

ИНВЕСТИЦИОННЫЙ КЛИМАТ УКРАИНЫ И ЕГО СОСТАВЛЯЮЩИЕ

Проблема формирования благоприятного инвестиционного климата — одна из актуальных проблем современной экономики Украины. Чем определяется инвестиционный климат, что является наиболее существенными его составляющими? Чем должны руководствоваться предприниматели, ставшие собственниками приватизированного имущества? Какова должна быть стратегия в поиске потенциального партнера и что реально может предложить инвестору украинский предприниматель? Эти и другие вопросы задают многих. Все сегодня озабочены проблемой выживания. Одни ищут свою нишу на рынке и пытаются наладить производство необходимой потребителю продукции, опираясь на собственные силы. Другие озабочены продажей активов, пакетов акций и не очень-то верят в благоприятную перспективу. Третьи думают над тем, как найти относительно дешевый кредит или выгодного "дядю-инвестора с мешком денег". Причем заведомо проскальзывает мысль, что вернуть деньги в оговоренный кредитным договором либо инвестиционным соглашением срок в силу форс-мажорных обстоятельств украинские предприниматели не смогут. Эти далеко не теоретические вопросы будоражат умы представителей отечественного бизнеса.

Среди факторов, определяющих интерес инвесторов к вложению капитала, важнейшими являются **макроэкономические факторы**, определяющие устойчивость и предсказуемость развития общества и его макроэкономической среды.

Всемирный экономический форум, проходящий в течение 30 лет ежегодно в Давосе (Швейцария) и Международный институт менеджмента и развития (Лозанна) готовят ежегодный доклад об уровне конкурентоспособности и инвестиционной активности отдельных регионов и стран.

* Кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и управления экономико-правового факультета ОНУ им. И. И. Мечникова.

Это исследование базируется на основе 380 макроэкономических критериев, относящихся к экономической, финансовой, социальной и политической сфере, учитывает мнение международных экспертов. Макроэкономические параметры группируются по таким признакам: внутренний экономический и интеллектуальный потенциал, активность на международной арене, политика правительства в сфере занятости, стимулирования деловой активности, состояние финансовых рынков, транспортной, банковской инфраструктуры, уровень менеджмента, демографические показатели, развитие науки, техники и технологии. В перечень этих стран попадают, как правило, наиболее развитые страны. России и Украины, среди них, как говорят в Одессе "не стояло".

Аналогичные исследования ведут другие международные и неправительственные фонды, например, американский фонд "Наследие", определяющий степень инвестиционной привлекательности развивающихся и новых независимых государств (стран СНГ). Факторами инвестиционной активности являются: темпы экономического роста, степень политической стабильности, потенциальный размер рынка, определяемый объемом ВВП на душу населения и численностью экономически активного населения, уровнем зависимости от иностранной помощи. К слову, авторы исследования полагают, зависимость от иностранной помощи является, как правило, признаком экономической несвободы, неспособности государства к самостоятельному развитию, что снижает инвестиционный потенциал государства.

Далее, это уровень конвертируемости национальной валюты и ее стабильности. Возможность свободного перелива капитала и репатриации прибыли — одно из важнейших условий для взвешенных инвестиционных решений. Это условие должно быть гарантировано законодательно и обеспечиваться национальной банковской системой. Особо следует отметить стабильность валюты по отношению к инфляции, уровень внутренних накоплений, причем не тех, которые хранятся "в чулках" и в долларах, а вложенных в национальную экономику. С этой проблемой стыкуется вопрос об амнистии теневого капитала и его добровольного возвращения из эмиграции. Ни для кого не является особым секретом, чьи деньги и предложения поступают к нам из Израиля, Кипра и других стран.

Критериями инвестиционной активности могут также быть сумма уже привлеченных иностранных инвестиций, доля экспортных поставок к объему ВВП, размер негосударственного сектора, доля продукции, для которой установлен государственный регулятор цен,

сумма эмиссии к объему бюджетного дефицита, динамика цен и тарифов, уровень золотовалютных резервов, уровень кредитных ставок, льготы налогового, таможенного и акцизного порядка для инвесторов, уровень коррупции в стране, судьба земельных участков несельскохозяйственного назначения и возможность их приватизации, целевое использование амортизации для технического перевооружения производства, уровень капитализации прибыли, возможности страхования инвестиционного риска и ипотечного кредитования. Этот, далеко не полный перечень факторов может служить основанием для определения перспектив формирования инвестиционного климата. Кстати, многие из этих факторов являются критерием принятия решений экспертами МВФ о предоставлении очередных траншей Украине. Есть, правда, и другие, как полное покрытие тарифов на коммунальные услуги со стороны потребителей.

Другими важными составляющими благоприятного инвестиционного режима являются **факторы инвестиционной привлекательности субъектов рынка**. Среди них — форма собственности, (предпочтение отдают тем, кто является полностью негосударственным) открытости информации о субъекте рынка, степень «прозрачности» его деятельности. Показатели экономического потенциала и эффективности его использования — это критерии потенциальных возможностей, определяемые наличием основного и собственного капитала, суммой оборотных активов, их структурой и степенью ликвидности, наличием заемных средств, состоянием дебиторской и кредиторской задолженности, сроками ее погашения. Обобщающим показателем финансовой устойчивости хозяйствующего субъекта является степень его финансовой независимости либо автономии. Удовлетворительным является уровень не ниже 60 %.

Особое место отводится показателям деловой активности — фактическому и подтвержденному рынком (на основе договоров, контрактов) объему продаж, уровню издержек производства и обращения, обеспечивающим безубыточность различных видов продукции и услуг. Сегодня важным элементом эффективности хозяйственной деятельности является капитальный и дивидендный доход — от операций с активами и ценными бумагами, балансовая, чистая и реинвестируемая прибыль. Степень обеспеченности производственно-хозяйственной деятельности и возможности для создания новых рабочих мест, уровень оплаты труда и уровень его конкурентоспособности — важное слагаемое инвестиционного имиджа компании.

Есть еще один существенный критерий — это наличие земельного участка и не только с точки зрения размеров платежей в местный бюджет за пользование ним. Важны перспективы его приватизации и возможность развития данного объекта в будущем. Земля становится вместе с живым трудом самым дорогим товаром и это естественно.

Важный момент инвестиционной привлекательности — наличие определенного уровня материальных активов, степень их ликвидности, которые при определенных условиях могут быть элементом залога, использоваться для формирования уставного фонда вновь создаваемого субъекта (СП), для эмиссии акций, а также для определения стартовой цены объекта в случае его продажи с аукциона при проведении процедуры банкротства.

По уровню инвестиционной привлекательности и надежности субъекты рынка могут быть сгруппированы в *пять групп*. В *первую группу* входят абсолютно надежные компании, к которым нет никаких замечаний со стороны партнеров, банков, финансовых и фискальных органов. Такие компании специалисты фондового рынка относят к так называемым “голубым фишкам”. В Украине их практически можно перечислить на пальцах двух рук, они находятся под особым попечительством государства и вопросы инвестирования в эти компании регулируются государством централизованно. Оно и понятно — лакомые куски упускать опрометчиво.

Вторую группу составляют те субъекты рынка, которые имеют определенные замечания, но эти замечания не носят принципиального характера и могут быть решены собственными средствами (найжены новые рынки сбыта, решен вопрос об альтернативных источниках сырья и т.д.)

В *третью группу* входят те, кто имеет признаки финансовой напряженности, проблемы общей и текущей ликвидности. Но у этих компаний есть собственные ресурсы для ликвидации такой напряженности. *Представители первой-третьих групп* могут быть потенциально привлекательны для инвестора. Для этого следует подготовить обоснованный инвестиционный проект и попытаться его продвинуть на рынке инвестиций.

Сложнее с представителями *четвертой и пятой групп*, куда входят компании с повышенной степенью риска, для которых предварительно необходима реструктуризация, смена формы собственности, состава учредителей, диверсификация хозяйственных связей, корен-

ная реконструкция производства и сферы сбыта. Практически перспективны компании с уровнем риска больше единицы (при этом риск оценивается отношением суммы заемного (привлеченного) капитала к оборотным активам).

В качестве показателей инвестиционной привлекательности могут быть использованы следующие критерии — коэффициент деловой активности, уровень риска, наличие либо отсутствие “больных” статей баланса, уровень капитализации прибыли, доля заемного капитала, степень ликвидности баланса, срок востребованности дебиторской и погашения кредиторской задолженности, чистая прибыль на одну акцию, денежный поток на единицу активов, степень годности (изношенности) основных фондов.

Комиссия по ценным бумагам и фондовому рынку рекомендует также к использованию ряд самостоятельных показателей, характеризующих степень инвестиционной привлекательности субъектов рынка и используемых в ходе реализации их ценных бумаг на фондовой бирже и в системе электронных торгов. К таким относятся — величина активов компании (400 тыс. ЭКЮ), объем эмиссии не менее 2000 000 акций номинальной стоимостью 0,25 грн., прибыльность по итогам финансового года, наличие определенного количества акционеров, у которых по данным реестра не менее 100 акций — более 2000. Эти требования в большей степени относятся к крупным и средним эмитентам.

Инвестиционный процесс подобен восхождению на Эверест или, в крайнем случае, Потемкинскую лестницу, чем выше поднимешься, тем эффективнее восприятие происходящего и шире перспективы обозрения, тем точнее понимание места и времени процесса поиска потенциального инвестора-партнера, возможных вариантов взаимовыгодного общения и сотрудничества с ним.

Если исходить из аналогий, то процесс поиска партнера, формирования условий взаимодействия и предложений к совместному сотрудничеству включает в себя множество этапов и шагов, которых как и на известной лестнице в Одессе, 192.

Не каждый сумеет и захочет преодолеть эти ступеньки последовательно. У многих появится соблазн “сесть в фуникулер”, который быстро и без особых хлопот доставит к заветной цели, что нереально. Такого “фуникулера” пока нет ни в прямом, ни в переносном смысле слова. Чудес не бывают, если они и случаются, то как правило лишь подтверждают общие тенденции развития совместного бизнеса.

Инвестиционный процесс, как показывает мировой и наш отечественный опыт, связан с формированием принципиально иной культуры предпринимательства, умения вести диалог на равных, учитывать отечественную психологию и инвестиционное мышление потенциальных партнеров, приезжающих к нам из других стран, их ментальность. Мы очень любим «козырять» где надо и не надо своей ментальностью, забывая, что наши партнеры зачастую обладают теми же «слабостями», что и мы.

Инвестиционное партнерство, на наш взгляд — это взаимовыгодное и наверняка честное сотрудничество для достижения определенной цели. Такими целями может быть выход на отечественный рынок зарубежных партнеров и украинских — на внешний. Этот процесс условно можно поделить на пять этапов:

— **первый** — подготовительный период, в ходе которого определяется, что нужно делать для поиска инвестора;

— **второй** — связан с продвижением собственного имиджа или каким образом стать инвестиционно привлекательным;

— **третий** — информационно-аналитический или как подготовить информацию для встречи с заинтересованным партнером;

— **четвертый** — охватывает вопросы инвестиционного проектирования или как построить процесс финансирования инвестиционного проекта;

— **заключительный этап** — оценочный, при котором определяется, что в результате будет иметь украинская компания и зарубежный партнер, каковы их перспективы в рамках отечественного законодательства и хозяйственной практики?

Цели международного экономического партнерства состоят в том, чтобы производить продукцию в той стране, где ее производство сопряжено с наименьшими затратами и максимальной прибылью. Целесообразность международной торговли — желание покупать за границей лишь те товары, производить которые там выгоднее и экономически целесообразнее. Международное экономическое партнерство в сфере консалтинга и информационного сервиса основано на объединении знаний и опыта, с целью возможности больше заработать или занять достойное место на рынке.

Подготовительный этап связан с ответами на вопросы, в какой сфере деловой активности — производства, торговли, услуг Вы хотели бы сотрудничать, в каких отраслях и сферах деятельности? Далее — из какой страны Вы выбираете партнера, с чем это связано — с

отсутствием предложений из других стран, знанием языка, наличием опыта совместной деятельности, традиций, рекомендации друзей. Ваша бизнес-идея реализуема только при участии партнера из этой страны? Что Вы ждете от зарубежного партнера — финансирования Ваших проектов, знаний, опыта, технологий, оборудования, международных контактов? Почему, на ваш взгляд, сотрудничество с Вами может быть интересно партнеру — из-за Вашей бизнес-идеи, более благоприятных условий партнерства в Украине на фоне других стран и регионов? Что конкретно Вы хотели бы производить вместе с партнером, насколько востребован рынком этот товар либо услуга, являются ли они конкурентоспособными? Какие личные деловые качества могут быть привлекательны для партнера у Вас и что Вы ожидаете от партнера? Среди этих факторов выделяются также пол, возраст, образование, желание учиться у других, стабильность в бизнесе и умение его достигать, коммуникабельность, знание иностранного языка и русского у партнера, знание ментальности Украины и особенностей страны, из которой прибыл партнер. Это то, что создает условия для психологической и деловой совместимости будущих участников проекта.

Как ни странно, но в этой предварительной анкете присутствуют и такие вопросы "как Вы относитесь к спиртному" и "любите ли Вы посещать рестораны", "курите ли и Ваши спортивные увлечения". Такие, на первый взгляд праздные вопросы, не имеющие отношения к бизнесу, носят вполне прагматичный характер, свидетельствуют о физическом и духовном здоровье партнера, Вашем интеллектуальном потенциале, возможности генерации новых оригинальных и продуктивных идей, как Вы переносите физические и умственные нагрузки. Очень важный аспект — организационно-правовое ведение Вашего бизнеса, которое определяет условия и возможности вливания капитала или привлечения инвестиций, кредитная история и деловая репутация.

Второй этап связан с поиском внимания со стороны зарубежных партнеров и установлением деловых контактов. В зависимости от Вашей бизнес-идеи, вида продукции и услуг, объема финансового участия и факторов случайности Вы можете выбирать различные методы привлечения внимания ("флирта с партнером"). Относительно недорогой путь возможного заключения "делового брака по расчету" — подача объявлений в деловых газетах, распространяемых в выбранной Вами стране резидента инвестиционной активности;

— прямое обращение к потенциальным партнерам — письмо или факс на языке партнера с указанием Ваших возможностей и пожеланий, рекомендаций деловых партнеров. Более дорогой — участие в выставках за рубежом, разработка обоснованных предложений в виде инвестиционных проектов и бизнес-планов.

Сформулировав свою бизнес-идею и придав ей привлекательный инвестиционный имидж, постарайтесь найти пути ее продвижения. Чем интереснее бизнес-идея, тем эффективнее должна быть ее "рекламная упаковка", тем больше внимания Вы должны уделить организации ее "смотрин" в экономическом сообществе. Бизнес-идея, как капризная и одновременно эффектная дама должна быть ухожена, должна иметь безукоризненный "макияж". Ее чаще следует выводить в свет, на суд искушенных в бизнесе партнеров. Осуществляя подготовку таких смотрин, Вы должны поступать так, чтобы убедить Вашего потенциального партнера, что Ваши успехи в бизнесе заслуживают внимания и уважения, а Вы рассматриваетесь как достойный партнер.

Одновременно поддерживайте бизнес-идею потенциального партнера, лоббируйте его интересы в экономике региона. Потребуется услуги специалистов в области проектного менеджмента, PR и рекламы, обеспечивающих всесторонний экономический анализ Вашей идеи и политику ее продвижения. Не забудьте при этом о хорошем переводчике, постарайтесь придать Вашему деловому предложению и визитке достойный вид на языке партнера.

Имидж Вашего проекта — достойное вложение средств, на этом экономить не стоит. Не забывайте — первая встреча не всегда решающая, "встречают-то по одежке, а провожают ... как получится". Будут и другие встречи, к ним требуется тщательная подготовка, контроль накладных расходов, упразднение неэффективных структур, реструктуризация производства и сбыта, поиск нестандартных управленческих решений.

Третий этап — информационно-аналитический или как подготовить информацию для встречи с заинтересованным партнером. Важным аспектом этой работы является разработка **концепции совместного дела**. При этом следует уточнить — чем занимается Ваша фирма, что Вы хотите от партнера? Является ли Ваша бизнес-идея новой, есть ли у нее конкуренты? Необходимо создавать новое предприятие или можно опираться на действующие структуры? Есть ли какие-то ограничения с точки зрения законодательства, необходима ли лицензия,

в какой организационно-правовой форме может быть сформировано СП? Кто будет отвечать за коммерческие вопросы, а кто — заниматься технической политикой, кто — вопросами производства? Как Вы предполагаете делить доходы и прибыль?

В качестве информации о себе необходимо привести краткую историю деловой активности компании на рынке, пользовалась ли прежде Ваша компания кредитными и инвестиционными ресурсами, какой объем ресурсов предполагается привлечь для реализации предлагаемого Вами проекта, в том числе — собственных. Паритетное участие в проекте — скорее плюс. Это повышает Ваши шансы, дает понять, что Вы рискуете своими деньгами наряду с партнером.

Очень важный момент — популярное разъяснение партнеру так называемых рамочных условий возможного взаимодействия законодательства Украины об иностранных инвестициях, о предпринимательстве, условиях налогообложения, таможенного, страхового и других аспектов деятельности, о защите частной собственности и капитала.

Внешнее окружение и внутренние проблемы вашего будущего проекта весьма взаимосвязаны. Мировой опыт предпринимательства свидетельствует, что совместный бизнес успешно развивается, обладая и эффективно используя экономические, организационные и интеллектуальные, освоенные природные и накопленные в ходе совместной хозяйственной деятельности партнеров ресурсы. Обычно их делят на две группы — материальные и нематериальные активы. К **материальным** относятся земля, природные ресурсы, вовлеченные в хозяйственный оборот, основной капитал и оборотные активы. К **нематериальным** — совместная предпринимательская инициатива и способность партнеров к совместной хозяйственной и финансовой деятельности и **предпринимательский талант** — как особый человеческий ресурс, некоторые другие виды нематериальных активов, не имеющие материально-вещественной формы, но имеющие стоимость (например, “гудвилл”, торговая марка, товарный знак, информация, лицензии, права на изобретения и другие).

Особое место в инвестиционном проекте отводится **маркетингу** Вашего рынка — реальным и потенциальным покупателям Вашей продукции, услуг. Маркетинговая стратегия — ключевое звено Вашей бизнес-идеи. Не имея стратегии работы на рынке, не имеет смысла ставить вопрос об инвесторе. Вы будете интересны ему лишь при условии серьезности Ваших позиций на внутреннем рынке Украины,

солидных предпосылок и намерений выйти на внешний. Постарайтесь Вашего партнера сделать соавтором Вашей бизнес-идеи.

Причем особо стоит говорить о новой нише рынка или ее расширении. Насколько конкурентоспособен Ваш товар либо услуга в сравнении с аналогами конкурентов? На каком этапе жизненного цикла находится Ваш сектор рынка и Ваша компания, можно ожидать устойчивый платежеспособный спрос, есть ли реальные рычаги для стимулирования продаж, существует ли и необходима ли сервисная сеть?

Автор не ставит перед собой задачу в рамках статьи излагать значимость, содержание и основные принципы бизнес-планирования и инвестиционного проектирования. Этим вопросам посвящено огромное количество публикаций. Предпринимателю, ищущему свой путь к инвестору, необходимо иметь общее представление о бизнес-плане, для кого, чего и в какой форме он должен быть изложен, на что следует обратить особое внимание, что можно сделать самому, а к чему лучше подключить специалистов.

Как строить свои взаимоотношения с бизнес-консультантами, прямыми и косвенными конкурентами. В чем Ваши сильные конкурентные позиции и где Вы проигрываете? Факторы месторасположения компании и какие следует ожидать расходы, связанные с использованием земли, арендой производственных помещений, оплатой коммунальных расходов, покрытием транспортных издержек. Особое место в проекте уделите **инфраструктурным факторам** — расстоянию до ближайшего аэропорта, доступности банков, аудиторов, налоговых, страховых, юридических компаний, наличию учреждений здравоохранения, питания, размещения, культуры и спорта. Ради работы с партнером иногда стоит “полюбить” и симфоническую музыку, и игру в гольф, и любовь к природе, и многое такое, о чем мы и не догадываемся.

Особое место в проекте необходимо уделить формированию производственной инфраструктуры — наличию парка оборудования, подготовке кадров, использованию патентов, ноу-хау, торговой марки партнера, учету экологических факторов, факторов материально-технического обеспечения и совместного финансирования проекта. Собственный удачный и неудачный опыт — важнейшее ноу-хау любого предпринимателя. Сколько бы ни твердили различного рода советчики — собственный опыт, увы, по-прежнему единственно мудрый учитель.

На что надеются “удачники” — ищут партнеров на основе гло-

бальной маркетинговой стратегии, получают деловые рекомендации от партнеров, обеспечивают финансирование проекта с наименьшим риском, обеспечивают конкурентные преимущества по качеству исполнения и сервисному обслуживанию, согласны на уплату с рассрочкой, используют широкий спектр рекламных средств, отслеживают кризисные процессы и осуществляют профилактику банкротств.

На чем прогорают “неудачники” — на сотрудничестве со случайными партнерами, возникшими в ходе переговоров и встреч на ярмарках (случайные связи опасны не только в сексе), попытках использования несистематизированной информации, покупке-продаже товара среднего качества, требования предоплаты, платежей через банковский вексель.

Их типичные ошибки — использование различных “отечественных ноу-хау”, о которых многие предприниматели знают да помалкивают. К примеру предлагают в качестве средства платежа банальный бартер, вынуждая инвестора продавать на западном рынке Ваш товар для возмещения своих затрат.

Финансовая фаза проекта должна венчать Ваш брачный союз, а не предшествовать его заключению. Ведь хорошо известно, что даже очень хорошие друзья и партнеры из-за финансовых проблем зачастую становятся недругами. Постарайтесь построить стратегию своего сотрудничества последовательно — маркетинг — совместная деятельность на рынке — инвестирование — совместное производство. Такая схема позволит избежать ненужных затрат и получить нужный Вам результат.

Резюмируя сказанное, следует посоветовать тем, кто ищет инвестора, беспристрастно посмотреть на себя со стороны и трезво оценить собственный инвестиционный потенциал, а уже потом активно искать реального инвестора и совместно формировать программу совместного сотрудничества. Тот кто ищет, тот всегда найдет. Дорогу осилит идущий.