;

б) визначення переваг і недоліків майбутнього бізнесу.

2. Оцінивши загальний стан, можна братися до постановки цілей, тобто визначення того, чого конкретно і коли саме фірма хоче досягти. Цілі мають відбивати той рівень бізнесу, якого прагне підприємець, та водночас бути досяжними. Процес постановки цілей відбувається в два етапи:

а) формулювання основних напрямків діяльності;

б) постановка конкретних цілей діяльності.

Формулювання основних напрямків діяльності має допомогти підприємцеві глибоко усвідомити природу майбутнього бізнесу та визначити місію фірми. Водночас точно сформульовані напрямки діяльності допомагають установити конкретні, кількісно визначені цілі, з'ясувати, на що, власне, сподівається підприємець.

3. Тієї самої мети можна досягти різними способами. Вибір способу досягнення мети передбачає визначення конкретних завдань. Стратегія, по суті, і складається з низки завдань, що в сукупності формують спосіб її досягнення. При цьому підприємцеві необхідно розробити кілька варіантів стратегій, оцінити кожний з них та вибрати найліпший.

4. Загальні завдання згодом розділяють на дрібніші складові, що конкретизують та уточнюють напрямок діяльності. Таку деталізацію називають складанням плану дій.

Взаємозв'язок між напрямками діяльності, цілями, завданнями та діями зображено на рис. 2.1. У цілому послідовність дій підприємця в процесі стратегічного планування демонструє рис. 2.2. Зворотні зв'язки на рисунку показують, які зміни необхідно вносити на кожному етапі, якщо, наприклад, з'ясується, що поставлені цілі недосяжні.

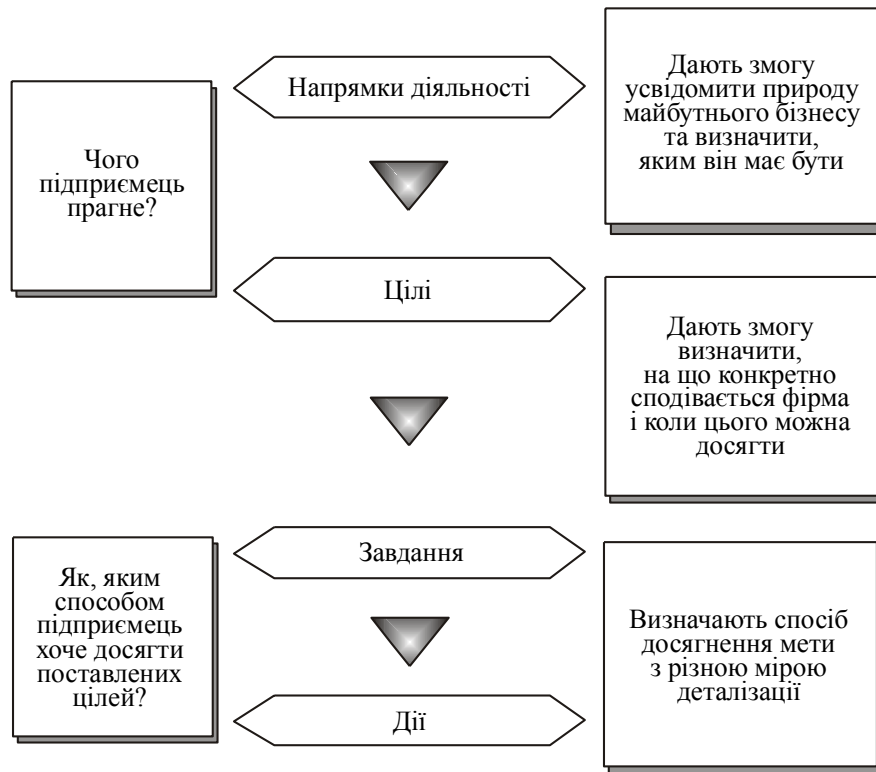


Рис. 2.1. Взаємозв'язок між напрямками діяльності, цілями, завданнями та діями підприємця на стадії стратегічного планування



Рис. 2.2. Логіка процесу стратегічного планування на підготовчій стадії розробки бізнес-плану

Оцінка сприятливих зовнішніх можливостей та загроз для бізнесу

Зовнішній аналіз — це процес оцінки зовнішніх факторів, тобто таких, котрі об'єктивно утворюються в середовищі функціонування фірми, на яке вона безпосередньо не може впливати. Зовнішній аналіз ставить дві головні цілі:

- 1) визначити сприятливі можливості та загрози для фірми;
- 2) ідентифікувати ключові фактори успіху у вибраній сфері бізнесу.

Сприятливі можливості — це фактори зовнішнього середовища, які допомагають досягненню цілей фірми. Загрози — це зовнішні умови, які обмежують можливості фірми безперешкодно досягти потрібної мети. Ті самі фактори можуть створювати як додаткові можливості, так і додаткові перешкоди.

Для вивчення впливу факторів зовнішнього середовища всю їхню сукупність поділяють на:

- а) загальні макроекономічні фактори;
- б) галузеві фактори.

До загальних макроекономічних факторів належать:

- макроекономічні показники (динаміка валового внутрішнього продукту, рівень інфляції, зміни рівня реальних доходів населення, коливання процентних ставок за кредити, курси валют тощо);
- соціально-демографічна ситуація (структура зайнятості, кількість працездатного населення, рівень соціального захисту населення тощо);
- державне регулювання бізнесу (можливі зміни в законодавстві стосовно даного бізнесу, його товарів, послуг, каналів збуту, цін, рекламної політики, оподаткування, митного режиму тощо);
- природні умови й екологічні обмеження.

Результати дослідження загальних макроекономічних факторів зручно звести в таблицю, яка унаочнює рівень залежності майбутнього бізнесу від впливу кожного з цих факторів, а також дає змогу стисло сформулювати потенційні сприятливі можливості та (або) очікувані загрози.

Звичайно, безпомилково оцінити перспективний вплив загальних макроекономічних факторів складно навіть великим компаніям. Проте вже сама спроба провести такий аналіз примушує підприємця замислитися над проблемами, що на них може завтра наразитися його бізнес, та продумати свою поведінку в разі виникнення таких.

Набагато легше прогнозувати й оцінювати галузеві фактори. Вони більш виразні й певні, щільніше пов'язані з майбутнім бізнесом. У процесі стратегічного планування галузь розглядають як сукупність підприємств, продукти котрих за споживчими якостями та напрямками використання можуть бути взаємозамінними. Аналіз *галузевих факторів* має на меті:

- оцінити розміри галузі;
- визначити основні сили, що конкурують у галузі;
- оцінити інтенсивність конкуренції;
- визначити ключові фактори успіху в галузі.

Предметом галузевого аналізу є такі фактори:

1) споживачі (обсяги та характеристики ринку, темпи зростання ринку, сезонність та циклічність попиту, диференціація продуктів, чутливість споживачів до цін, здатність споживачів диктувати свої ціни);

2) постачальники (кількість, інтенсивність конкуренції, наявність матеріалів-замінників, рівень вертикальної інтеграції з постачальниками, здатність постачальників диктувати свої ціни);

3) конкуренти (основні сили, що конкурують у галузі, поділ ринку поміж ними, інтенсивність конкуренції, можливості появи принципово нових продуктів-замінників, основні конкурентні переваги в галузі);

4) перешкоди для входження в галузь (обсяги початкових інвестицій, доступність

джерел сировини та каналів збуту, конвертованість активів, захист з боку держави, прихильність споживачів тощо);

5) технології (швидкість зміни технологій виробництва продукції в галузі, вплив технологічних змін на якість продукції та ціну, можливості здобуття переваг від упровадження нових технологій, можливості появи принципово нових технологій у галузі тощо).

Аналіз зазначених факторів дає змогу уточнити низку принципово важливих галузевих аспектів діяльності:

- яка тенденція (піднесення чи занепаду) притаманна цій галузі?
- який рівень конкуренції в галузі?
- до якої стадії життєвого циклу належить основна продукція галузі?
- як змінюються смаки та орієнтація споживачів?

Не менш важливим аспектом галузевого аналізу є ідентифікація ключових факторів успіху у сфері майбутнього бізнесу. Будь-який бізнес характеризується багатьма контрольованими (такими, що піддаються управлінню) параметрами. Проте лише деякі з них визначають можливість і здатність фірми конкурувати на своєму ринку. Саме такі показники й називають ключовими факторами успіху.

Залежно від специфіки галузі ключовими факторами успіху можуть бути як кількісні показники (собівартість одиниці продукції, її ціна, експлуатаційні параметри тощо), так і ті, що їх важко або неможливо оцінити кількісно (рівень обслуговування клієнтів, місцезнаходження фірми, наявність додаткових послуг, прихильність споживачів тощо).

Конкуренція є чи не найбільшою небезпекою в бізнесі. Тому підприємцеві дуже важливо хоча б орієнтовно оцінити конкурентну позицію своєї майбутньої фірми. Одним зі способів практичного розв'язання цієї проблеми є побудова матриці конкурентного профілю.

Розрахунок матриці конкурентного профілю ведеться в такій послідовності:

1. Визначаються ключові фактори успіху у відповідній сфері бізнесу.
2. Кожному з ключових факторів успіху надається певний ваговий коефіцієнт, який характеризує важливість (значущість, місце) відповідного ключового фактора щодо інших ключових факторів. Цей ваговий коефіцієнт установлює сам підприємець, покладаючись на свій досвід, знання, особисті оцінки. Сума вагових коефіцієнтів має дорівнювати одиниці.
3. Складається список головних (4—5) конкурентів та визначається рейтинг (індивідуальний кількісний показник оцінки досягнень) кожного конкурента щодо кожного ключового фактора успіху. Рейтинг диференціюється від одиниці (незначні досягнення конкурента) до чотирьох (дуже великі досягнення).
4. Множенням вагового коефіцієнта на встановлений рейтинг визначають загальну оцінку кожного ключового фактора успіху. Сума одержаних загальних оцінок за всією сукупністю ключових факторів успіху уможлиблює визначення конкурентної позиції власної фірми проти головних конкурентів.

Розрахунки матриці конкурентного профілю (табл. 2.2) дають змогу також виділити серед конкурентів найсильніших і найслабкіших, тобто вказують на приклади успішного та помилкового підходу до організації бізнесу у відповідній сфері.

Ретельне вивчення досвіду діяльності як тих, так і інших допоможе з'ясувати, що необхідно робити, а чого треба уникати, щоб досягти успіху в певній сфері бізнесу.

Визначення можливої конкурентної позиції фірми є підставою для загальної оцінки переваг та недоліків майбутнього бізнесу. Точна оцінка його потенціалу — це завдання наступного етапу стратегічного планування.

Виявлення сильних і слабких сторін фірми

Внутрішній аналіз — це процес оцінки факторів, які піддаються управлінню та контролю, тобто факторів, що є наслідками діяльності чи бездіяльності самого підприємця.

Головне завдання внутрішнього аналізу полягає у виявленні сильних та слабких сторін фірми. Що таке сильні сторони фірми? Найбільш серйозну проблему в будь-якому бізнесі становить конкуренція. Тому підприємці, як правило, шукають для своєї фірми такої

ринкової ніші, де вона б мала певні переваги. Для цього фірмі потрібні особливі, унікальні, оригінальні або принаймні якісь відмінні від конкурентів якості. Саме вони й становлять ті сильні сторони фірми, на які робиться ставка в бізнесі. Навпаки, слабкі сторони — це якості, котрих бракує фірмі як порівняти її з конкурентами.

Таблиця 2.2

ПРИКЛАД ЗАПОВНЕННЯ МАТРИЦІ КОНКУРЕНТНОГО ПРОФІЛЮ

Ключовий фактор успіху	Ваговий коефіцієнт	Власна фірма		Конкурент А		Конкурент Б	
		рейтинг	оцінка (2×3)	рейтинг	оцінка (2×5)	рейтинг	оцінка (2×7)
Якість товару	0,4	3	1,2	4	1,6	3	1,2
Ціна товару	0,3	2	0,6	2	0,6	2	0,6
Канали збуту	0,1	4	0,4	3	0,3	2	0,2
Технічне обслуговування	0,1	2	0,2	4	0,4	4	0,4
Реклама та стимулювання попиту	0,1	2	0,2	4	0,4	4	0,4
Загальна оцінка	1,0		2,7		3,1		2,5

Існує багато аспектів діяльності, що можуть визначати сильні сторони фірми. Для впорядкування процесу їх оцінювання в рамках внутрішнього аналізу виокремлюють такі функціональні види діяльності та ресурсів:

- маркетинг;
- виробництво;
- персонал;
- дослідження і розробки;
- фінанси.

1. Маркетинг. Підприємець передусім має чітко усвідомлювати, **що** саме він продаватиме, **кому** продаватиме та **чому** його товари купуватимуть? Щоб знайти відповіді на ці запитання, необхідно провести аналіз чотирьох складових маркетингового комплексу (техніко-експлуатаційних і споживчих характеристик товару, його майбутньої ціни, способів просування товару на ринок, місця реалізації товару). Зробити це треба, шукаючи різницю між власними методами і методами конкурентів. Для оцінювання сильних та слабких сторін фірми з погляду маркетингової функції часто використовують такі запитання:

- Чи можете ви назвати переваги, які ваша продукція забезпечує споживачеві?
- Чи є ваша продукція конкурентоспроможною щодо якості, ціни, експлуатаційних характеристик, способів просування на ринок, місця реалізації (ринкової ніші)?

- На якій стадії техніко-економічного старіння перебуває ваша продукція?
- Чи можете ви (та як швидко) розширити асортимент або вдосконалити продукцію?

2. Виробництво. Конкурентоспроможність продукції значною мірою залежить від умілої реалізації виробничої функції. Якісні сировина й матеріали, сучасне устаткування, дотримання вимог технології тощо є запорукою ефективності виробництва та високої якості продукції. Попереднє уявлення про виробничий потенціал фірми дають об'єктивні відповіді на такі запитання:

- Чи маєте ви проблеми з постачальниками сировини та матеріалів?
- Чи відповідає сучасним вимогам устаткування фірми?
- Чи відповідає технологія виробництва продукції сучасним вимогам?

- Яким є рівень використання виробничих потужностей?

3. Персонал. Успіх у бізнесі дуже залежить від рівня знань, наявності професійних навичок у персоналу фірми та ставлення його до роботи. Отже, характеристики персоналу також визначають сильні та слабкі сторони фірми. З'ясувати це допомагають такі запитання:

- Чи наявні в персоналу фірми якісь позитивні особливості щодо кваліфікації, досвіду роботи, ставлення до роботи?
- Чи мають працівники чітке уявлення про зміст своєї діяльності?
- Як співвідноситься рівень оплати праці на фірмі із середнім у галузі?
- Чи існує проблема комплектування штатів на фірмі?
- Якою є плинність кадрів на фірмі?

4. Дослідження та розробки. Вживання фірми в сучасному мінливому середовищі залежить і від її інноваційного потенціалу, спроможності продукувати й реалізовувати технічні, технологічні, організаційні та інші нововведення. Змагання в цій сфері є одним з ключових факторів успіху в багатьох галузях бізнесу. Для оцінювання сильних та слабких сторін фірми у сфері досліджень і розробок часто використовують такі запитання:

- Чи захищено продукцію фірми патентами, товарними знаками, іншими правами власності?
- Чи має фірма намір освоювати виробництво нових видів продукції? Як часто вона це робитиме?
- Чи використовуються у виробництві продукції ліцензії, «ноу-хау», промислові секрети тощо?

5. Фінанси. У кінцевому підсумку сильні та слабкі сторони фірми в ринковій та виробничих сферах щодо персоналу, досліджень і розробок позначаються на фінансових показниках. Інакше кажучи, саме фінансовий аналіз дає точне уявлення про прибутковість та ефективність роботи фірми. Порівнюючи результати такого аналізу з показниками діяльності аналогічних фірм, можна визначити:

- Можливості скорочення накладних витрат, витрат на сировину й матеріали, оплату праці.
- Рівень (високий, помірний, низький) витрат на виробництво та реалізацію продукції.
- Швидкість оборотності запасів матеріальних цінностей, усієї сукупності оборотних коштів.
- Рівень ліквідності активів фірми тощо.

Практично для аналізу та оцінки сильних і слабких сторін фірми часто використовується форма балансу (табл. 2.3). Актив балансу становлять унікальні, специфічні, особливі якості фірми, згруповані за функціональними видами діяльності й ресурсами. До пасивів балансу з максимальною об'єктивністю мають бути включені внутрішні фактори, що обмежують конкурентоспроможність фірми.

Такий поділ допомагає визначити:

- 1) зони, що потребують особливої уваги (слабкі сторони);
- 2) зони, на які може спиратися бізнес у процесі розробки стратегії (сильні сторони).

Процес оцінки загального становища завершується порівняльним SWOT-аналізом.

SWOT — це аббревіатурне скорочення чотирьох англійських слів:

- S — strength — сила;
- W — weakness — слабкість;
- O — opportunities — можливості;
- T — treats — загрози.

БАЛАНС СИЛЬНИХ І СЛАБКИХ СТОРІН ФІРМИ

Сильні сторони фірми	Слабкі сторони фірми
Специфічні, унікальні якості фірми у сфері: Маркетингу _____ _____ _____	Якості, котрих бракує фірмі у сфері: Маркетингу _____ _____ _____
Виробництва _____ _____ _____	Виробництва _____ _____ _____
Персоналу _____ _____ _____	Персоналу _____ _____ _____
Досліджень і розробок _____ _____ _____	Досліджень і розробок _____ _____ _____
Фінансів _____ _____ _____	Фінансів _____ _____ _____

Сутність SWOT-аналізу полягає у порівнянні сильних і слабких сторін фірми з потенційними зовнішніми сприятливими обставинами та загрозами для бізнесу з метою:

- 1) пошуку позитивної синергії: сильні сторони/сприятливі обставини;
- 2) усунення негативної синергії: слабкі сторони/зовнішні загрози.

У процесі SWOT-аналізу треба знайти відповіді на запитання:

1. Як пов'язані основні проблеми фірми з її сильними й слабкими сторонами, а також зі сприятливими зовнішніми обставинами та загрозами?
2. Як саме можна використати сильні сторони і сприятливі зовнішні фактори для розв'язання основних проблем фірми?
3. Як усунути чи максимально зменшити вплив на фірму слабких сторін та зовнішніх загроз?

Визначення місії фірми

Місія фірми — це її головне призначення, особлива роль, чітко окреслена причина її існування, які в сукупності формують основні напрямки та орієнтири діяльності фірми. Місія ніби окреслює межі бізнесу фірми, допомагає уявити її можливості та визначити те, на що не треба марно витратити зусиль. Місія фірми на практиці формулюється в процесі пошуку відповіді на запитання: «Яким бізнесом займатиметься фірма?» Знайти відповідь на нього не так просто, як видається на перший погляд. Вона не вичерпується назвою компанії, визначенням її статусу або форми організації. Її визначає прагнення задовольнити споживача. Отже, місію фірми треба шукати за межами фірми — у її споживачах, у її діяльності на

ринку (або сегменті ринку).

Визначення місії має:

- по-перше, бути лаконічним, щоб чітко окреслити напрямки діяльності фірми та зосередити увагу на головному в даному бізнесі;
- по-друге, указувати на призначення фірми з погляду задоволення потреб споживачів (конкретні товари, послуги в конкретному сегменті ринку);
- по-третє, включати певні елементи, що відбивають бачення підприємцем свого бізнесу в майбутньому. Такими елементами можуть бути: частка ринку; рівень прибутковості та ефективності; інші показники, що формують образ бізнесу, що його прагне створити підприємець;
- по-четверте, розкривати переваги фірми, котрі вирізняють її з-поміж конкурентів та вказують нові (ліпші, оригінальніші) способи задоволення потреб споживачів.

Правильно сформульована місія фірми дає змогу знайти відповіді на такі запитання:

1. Які основні (головні) цілі діяльності фірми?
2. Кого фірма обслуговує?
3. Які товари фірма пропонує своїм клієнтам?
4. На яких ринках (сегментах ринку) діє фірма?
5. У чому полягає специфіка фірми щодо задоволення потреб клієнтів?
6. Які конкурентні переваги має фірма?
7. Які показники діяльності фірма вважає для себе оптимальними?

2.5. Формулювання цілей діяльності фірми

Мета — це той кінцевий стан, якого фірма сподівається досягти у визначеному майбутньому; ідеальне уявлення про бажані результати діяльності фірми.

У процесі опрацювання стратегії для формулювання цілей фірми, як правило, користуються такими термінами (показниками):

- Прибутковість (обсяг прибутку, дохід від інвестованого капіталу, співвідношення прибутку й обсягу продажу тощо).
- Продуктивність, або ефективність (витрати на виробництво одиниці продукції, виробіток на одного робітника тощо).
- Продукція (зміна номенклатури й асортименту продукції, виготовлення нових виробів тощо).
- Ринок (обсяг продажу, частка участі фірми на ринку відповідних товарів тощо).
- Виробнича потужність (приріст потужності підприємства в цілому або його структурних підрозділів).
- Персонал (зниження плинності, підвищення рівня кваліфікації, поліпшення умов праці тощо).

Правильно сформульовані цілі мають бути:

1) конкретними й кількісно вимірюваними. Розробляючи цілі в придатних для такого вимірювання формах, підприємець чітко визначає вимоги до своїх працівників, формує підґрунтя для наступних рішень, створює основу для об'єктивної оцінки дальшої практичної діяльності;

2) орієнтованими в часі, тобто чітко вказувати не лише на те, **чого саме**, а й **коли** фірма мусить досягти. Без цієї характеристики цілі не можна вважати конкретними;

3) реалістичними і досяжними, тобто такими, що не виходять за межі можливостей фірми. Мета, для досягнення якої у фірми нема реальних можливостей, — це утопія. Вона може бути дуже привабливою, але в кінцевому підсумку завжди зменшує мотивацію працівників, оскільки наперед прирікає їхню діяльність на невдачу;

4) узгодженими та взаємозв'язаними. Фірма завжди має кілька цілей діяльності. Досягнення однієї з них не може заважати досягненню інших;

5) сформульованими письмово. Тільки письмово зафіксовані цілі забезпечують дотримання всіх названих вимог до них та дають змогу повідомляти персонал фірми про їхній зміст і етапи досягнення.

Сформульовані з урахуванням зазначених критеріїв цілі стають своєрідними нормативами, на підставі яких фірма може оцінювати результати своєї майбутньої практичної діяльності.

2.6. Аналіз стратегічних альтернатив і вибір стратегії

Оскільки тієї самої мети можна досягти різними способами, то перед фірмою завжди постають два запитання:

1. Які саме способи досягнення фірмою своєї мети існують?
2. Який з них є найліпшим?

У пошуках відповідей на ці запитання підприємець розробляє кілька варіантів стратегій та вибирає з-поміж них найбільш придатний для свого бізнесу.

Існує безліч стратегій бізнесу, проте більшість їх можна віднести до однієї з таких типів (за класифікацією М. Портера):

- 1) стратегія контролювання витрат;
- 2) стратегія диференціації;
- 3) стратегія фокусування.

Конкурентні переваги фірми

		найнижчі витрати	унікальні властивості товару (послуги)
Ринок товарів (послуг)	увесь або його більша частина	Стратегія контролювання витрат	Стратегія диференціації
	сегмент ніша	Стратегія фокусування фокус витрат	фокус диференціації

Типові стратегії бізнесу за М. Портером

Стратегія контролювання витрат ґрунтується на зменшенні власних витрат на виробництво та реалізацію продукції проти витрат конкурентів. За низьких витрат на виготовлення одиниці продукції фірма може забезпечити необхідний для свого виживання рівень прибутків, навіть тоді, коли ціни на її продукцію нижчі за ціни продуктів-конкурентів. Ті самі низькі ціни перешкоджають і появі нових конкурентів.

Існує багато практичних способів побудови стратегії контролювання витрат, найпоширенішими серед яких є:

- збільшення обсягів виробництва продукції (послуг);
- зменшення накладних витрат;
- застосування нового устаткування;
- використання нових технологій тощо.

У кожному конкретному випадку фірма вибирає саме те, що забезпечує реалізацію її переваг. Проте слід зауважити, що стратегія контролювання витрат ефективно спрацьовує лише за таких умов:

- 1) коли споживачі чутливі до зміни цін на продукцію фірми;
- 2) коли фірми-конкуренти продають такі самі товари;
- 3) коли фірма може реально регулювати обсяги продажу й масштаби виробництва продукції.

Вибір стратегії контролювання витрат не позбавлений небезпек. Найчастіше фірми помиляються, переоцінюючи власні можливості управління витратами.

Стратегія диференціації спрямована на те, щоб поставляти на ринок товари, котрі за своїми властивостями є привабливішими для споживачів, ніж продукція конкурентів.

Різні фактори зумовлюють вибір стратегії диференціації, але ключовим чинником вибору є наявність товару з унікальними властивостями й завдяки цьому привабливого для покупця. Такими унікальними властивостями товарів, наприклад, можуть бути:

- висока якість продукції;
- розгалужена мережа філій для післяпродажного обслуговування;
- високий рівень обслуговування клієнтів;
- принципова новизна продукції;
- імідж фірми тощо.

Диференціація — це надійна стратегія, яка широко застосовується на практиці. Але варто усвідомлювати також і ймовірні ризики вибору стратегії диференціації:

- 1) можливість недооцінки споживачем унікальної властивості продукції;
- 2) завеликі витрати на надання продукту тієї чи іншої унікальної властивості, а через те збільшення його продажної ціни до рівня неконкурентоспроможності.

В основу стратегії фокусування покладено реальний факт сегментації ринку, коли кожний сегмент пред'являє специфічні вимоги до продукції (послуг). Якщо фірма забезпечить виробництво продукції (послуг), котра відповідає цим вимогам, та зробить це ліпше за конкурентів, то вона збільшить частку своєї участі в ринку.

Розробка стратегії фокусування охоплює:

- 1) вибір одного чи кількох сегментів ринку (ринкових ніш) для фірми з цілеспрямованою орієнтацією:
 - або на певну групу споживачів;
 - або на обмежений асортимент товарів;
 - або на специфічний географічний ринок;
- 2) ідентифікацію специфічних потреб, бажань та інтересів споживачів у вибраному сегменті ринку;
- 3) пошук ліпших ніж у конкурентів способів задоволення специфічних запитів споживачів. Зробити це можна:
 - способом контролювання витрат;
 - способом диференціації.

Отже, у стратегії фокусування є два варіанти: фокус витрат і фокус диференціації, які обмежені одним чи кількома вузькими сегментами ринку. Стратегія фокусування досить широко використовується у сфері малого бізнесу, котрий, як правило, не має достатніх ресурсів, щоб охопити ринок у цілому. Жодна із зазначених стратегій бізнесу не має абсолютних переваг перед іншими. Усі вони широко використовуються на практиці. Але в будь-якому разі підприємець має дотримуватись основного принципу вибору стратегії — зосереджуватися на тому, що в нього виходить найліпше, а не намагатися діяти на всіх напрямках.

У цілому ефективна стратегія має:

- 1) орієнтуватися на конкретних споживачів, їхні потреби й запити;
- 2) відображати всі сильні сторони фірми, які в сукупності створюють її конкурентні переваги;
- 3) включати конкретні завдання, котрі дають змогу фірмі реально реалізувати свої конкурентні переваги;
- 4) включати методи, спрямовані на подолання слабкості фірми та загроз із зовнішнього середовища.

Стратегічне планування — трудомістка, але критично важлива стадія розробки бізнес-плану. Процес стратегічного планування привчає підприємця до порядку у веденні справ, допомагає усвідомити природу власного бізнесу, визначити конкретне коло споживачів, зрозуміти конкурентів, а тому й збільшує шанси на успіх.

Тема 10. СТРУКТУРА ТА ОФОРМЛЕННЯ БІЗНЕС-ПЛАНУ

Структура бізнес-плану.

Зміст розділів бізнес-плану.

Вимоги до стилю написання та оформлення бізнес-плану.

Що конкретно має включати в себе бізнес-план? Ви й самі можете відповісти на це запитання, якщо поставите себе на місце банківського службовця, до якого звернувся підприємець з проханням про кредит для реалізації своєї ідеї. Питання, які б ви йому задавали, і визначають зміст бізнес-плану. Деякі інші запитання до підприємця в аналогічній ситуації виникають у венчурних капіталістів або індивідуальних інвесторів. Оскільки банки ніколи не ризикують у бізнесі, їхня мета — домогтися надійної процентної ставки за кредити та гарантій своєчасного їх повернення. Навпаки, венчурні капіталісти або індивідуальні інвестори згодні розділити з підприємцем ризику його починання. Вони зацікавлені у швидкому зростанні своїх капіталів, а тому, як правило, вимагають частки в майбутньому прибутку.

Отже, зміст і структура бізнес-плану залежать передусім від тієї аудиторії, для якої його призначено. Вибір тієї чи тієї аудиторії, у свою чергу, залежить від цілей, які ставить перед собою підприємець, опрацьовуючи бізнес-план (залучення зовнішнього капіталу, комунікації з партнерами по бізнесу, моделювання системи управління майбутнім бізнесом, попереднє визначення перешкод та проблем, розвиток власних управлінських навичок).

Перше правило, якого має дотримуватися підприємець у процесі складання бізнес-плану, — це чітке визначення мети його розробки та конкретного адресата.

На зміст і структуру бізнес-плану суттєво впливають розміри бізнесу й обсяги фінансових потреб. Що масштабнішим є підприємницький проект, що більше інвестицій він потребує, то ширше коло питань має бути висвітлено в бізнес-плані, то детальнішими та обґрунтованішими мають бути відповідні розрахунки.

На змісті та структурі бізнес-плану позначається й специфіка сфери майбутнього бізнесу. Обґрунтування підприємницького проекту у сфері виробничої діяльності потребує складнішого та «об'ємнішого» бізнес-плану внаслідок самої природи цієї сфери. Навпаки, підприємець, який бажає розпочати роздрібну торгівлю, не має потреби в опрацьованому до дрібниць бізнес-плані.

Зміст і структура бізнес-плану залежать також і від інших факторів, зокрема:

- конкретних характеристик майбутнього продукту бізнесу та стадії його життєвого циклу;
- рівня конкуренції в галузі;
- можливостей розширення бізнесу в майбутньому.

Наявність багатьох факторів, які впливають на зміст, структуру та обсяги бізнес-плану (рис. 3.1), свідчать, що не існує певної стандартної, універсальної, «найліпшої» форми бізнес-плану. Кожний підприємець чи компанія складають бізнес-план по-своєму. Підходи до його розробки змінюються згідно з характером бізнесу, особливостями його середовища, конкретними цілями бізнес-плану, індивідуальними запитамі потенційних інвесторів. Але це зовсім не означає, що не існує загальних вимог до опрацювання бізнес-плану. Є низка ключових питань, які мають бути ретельно вивчені, оцінені та висвітлені в кожному бізнес-плані.

Будь-який бізнес-план, незалежно від його особливостей та розмірів, має право на існування лише за умови, що він передбачає дохід для його власника. Обґрунтувати можливість комерційного успіху — це перше основне завдання будь-якого бізнес-плану. Зробити це можна з допомогою фінансових показників, які характеризують:

- фінансові потреби для створення бізнесу;
- обсяги передбачуваного продажу;
- розміри прибутків та збитків;
- рух готівки тощо.

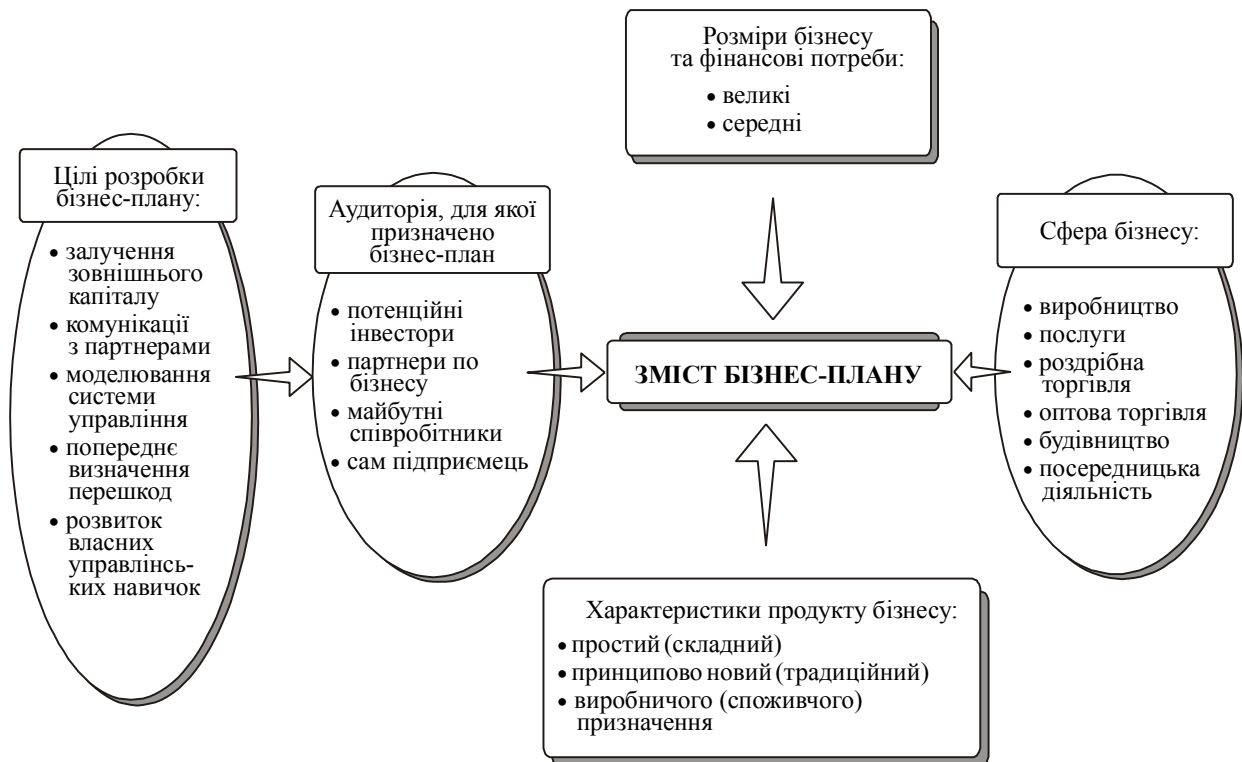


Рис. 3.1. Фактори, що впливають на зміст і структуру бізнес-плану

Усе це і становить основу фінансового плану. Фінансові показники — це кінцевий результат, параметри якого залежать від ринкових, виробничих, організаційних та інших аспектів даного бізнесу. Зрозуміло, що й ці аспекти підприємницького проекту інтересують можливих партнерів, тому можуть бути висвітлені в бізнес-плані. Отже, обов'язковими складовими бізнес-плану мають бути:

- маркетинг-план;
- виробничий план;
- організаційний план.

Потенційних інвесторів, однак, цікавить не лише прибутковість майбутнього бізнесу, а й пов'язані з ним ризики, сильні та слабкі сторони бізнесу як порівняти з конкурентами. Тому в бізнес-плані треба дати оцінку загроз та можливих ризиків.

Зміст бізнес-плану, як ми вже з'ясували, залежить від впливу низки об'єктивних чинників. Закономірно, що структура бізнес-плану не може бути однаковою в усіх випадках, але процес формування структури бізнес-планів різних типів має багато спільного. Зокрема, у структурі будь-якого бізнес-плану можна виділити три блоки.

Перший блок — це опис ключових, найважливіших аспектів майбутнього бізнесу; опис того стану всіх компонентів менеджменту, якого прагне досягти підприємець.

У другому блоці мають бути кількісно охарактеризовані заходи, які передбачається здійснити, щоб досягти поставлених цілей.

Третій блок узагальнює результати розрахунків, зроблених у другому блоці, з допомогою фінансових показників, які, зрештою, і стають найважливішими критеріями оцінки привабливості конкретного підприємницького проекту.

На наступному етапі здійснюється декомпозиція або деталізація цієї трьохблокової структури бізнес-плану. Саме тут ураховується вплив на зміст бізнес-плану різних факторів і визначається перелік розділів та параграфів бізнес-плану. Існують різні способи декомпозиції структури бізнес-плану, але перевага на практиці найчастіше віддається функціональному принципу. Згідно з ним у структурі бізнес-плану виокремлюють розділи за функціями

управління: маркетинг, виробництво, управління персоналом, облік, фінанси.

Більшість підприємців опрацьовують бізнес-плани для залучення інвесторів до фінансування свого проекту. Найскладнішою та найбільш повною щодо висвітлення питань є процедура розробки бізнес-плану для виробничої діяльності. Тому далі розглядатимемо структуру, зміст та методик розробки бізнес-плану, орієнтованого на залучення інвестицій у виробничу діяльність. У структурі цього бізнес-плану, як правило, виділяють такі складові:

1. Титульний аркуш.
2. Зміст бізнес-плану.
3. Резюме.
4. Галузь, фірма та її продукція (послуги):
 - 4.1. Поточна ситуація і тенденції розвитку галузі.
 - 4.2. Опис продукту (послуги) фірми.
 - 4.3. Патенти, товарні знаки, інші права власності.
 - 4.4. Стратегія зростання фірми.
5. Дослідження ринку:
 - 5.1. Загальна характеристика ринку продукту.
 - 5.2. Цільовий ринок бізнесу.
 - 5.3. Місцезнаходження фірми.
 - 5.4. Оцінка впливу зовнішніх чинників.
6. Маркетинг-план:
 - 6.1. Стратегія маркетингу.
 - 6.2. Передбачувані обсяги продажу.
7. Виробничий план:
 - 7.1. Основні виробничі операції.
 - 7.2. Машина й устаткування.
 - 7.3. Сировина, матеріали та комплектувальні вироби.
 - 7.4. Виробничі й невиробничі приміщення.
8. Організаційний план:
 - 8.1. Форма організації бізнесу.
 - 8.2. Потреба в персоналі.
 - 8.3. Власники бізнесу й команда менеджерів.
 - 8.4. Організаційна схема управління.
 - 8.5. Кадрова політика та стратегія.
9. Оцінка ризиків:
 - 9.1. Типи можливих ризиків.
 - 9.2. Способи реагування на загрози для бізнесу.
10. Фінансовий план:
 - 10.1. Прибутки та збитки.
 - 10.2. План руху готівки.
 - 10.3. Плановий баланс.
 - 10.4. Фінансові коефіцієнти.
11. Додатки.

Ця структура є лише приблизною схемою бізнес-плану. Конкретний бізнес-план може бути і не таким докладним. Але тут указані ті основні розділи, які необхідно включити до бізнес-плану, орієнтованого на залучення інвестицій у виробничу діяльність.

Вимоги до стилю написання та оформлення бізнес-плану

Бізнес-план — це своєрідний рекламний документ, на підставі якого можна зробити висновки не лише про бізнес, а й про його власників. Тому важливим є як зміст, так і зовнішній вигляд бізнес-плану.

Бізнес-план, як і будь-який інший документ, підлягає певним вимогам щодо стилю написання:

1) бізнес-план має бути стислим, простим, але адекватно розкривати сутність підприємницького проекту. Для більшості невеликих проектів (для реалізації котрих потрібно 80—100 тис. грн), як свідчить практика, обсяги бізнес-планів обмежуються 20—25 сторінками. В інших випадках має бути підготовлений докладніший бізнес-план. У бізнес-плані рекомендується уникати жаргонних виразів, суто технічного опису продукції, операцій, процесів. Слід використовувати загальновідомі терміни; інформацію треба викладати в діловому стилі, але якомога доступніше;

2) бізнес-план має бути функціональним, тобто містити лише корисну інформацію, яка цікавить або може зацікавити читача. За необхідності додаткова, пояснювальна, первинна інформація може бути винесена в додатки (обсяг додатків не обмежується);

3) бізнес-план має спиратися на реалістичні припущення. Прогнози та передбачення (як найбільш «вразлива» частина бізнес-планування) треба обґрунтувати й підкріпити посиланнями на тенденції та пропорції розвитку галузі, на проведені дослідження ринку, на досвід діяльності конкурентів тощо. Довіра до бізнес-плану може бути серйозно підірвана, якщо заплановані в ньому відхилення від середньогалузевих показників не мають достатніх підстав;

4) бізнес-плану протипоказаний зайвий оптимізм. Будь-яке припущення в бізнесі дає «на виході» кілька результатів — від найгіршого до найліпшого. У процесі бізнес-планування треба орієнтуватися на найгірший результат, створюючи в такий спосіб певний запас «міцності» бізнесу;

5) бізнес-план має бути легким для сприйняття, чітким та логічним; таким, щоб у ньому можна було швидко знайти потрібну інформацію. Отже, у структурі бізнес-плану треба виділяти розділи та параграфи;

6) бізнес-план має забезпечувати охорону конфіденційної інформації про фірму та її діяльність. Для цього можна жорстко контролювати сферу його розповсюдження або скласти окремий додаток, який міститиме всю конфіденційну інформацію і буде доступний тільки тим, кому треба таку інформацію знати.

Існують також і певні правила технічного оформлення бізнес-плану. Такі правила передбачають:

- наявність титульного аркуша;
- наявність сторінки змісту;
- розміщення резюме на початку бізнес-плану;
- розміщення в кінці бізнес-плану додатків;
- наявність приміток та посилань на джерела використаної інформації.

Форма титульного аркуша. На титульному аркуші зазначається:

- повна назва фірми;
- адреса фірми;
- телефон фірми;
- прізвища (назви), титули, адреси, телефони власників (засновників) фірми;
- відомості щодо характеру та сфери бізнесу фірми;
- відомості про загальні фінансові потреби¹;
- вказівка на конфіденційність бізнес-плану²;
- місяць та рік складання бізнес-плану;
- прізвища авторів бізнес-плану.

На титульному аркуші не повинно бути зайвих подробиць.

Оформлення змісту. Бізнес-план треба поділити на розділи та параграфи. Тому за титульним аркушем наводиться зміст, який містить перелік розділів, параграфів, таблиць та іншого ілюстративного матеріалу, додатків.

Оформляючи бізнес-план, необхідно користуватися послідовною системою нумерації

¹ На титульному аркуші вказується лише загальна передбачувана вартість підприємницького проекту.

² На практиці вказівка на конфіденційність бізнес-плану оформляється такою приміткою: «Цей бізнес-план є конфіденційним. Він є власністю поименованих у ньому осіб і призначений для використання лише тими особами, яким передається. Копіювання й використання іншими способами будь-яких елементів його змісту забороняється без попереднього погодження з фірмою».

сторінок у межах документа. При цьому рекомендується дотримуватися таких правил:

- 1) титульний аркуш не нумерується;
- 2) сторінка змісту не нумерується (якщо їх кілька, то вони нумеруються римськими цифрами);
- 3) основні розділи нумеруються арабськими цифрами 1, 2, 3 і т. д.;
- 4) додатки позначаються великими літерами А, Б, В і т. д., наприклад «Додаток А»;
- 5) сторінки додатків нумеруються так: А1, А2, А3; Б1, Б2, Б3 і т. д.

Складання резюме. Бізнес-план розпочинається з резюме. Резюме відкриває бізнес-план, але складають його тільки після того, як написано основні розділи бізнес-плану.

Головне завдання резюме — показати, що підприємець добре усвідомлює основні положення бізнес-плану та здатний чітко й логічно їх викласти. Занадто детальне та великого обсягу резюме важко читати. Занадто стисле — може створити неадекватне уявлення про бізнес.

Резюме — це короткий (1—2 сторінки) огляд підприємницького проекту, його ключових, найбільш важливих та значущих аспектів, здатних привернути увагу потенційного інвестора та зацікавити його в дальшому детальнішому вивченні бізнес-плану.

Фактично резюме є гранично стислою версією бізнес-плану, не вступом до нього, а ніби «повідомленням про наміри».

Складання резюме — важливий та відповідальний етап завершення роботи над бізнес-планом. Потенційні інвестори отримують багато різних підприємницьких проектів. Вони, як правило, спочатку читають резюме і, якщо воно їх не зацікавило, бізнес-план далі не розглядають. Тому резюме обов'язково:

- 1) має бути написано так, щоб максимально зацікавити в ознайомленні з бізнес-планом;
- 2) має дати читачеві достатньо чітке уявлення про питання, детальніше розглянуті в основній частині бізнес-плану.

На практиці резюме складають, використовуючи вже написану основну частину бізнес-плану. З кожного його розділу вибирають найбільш суттєві та «яскраві» аспекти майбутнього бізнесу.

Виклад матеріалу в резюме, як правило, починається зі стислого опису концепції пропонованого бізнесу та унікальних характеристик фірми, які дадуть змогу задовольнити потреби майбутніх клієнтів і забезпечити лідирування у відповідній сфері. Далі викладаються переваги й передбачувані результати діяльності фірми в кожній з функціональних сфер (маркетинг, виробництво, персонал, фінанси) з тим, щоб охарактеризувати фірму як життєздатну та унікальну організацію.

Орієнтовний перелік ключових аспектів бізнесу, які викладаються в резюме, такий:

- опис концепції бізнесу, його можливостей, котрі забезпечуватимуть переваги на ринку, та стратегії їх реалізації;
- відомості про цільовий ринок бізнесу (основні споживачі, особливості їх обслуговування, передбачувані обсяги продажу, частка ринку);
- унікальні характеристики бізнесу, найсуттєвіші конкурентні переваги фірми, які мають місце або будуть створені внаслідок реалізації розробленої стратегії;
- відомості про компетенцію й професіоналізм керівника фірми та членів команди менеджерів;
- основні передбачувані показники фінансової діяльності фірми (прибутковість, період досягнення беззбитковості, термін повернення інвестицій тощо);
- характеристика загальних потреб у коштах, бажаної форми їх отримання, порядку та напрямків їх використання, форм повернення інвестору.

Резюме завершується особистою оцінкою підприємцем шансів на успіх його проекту.

Додатки. Одна з найважливіших вимог до бізнес-плану — це його лаконічність. Через те в ньому практично неможливо дати докладну інформацію про важливі аспекти майбутнього бізнесу. Для цього використовують додатки.

У додатки треба включати лише ті документи, що в них безпосередньо заінтересовані потенційні інвестори чи кредитори (решта документів мають бути заздалегідь підготовлені для негайного подання в разі потреби заінтересованим особам).

Посилання на всі документи, які містяться в додатках, мають бути зроблені в тексті бізнес-плану.

Зокрема в додатки до бізнес-плану можуть включатися: листи від клієнтів, дистрибуторів, підрядчиків, інформаційні документи (первинні відомості), угоди оренди, контракти, інші типи угод, прейскуранти постачальників чи конкурентів, тобто відомості, що деталізують, уточнюють, пояснюють зміст основних розділів бізнес-плану.

Найчастіше в додатки виносять:

- первинні матеріали аналізу ринку;
- специфікації продукції;
- рекламні матеріали;
- схему виробничих потоків;
- схему організаційної структури;
- коротку службову характеристику (CV) власників і ключових менеджерів фірми (не більше однієї сторінки з описом трудової діяльності, освіти, знання професійних обов'язків, особливих умінь);
- угоди оренди;
- гарантійні листи від основних клієнтів, постачальників, кредиторів;
- рекомендаційні листи, які підтверджують високу репутацію й надійність керівників фірми;
- юридичні документи (копії установчих документів, контрактів, угод, патентів, ліцензій тощо).

4. ЗАПИТАННЯ ДЛЯ ПЕРЕВІРКИ ЗНАНЬ

1. З якою метою інженерні рішення слід розглядати в контексті підприємницьких проєктів?
2. З якою метою підприємницькі ідеї слід оформлювати як бізнес-план?
3. Назвіть можливі джерела фінансування проєктів з впровадження інженерних рішень на підприємствах.
4. Назвіть та поясніть основні види інвестиційних активів.
5. Назвіть та поясніть характеристики основних учасників (інститутів) інвестиційного ринку.
6. Поясніть значення економічного аналізу для обґрунтування інженерного рішення. Назвіть складові системи показників, необхідних для проведення аналізу.
7. Поясніть логіку оцінки інвестиційної привабливості проєктів, зокрема з урахуванням фактору часу.
8. Поясніть методику визначення річного економічного ефекту від впровадження інженерного рішення?
9. Поясніть призначення та структуру бізнес-плану. Для чого на підприємствах потрібно внутрішнє бізнес-планування?
10. Поясніть сутність та об'єкти економічного аналізу. Як використовують ці знання при обґрунтуванні інженерного рішення?
11. Поясніть сутність та функції економічного аналізу. Чи потрібен економічний аналіз для обґрунтування інженерного рішення?
12. Розкрийте сутність інвестиційного клімату та його вплив на перспективи впровадження інженерних рішень та розвитку інженерної діяльності в цілому?
13. Чи має вплив інвестиційний ринок на перспективи впровадження інженерних рішень та інженерну діяльність в цілому?
14. Чи може вплинути інженерне рішення на точку беззбитковості підприємства? Наведіть приклади.
15. Що розуміють під інноваційною діяльністю? Чи всі інженерні рішення є інноваційними?
16. Що розуміють під капіталовкладеннями? Які функції вони виконують? Поясніть види капіталовкладень за формами відтворення.
17. Що розуміють під конкурентоспроможністю підприємства та конкурентоспроможністю продукції? Яку роль в формуванні конкурентоспроможності відіграють інженерні рішення?
18. Що розуміють під системою цілей підприємства? Як впливають різні види цілей та їх структура на перспективи впровадження інженерних рішень та інженерну діяльність в цілому?
19. Що розуміють під структурою та динамікою собівартості? Як використовують ці знання при обґрунтуванні інженерного рішення?
20. Яким чином відбувається формування кінцевого фінансового результату діяльності підприємства (чистий прибуток/збиток). Яке значення при цьому мають інженерні рішення?
21. Яку роль в формуванні стратегічної гнучкості підприємства відіграють інженерні рішення?