



Как обеспечить конкурентные преимущества в условиях необходимости привлечения инвестиций

Аннотация. Статья посвящена проблемам обеспечения конкурентных преимуществ в целях инвестиций для развития бизнеса. Автором раскрываются пути повышения инвестиционной привлекательности хозяйствующих субъектов экономики.

Ключевые слова: инвестиции, инвестиционная активность, конкурентоспособность, имидж, инновации, инвестиционный маркетинг, инновационный менеджмент.

Раздел: (04) экономика.

Надежность компании, перспективы ее развития и статус оказывают влияние на уровень заинтересованности инвесторов во вкладывание финансовых ресурсов в ее развитие.

Инвесторам обычно необходима для принятия решения следующая информация: вид основной деятельности компании; цели, задачи и степень ответственности и исполнительности руководства компании; особенности системы управления и ее сильные и слабые стороны; лидерство компании в той или иной отрасли; основные конкуренты на рынке и уровень конкурентоспособности компании; перечень достижений и причин провалов компании за все время ее существования. Информация данного характера позволит создать положительный или отрицательный образ компании и принять решение о целесообразности инвестирования в данную компанию.

Следует отметить, что причиной сдерживания притока денежных средств в нашу страну западных инвесторов является непрозрачность отечественного бизнеса, так как на западе обязательным условием успешного развития является публичность. В настоящее время деловых партнеров не может интересовать только стабильный рост прибыли и прибыльности акции, так как инвесторам помимо конечных результатов интересны пути их достижения. А информационный вакуум, созданный руководителями предприятий не представляет возможности инвесторам увидеть истинную репутацию компании, так как причиной сомнений у инвесторов является активный пиар.

При инвестировании необходимость транспарентности бизнеса заключается и в том, что инвестор оценивает и страновые риски, уровень которых в основном зависит от политической и экономической стабильности.

Основная проблема состоит в том, что повысить уровень инвестиционной привлекательности отечественной экономики в глазах иностранных инвесторов возможно только при условии создания благоприятных условий для ведения бизнеса, а не всевозможными имиджевыми технологиями, так как они не делают прозрачным бизнес.

При формировании благоприятного имиджа, направленного на повышение уровня конкурентоспособности компании на рынке инвестиционного капитала основными направлениями коммуникационной политики должно быть:

- 1) поддержание спроса на акции компании;
- 2) повышение уровня осведомленности о компании;
- 3) налаживание контактов с потенциальными инвесторами;
- 4) постоянный мониторинг инвестиционной ситуации и ее своевременная кор-



ректировка.

Так как одним из условий развития рыночной экономики является самостоятельность хозяйствующих субъектов, то для создания благоприятных условий предпринимательской деятельности необходимо обеспечить ее в том объеме, который будет способствовать повышению инвестиционной активности и, соответственно, повышению эффективности использования иностранных инвестиций в интересах экономики нашего государства. В связи с этим приоритетными направлениями совместной предпринимательской деятельности становятся:

- совершенствование основных производств в целях укрепления экспортной базы и как следствие повышение уровня конкурентоспособности и появления возможности изменение структуры экономики на основе рационализации импорта;
- стимулирование процесса развития экспортного потенциала за счет увеличения объемов регионального экспорта и предоставления экспортерам налоговых льгот и льготных кредитов;
- повышение эффективности механизмов защиты от различных видов риска [1].

Проблема привлечения иностранных инвесторов заключается в том, что для активизации их инвестиционной активности необходимо проводить постоянный контроль таких стимулирующих факторов как потенциал экономического роста страны, период окупаемости вложенных инвестиций и уровень конкуренции на финансовых и торговых рынках страны.

Одним из действенных способов формирования благоприятного имиджа и конечно повышения уровня привлекательности для инвесторов является изменение догматизм организационно-управленческой культуры производства, существующий на отечественных предприятиях. Дело в том, что именно молодые руководители имеют возможность изменить ценности и поведение групп людей, которые в условиях глобальной экономики тормозят развитие экономики. Важно изменить укоренившиеся культурные черты и нормы поведения в связи со скептическим отношением к нововведениям и скрытым сопротивлением изменениям в традиционных методах, так как только это позволит повысить эффективность внедрения новых стратегий развития, новых технологий. Предпочтение при формировании организационной структуры предприятия следует отдавать специалистам, которые лучше разбираются не в структурах, системах, бюджетах и контроле, а в стратегиях, озарениях, вдохновенных идеях и формировании культуры. Именно такие руководители способны удачно решать внутренние организационные вопросы за счет профессионального тыла, а в результате никогда не будет проявляться нехватка предприимчивых лидеров, необходимых для решения новых стратегических задач, что положительно отразится на конкурентоспособности [2].

Причинами низкого уровня конкурентоспособности предприятий, который негативно отражается на инвестиционной привлекательности данного предприятия на рынке капитала, являются еще, как правило, и внутренние проблемы предприятий. Спектр данных проблем широк и охватывает такие составляющие, как отсутствие опыта эффективного управления инновационными и инвестиционными процессами, отсутствие компетентных сотрудников, отсутствие, по мнению руководства, необходимости прогнозирования и выявления потребительских предпочтений для удержания уже завоеванных позиций и завоевания новых рынков сбыта, а самое главное высокие издержки из-за потери технологий (недостаток информации о новых технологиях, полное отсутствие информации о рынках сбыта и недостаточное кооперирование и интегрирование с другими предприятиями) и безнадежно устаревшего обо-



рудования [3].

В целях повышения инвестиционной привлекательности, как условия повышения уровня привлекательности компании на инвестиционном рынке является создание финансовой модели компании, которая служит основой разработки стратегии развития.

Практика последних лет показывает, что на рынке инвестиционного капитала появилось относительно новое направление – инвестиционный маркетинг. Данный вид маркетинга обособлен от обычного маркетинга, так как предметом инвестиционного маркетинга является анализ инвестиционной деятельности, результаты которого позволяют раскрыть потенциал различных инвестиционных направлений и дать четкое обоснование принятия решений при разработке и реализации инвестиционных проектов и инвестиционных программ.

Инвестиционный маркетинг позволяет провести глубокий анализ этапов формирования портфельных инвестиций, определить направления инвестирования и возможности использования портфельных инвестиций в инвестиционном процессе.

Инвестиционный маркетинг способствует активизации инвестиционного процесса, поднятию уровня конкурентоспособности компаний, так как он нацелен на применение передовых научных, инновационных и рыночных знаний в области инвестиций. Это будет способствовать не только максимизации прибыли, но и увеличению, как объемов инвестиций, так и рыночной доли, что свидетельствует о росте уровня конкурентоспособности компаний при выборе инвесторами объекта инвестирования.

Еще одним очень важным моментом в повышении уровня конкурентоспособности предприятия в целях привлечения инвесторов является неотъемлемая роль внутрифирменного планирования, которое способствует экономическому росту. Следует отметить, что возникает замкнутый круг между конкурентоспособностью, инвестиционной привлекательностью, инновационной деятельностью, так как важнейшей задачей инновационного менеджмента является формирование среды, которая бы воспроизводила и осуществляла целенаправленный поиск, подготовку и реализацию нововведений, обеспечивающих конкурентоспособность организации.

Современный этап развития экономики России требует подготовки специалистов по инновационному менеджменту, владеющих методами управления научными коллективами, исследованиями и разработками и способных работать на рынке нововведений, что позволит повысить конкурентоспособность продукции, предприятий и страны в целом на мировом рынке в условиях неизбежности глобализации.

Для обеспечения высокого уровня конкурентоспособности как фирмы, так и ее товаров, необходима постоянная выработка перспектив нового бизнеса, основанная на согласовании новых идей, возникших в результате научных исследований, сложившимися или формирующимися потребностями рынка [4]. В процессе обоснования стратегии развития новых форм деятельности, в рамках фирмы должны быть взаимоувязаны возможные технические решения, потребности рынка и ее интересы. Таким образом, развитие производства может осуществляться в соответствии с одним из трех альтернативных подходов:

1) менеджер, ориентированный на рынок, направляет исследования в области, связанные с производством наиболее конкурентоспособной продукции (рыночно ориентированный подход);

2) научные работники, понимающие интересы и цели фирмы, ведут поиск новых технологий и научных открытий с хорошим коммерческим потенциалом (техническо-ориентированный подход);



3) специалисты по сбыту и научные работники сотрудничают с целью развития новой технологии с хорошими рыночными возможностями.

В результате ключевым стратегическим параметром развития предприятия и повышения уровня его конкурентоспособности в глазах инвесторов является инновация в связи с тем, что глобально меняются запросы клиентов, требования к качеству, становятся короткими жизненные циклы продукции и возрастают темпы ее обновления [5].

В условиях быстро меняющихся требований, как рынка, так и инвесторов субъекты экономических отношений должны особое внимание уделять инновационному менеджменту, который представляет собой управление разработкой и внедрением инноваций путем внедрения новых методов и форм использования материальных, трудовых и научных ресурсов, для достижения фирмой долгосрочных преимуществ в ходе ее хозяйственной деятельности и адаптации к изменениям во внешней среде. Как и менеджмент в целом, инновационный менеджмент призван достигать определенные цели, и построен на соблюдении ряда общих принципов и включает в себя несколько этапов.

В условиях конкурентной борьбы на мировом рынке инновационный менеджмент будет способствовать поддержанию основного ассортимента, создание имиджа гибкой инновационной компании, рост доходности, увеличение рыночной доли, адаптация к изменившимся условиям на рынке, адаптация к изменившимся условиям доходности, снижение риска функционирования путем диверсификации деятельности.

Дело в том, что инновационный менеджмент охватывает все стратегические и оперативные задачи управления, планирования, организации и контроля инновационных процессов на предприятии. В широком смысле он должен пониматься как менеджмент, ориентированный на изменения. Такой менеджмент отличается по своей сути от процессов принятия решений в других производственных областях, поскольку инновационные решения не являются рутинными, а предполагают наличие широкого понимания проблем предприятия и творческих способностей работников.

В результате получается, что бизнесу необходимы преобразования для того, что бы повысить инвестиционную привлекательность. Условием инвестиционной привлекательности является реализация действий, направленных на достижение среднеотраслевых показателей рентабельности продаж, чистой прибыли и отдачи на вложенный капитал. Получается, что важным условием является решение проблем убыточности и проведение анализа основных экономических показателей бизнес единиц данной сферы деятельности. Обеспечить конкурентоспособность в сфере привлечения капитала можно путем достижения положительного чистого денежного потока в среднесрочной перспективе. Сложность ситуации на рынке капитала обусловлена тем, что у менеджеров нет понимания того насколько глубоко необходимо проводить анализ конкурентных преимуществ всех участников рынка в условиях возможных спадов и подъемов, обусловленных цикличностью экономики.

Анализировать необходимо круг показателей, который позволит сформировать более полную картину о финансовой составляющей. На уровень достоверности полученной информации в ходе проведенного исследования влияет:

1) выявлена ли математическая зависимость между показателями и как она применялась в ходе проводимых исследований;

2) обязательное использование механизма сценарного планирования [6].

В ходе исследований особое внимание следует уделять возможности оценки эффективности и принятия решений по отдельным сегментам бизнеса.



Выбор показателей обязательно должен охватывать такие составляющие, которые позволили бы охарактеризовать особенности взаимоотношений с инвесторами и финансовыми институтами, с клиентами, представителями каналов сбыта и основными субъектами рынка капитала и сбыта товаров и услуг. При этом, отчеты, содержащие результаты проведенных исследований должны быть унифицированными. Унифицированность отчетов, в свою очередь, обеспечивает эффективность использования полученных данных различными пользователями результатов проведенных исследований.

Унифицированность отчетов также позволяет упорядочить информационные потоки.

Степень заинтересованности инвесторов зависит от того на сколько будут оправданы их ожидания от компании, то есть условия вхождения в капитал фирмы и соответствие предприятия предъявляемым требованиям к уровню платежеспособности, финансовой устойчивости и финансовой независимости предприятия. Однако первоначально компания может и не соответствовать предъявляемым требованиям, так как инвестиционные вливания ей необходимы именно для поднятия уровня финансовой устойчивости и прибыльности бизнеса в целом. Ставка обычно делается на вероятность перспективного роста и положительную репутацию. Это является необходимыми условиями развития бизнеса в период жесткой конкурентной борьбы, как за рынки сбыта, так и за финансовые ресурсы, необходимые для поддержания соответствующего положения на рынке. Основная причина создания инвестиционно привлекательного имиджа для компании заключается в том, что при отсутствии у компании доступа к необходимым кредитным ресурсам она может потерять завоеванные позиции на рынке, так как отстанет от своих конкурентов и в результате будет вынуждена покинуть рынок. Выходом из такой ситуации будет только привлечение стратегического инвестора, который обеспечит необходимыми финансовыми ресурсами и передовыми технологиями. Важная роль стратегическому инвестору отводится потому, что он имеет практический опыт работы в определенном секторе экономики, знает его особенности, умеет правильно оценить информацию, определить потенциал рынка, так как он имеет финансовую заинтересованность. Помимо положительных сторон, привлечение стратегического инвестора имеет и негативные стороны, так как за все надо платить. Платой в данном случае является приобретение им контрольного или близкого к нему по размеру пакета акций.

Соответственно, и интересы «стратега» отличаются от интересов кредитных учреждений. Чаще всего инвестор стремится расширить существующие или выйти на новые рынки, обеспечить себе полный производственный цикл или решить другие стратегические задачи: сокращение издержек на производство, минимизация рисков, получение определенных преференций и даже устранение действительных или потенциальных конкурентов. Взамен стратегический инвестор, в отличие от банка, может предложить не только необходимый объем финансирования, но и технологические ноу-хау, обмен профессиональным опытом и собственные каналы дистрибуции. Впрочем, развитие приобретенного производства оказывается интересно «стратегу» только в тех случаях, когда это помогает снизить затраты для вхождения на новый рынок или если совместно выпускаемый продукт будет конкурентоспособным на новых рынках и не конкурирует с продукцией стратегического инвестора [7].

Таким образом, на уровень конкурентоспособности компаний в условиях жесткой конкуренции за инвесторов оказывают влияние такие составляющие ведения бизнеса как транспарентности бизнеса, формировании благоприятного имиджа, со-



здания благоприятных условий предпринимательской деятельности, изменение догматизм организационно-управленческой культуры производства, инвестиционный маркетинг, инновационный менеджмент, унифицированность отчетов, условия вхождения в капитал фирмы. Если экономический субъект сможет, осуществляя свою деятельность, контролировать данные составляющие ведения бизнеса, то он повысит инвестиционную привлекательность своего бизнеса и тем самым обеспечит себе рост уровня прибыльности и конкурентоспособности.

Ссылки на источники

1. Иманова М. Г. Инвестиционная активность: необходимость поддержания, причины спада и пути его преодоления // Современные научные исследования. – 2014. – Вып. 2. – ART 54446. – URL: <http://e-koncept.ru/2014/54446.htm> – Гос. пер. Эл № ФС 77- 49965. – ISSN 2304-120X.
2. Иманова М. Г. Взаимодействие качества и конкурентоспособности в обеспечении конкурентных позиций на рынке // Экономика и социум: электронное научно-практическое периодическое издание. – 2013. – № 4(9). – URL: http://www.iupr.ru/osnovnoy_razdel__3_8_2013_g_/. – Гос. Пер. Эл. № ФС 77-4577. – ISSN 2225-1545.
3. Королук Е. В. Вектор экономической политики современной России // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: Экономика. – 2011. – № 2. – С. 27–32.
4. Мезенцева Е. В., Астанкова Е. Н. Оценка социально-экономического развития малого бизнеса (по материалам исследования Краснодарского края): монография. – Ставрополь: АГРУС, 2010. – 186 с.
5. Системный анализ и синтез стратегических решений в инноватике. Основы стратегического инновационного менеджмента и маркетинга / под ред. А. В. Андрейчикова, О. Н. Андрейчиковой. – М.: Либроком, 2011. – 376 с.
6. Какие преобразования помогут навести порядок в бизнесе и привлечь инвесторов. – URL: <http://fd.ru/articles/39300-kak-sdelat-biznes-prozrachnym-i-ponyatnym-potentsialnym-investoram>.
7. Оценка инвестиционной привлекательности организаций промышленности. – URL: <http://1atoll.ru>.

Marina Imanova,

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of Economics and management, Branch FGBOU VPO «Kuban State University», Tikhoretsk
marinaimanova@mail.ru

How to ensure a competitive advantage in the conditions necessary to attract investment

Abstract. The article is devoted to the problems of ensuring a competitive advantage for investment for business development. The author reveals ways of increasing the investment attractiveness of economic entities.

Key words: investments, investment activity, competitiveness, image, innovation, investment marketing, innovation management.

Рекомендовано к публикации:

Королук Е. В., доктором экономических наук, заведующей кафедрой экономики и менеджмента филиала ФГБОУ ВПО «Кубанский государственный университет» в Тихорецке, г. Тихорецк

ISSN 2304-120X



9 772304 120142



4 0