

УДК 004.9:330.332:631.11:332.1

Тимофієва Г.С.

кандидат економічних наук,  
доцент кафедри світового сільського господарства і ЗЕД  
Миколаївського національного аграрного університету

## ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕТОРІВ ЯК ФАКТОР ПОСИЛЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ РЕГІОНУ

Стаття присвячена дослідженню інформаційного забезпечення іноземних інвесторів та його впливу на інвестиційну привабливість аграрних підприємств. Визначено поняття інвестиційної привабливості підприємства. Детально описано канали розповсюдження та зміст інформації про інвестиційну привабливість аграрних підприємств регіону.

**Ключові слова:** аграрне підприємство, інвестиційна привабливість підприємства, іноземний інвестор, канали розповсюдження інформації, web-сайт.

### Тимофеева Г.С. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕТОРОВ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ АГРАРНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕГИОНА

Статья посвящена исследованию информационного обеспечения иностранных инвесторов и его влияния на инвестиционную привлекательность аграрных предприятий. Определено понятие инвестиционной привлекательности предприятия. Подробно описаны каналы распространения и содержание информации об инвестиционной привлекательности аграрных предприятий региона.

**Ключевые слова:** аграрное предприятие, инвестиционная привлекательность предприятия, иностранный инвестор, каналы распространения информации, web-сайт.

### Tymofieva G.S. INFORMATION SUPPORT OF FOREIGN INVESTORS AS A FACTOR OF STRENGTHENING OF AGRARIAN ENTERPRISES' BUSINESS CLIMATE IN THE REGIONS

The article describes the ways of information support of foreign investors and its impact on the investment attractiveness of the agrarian enterprises. The conceptual and terminological nature of investment attractiveness is given. The distribution channels and content of the investment attractiveness of farms in the region are described in details.

**Keywords:** agrarian enterprises, investment attractiveness of the company, foreign investor, distribution channels of information, web-site.

**Постановка проблеми.** На сучасному етапі розвитку України економічна ситуація в аграрному секторі ускладнена рядом проблем, сприяти розв'язанню яких може тільки поглиблення її інтеграції в систему світогосподарських зв'язків. Подальше збільшення обсягів виробництва аграрної продукції, нарощування її приросту, а також прискорення науково-технічного прогресу значною мірою залежать від освоєння інвестицій. Разом з тим в Україні склалася ситуація, що характеризується майже повною практичною відсутністю вільних коштів у державі для оновлення підприємств, галузей. А отже, особлива увага повинна приділятися проблемам та перспективам залучення іноземного капіталу, що потребує розробки напрямів підвищення інвестиційної привабливості об'єктів інвестування для іноземних інвесторів.

У той же час варто відмітити, що розвиток підприємства в умовах глобалізації тісно пов'язаний з виробництвом та використанням інформаційних продуктів, з можливістю отримати достовірну інформацію про тенденції розвитку економіки країни, її галузей та окремих підприємств, і саме це є одним із найважливіших елементів вибору напряму інвестування коштів.

Недостатній рівень спрацьованості проблеми визначення впливу інформаційного забезпечення іноземних інвесторів на стан інвестиційної привабливості об'єктів інвестування зумовили вибір теми дослідження.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Вагомий внесок в економічну теорію інвестицій, засади інвестиційної політики, оцінку інвестиційної привабливості підприємств зробили науковці: І.О. Бланк, В.Г. Більський, Ю. Брігхем, В.М. Геець, Л. Гапенські, М.С. Герасимчук, М.І. Кісіль, Т. Коупленд, І.І. Лукинов, А.А. Пересада, Г.М. Підлісецький, С.І. При-

липко, П.С. Рогожин, В.П. Савчук, В.М. Хобта, Ф.Дж. Фабоцци, У. Шарп, Л.О. Чорна та інші вчені-економісти. Питання асиметрії інформації в інвестиційних процесах розглянуто у працях Б. Айхенгріна, Дж. Акерлофа, Е. Бленкеспур, С. Гроссмана, А. Гроха, М. Єрмошенка, О. Носової, С. Чистякової та ін.

**Постановка завдання.** Метою роботи є дослідження впливу інформаційного забезпечення іноземних інвесторів на стан інвестиційної привабливості аграрних підприємств регіону та обґрунтування напрямів поширення інформації про можливість інвестування до аграрних підприємств регіону.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Одним із найбільш важливих завдань, які стоять перед інвестором, є вибір об'єктів інвестування, що мають найпривабливіші перспективи розвитку та дозволяють забезпечити найвищу ефективність інвестицій. У той же час підприємство проявляє ініціативу і прагне знайти потрібного інвестора, а потім переконати його інвестувати грошові кошти. Успіх такого переконання обумовлюється рівнем інвестиційної привабливості підприємства.

У сучасній економічній науці немає єдиного підходу до визначення суті поняття «інвестиційна привабливість підприємства». Дослідники англо-американської економічної школи, а саме Ю. Брігхем, Л. Гапенські, Т. Коупленд, Ф.Дж. Фабоцци, У. Шарп зводять інвестиційну привабливість підприємства до максимізації добробуту акціонерів, який проявляється у зростанні ціни акції. Тобто увесь фінансовий менеджмент як система фінансового управління компанією має вирішувати завдання зростання її інвестиційної привабливості. Ми вважаємо, що дослідники згаданої школи сприймають інвестиційну привабливість, ототожнюючи її з корисністю для власників [1].

І.О. Бланк розглядає інвестиційну привабливість з позицій фінансового стану підприємства як «інтегральну характеристику окремих фірм – об'єктів можливого інвестування з позицій перспективності розвитку, обсягів та перспектив збуту продукції, ефективності використання активів, їх ліквідності, платоспроможності та фінансової стійкості» [2].

Л.О. Чорна пропонує розглядати сутність поняття «інвестиційна привабливість підприємства» як взаємозв'язок двох характеристик: з боку економічного змісту (інвестиції) і з боку психологічної форми (привабливість). Виходячи з вищевикладеного, під інвестиційною привабливістю підприємства, на думку вченого, слід розуміти сукупність економіко-психологічних характеристик фінансово-господарської діяльності підприємства, які відповідають вимогам інвестора та забезпечують досягнення ефекту від вкладень при відповідному рівні ризику [3].

Встановлено, що одним із ключових елементів формування інвестиційної привабливості аграрних підприємств регіону є інформаційне забезпечення іноземних інвесторів про можливість вкладення капіталу та про майбутні вигоди від цього процесу. А саме:

- створення презентаційних матеріалів про аграрні підприємства конкретного регіону як об'єкта для залучення іноземних інвестицій: CD-ROM, рекламного буклету;
- створення WEB-сайту з метою розміщення інформації щодо конкурентних переваг аграрних підприємств, інвестиційних пропозицій, реквізитів інвестиційних фондів та організацій, їх умов інвестування;
- створення бази даних інвестиційних потреб підприємств регіону та постійне його оновлення;

– презентація інвестиційних можливостей регіону на міжнародному рівні: взаємодія з торговельно-економічними місіями України за кордоном щодо розповсюдження інвестиційних пропозицій; презентація через Інтернет інвестиційних проектів, що реалізуються в окремому регіоні;

– участь у міжнародних інвестиційних форумах, ярмарках, виставках, конференціях.

З метою залучення іноземних інвестицій державними регіональними органами та власниками окремих підприємств у регіонах України робиться чимало. Так, складаються інвестиційні паспорти міст та районів областей, в яких зазначено їх основні напрями розвитку; досліджуються виробничий, трудовий, соціально-культурний потенціали та визначаються пріоритетні напрями для залучення інвестицій. Також розробляються інвестиційні проекти та пропозиції з зазначенням назви суті та рівня готовності інвестиційного проекту, обсягу необхідних інвестицій, способу залучення інвестицій, терміну окупності інвестицій тощо.

У той же час майже вся проведена робота має загальний характер та потребує уточнення у контексті інформаційного забезпечення іноземних інвесторів щодо можливостей інвестування саме в аграрні підприємства конкретного регіону.

Разом з тим необхідно враховувати, що іноземні інвестори в умовах часових меж та наявних інвестиційних ресурсів аналізують різні джерела інформації, що в сукупності сигналізують йому про інвестиційну привабливість перспективного об'єкта вкладення капіталу. Отже, сигнал інвестиційної привабливості – це механізм, за допомогою якого суб'єкт господарювання передає додаткову інформацію зовнішнім ін-

весторам про свою інвестиційну привабливість.

На рисунку 1 представлені канали розповсюдження та інформаційні блоки, запропоновані для використання аграрним підприємствам регіонів України.

Відповідно до даних, наведених на рисунку 1, розглянемо інформаційні блоки, які можуть вплинути на прийняття рішення про вкладення коштів у досліджуване підприємство.

1. Формування та розвиток в країні інститутів гарантування та страхування іноземних інвестицій, спільних інвестиційних фондів. Ефективна система гарантування та страхування іноземних інвестицій, а також фінансова участь держави в них є обнадійливим сигналом для надходження у країну інвестиційних ресурсів.

2. Рейтингові оцінки інвестиційної привабливості України та її регіонів проводиться як міжнародними організаціями та спеціалізованими установами, так і національними, якщо мова йде про окремий регіон. Дана інформація повинна бути в загальному доступі, щоб потенційний інвестор міг нею скористатися для прийняття рішення про вкладення капіталу в аграрні підприємства конкретного регіону.



Рис. 1. Канали розповсюдження та зміст інформації про інвестиційну привабливість аграрних підприємств регіону

Джерело: побудовано автором на основі [4]

3. Точки зору провідних експертів щодо розвитку ринку аграрної продукції в Україні та місця підприємств регіону на ньому. Публічні виступи провідних експертів ринку аграрної продукції як світу, так і України, звернення керівництва країни, міністра з економічного розвитку, міністра аграрної політики та продовольства України, керівників регіонів та інших зацікавлених осіб до світового бізнесспівтовариства у процесі проведення міжнародних інвестиційних і економічних форумів, отримання приватних консультацій може слугувати про рівень інвестиційної привабливості аграрних підприємств регіону.

4. Показники господарської діяльності підприємства та наявні інвестиційні проекти даного підприємства дають змогу іноземному інвесторові конкретно визначитися з об'єктом вкладення виходячи з фінансових показників (сума вкладення, термін окупності, майбутня вартість вкладення тощо).

Отже, для формування інвестиційної привабливості аграрних підприємств регіону для іноземних інвесторів необхідним є їх інформаційне забезпечення щодо розвитку країни, регіону, галузі та конкретного підприємства.

Дослідивши досвід розвинених країн світу, ми змогли виокремити таку пропорційність подання інформації для іноземних інвесторів:

- 50% – публічні заходи (міжнародні форуми, виставки, ярмарки, семінари, конференції тощо) і засоби масової інформації;
- 30% – мережа Інтернет;
- 20% – дипломатичні та неофіційні канали.

Міжнародні інвестиційні форуми мають значну роль у сфері розвитку інвестиційної діяльності, в тому числі і в аграрному секторі. Плідна співпраця із суб'єктами господарювання регіону та гостями форуму дозволяє здійснити широке представлення інвестиційних можливостей регіону, інноваційних та інвестиційних пропозицій та проектів, розглядати можливість залучення інвестицій у сільське господарство, для розвитку малого та середнього бізнесу, налагодження бізнес-контактів підприємств окремого регіону з українськими та зарубіжними партнерами.

З метою ознайомлення потенційних інвесторів з вільними виробничими площами та земельними ділянками окремі регіони видають каталоги. Так, наприклад, у Миколаївській області видається каталог «Інвестуйте в Миколаївщину». Зацікавлені у розвитку власного бізнесу інвестори та партнери можуть знайти в цих виданнях інформацію про вільні об'єкти агропромислового призначення, земельні ділянки для розвитку рослинництва від усіх районів та міст обласного значення.

Міжнародні виставки і ярмарки є одним із кращих способів розповсюдження вітчизняного товару на міжнародному ринку. Участь у таких виставках і ярмарках допомагає підприємствам зробити свою продукцію доступною для зарубіжних споживачів, що сприяє збільшенню споживання і розширенню виробництва. Також міжнародні виставки і ярмарки допомагають споживачам дізнатися про нових виробників, нову продукцію, оцінити новинки, вироблені на міжнародному рівні.

Тенденції світової економіки свідчать про зростання ролі інформаційно-комунікаційних технологій в економічному розвитку. Державна політика України з реалізації цього процесу знайшла своє відображення у тому числі в низці законодавчих актів: законах України «Про неповні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 роки», «Про

доступ до публічної інформації», новій редакції Закону України «Про інформацію», «Про захист персональних даних», «Про адміністративні послуги»; Концепції розвитку електронного урядування, міжнародна ініціатива «Партнерство «Відкритий уряд» та Національній програмі інформатизації, а також у сукупності важливих заходів з розвитку інформаційного суспільства та інформатизації [5].

На цьому тлі позитивним є поширення Інтернету та входження країни до світового інформаційного простору. Головними перевагами Інтернету є швидкість і масовість у розповсюдженні інформації (документів, розсилок новин), зняття географічних бар'єрів та порівняно низькі витрати з просування фірми і продуктів.

З метою розміщення інформації щодо конкурентних переваг конкретного аграрного підприємства регіону, його інвестиційні пропозиції доцільним є створення web-сайту даного підприємства.

Дослідивши основні цілі та пропозиції по створенню сайтів професійних дизайнерськими студій, ми вважаємо, що для аграрних підприємств у нижніх економічних і технологічних реаліях України найбільш доцільними основними цілями є:

1. Розміщення загальної інформації про підприємство: адреса, контактна інформація, історія функціонування та основні види діяльності.

2. Розміщення інформації про товари і послуги аграрного підприємства: повідомлення про товарні та цінові пропозиції; можливі обсяги продажу продукції.

3. Залучення нових партнерів (у т.ч. іноземних інвесторів) для організації матеріально-технічного постачання та збуту аграрної продукції: надання інформації про можливі форми співпраці, наявні інвестиційні проекти.

Загалом же при розробці сайту конкретного аграрного підприємства доцільно користуватися такими порадами:

1. Розробляти зміст чи контент сайту слід з огляду на його призначення і цільову аудиторію. Зміст можуть складати рекламні публікації, фото-, відео- та довідкові матеріали, статистичні дані та різноманітні огляди.

2. Мову сайту слід обирати з огляду на цільовий регіон. Наприклад, на орієнтацію країн ЄС бажано запропонувати не тільки український, а й англійський варіант сайту. При орієнтації на зарубіжні країни варто дублювати весь зміст сайту, а не тільки ту частину, що стосується інвестиційних пропозицій. Особливо слід звернути увагу на відповідність виробництва міжнародним стандартам, наявність сертифікатів і екологічність продукції.

3. Для потенційних іноземних інвесторів доцільно передбачити закритий розділ з більш детальною інформацією про стан підприємства та з фінансовими звітами. Вхід до розділу повинен супроводжуватися процедурою авторизації відвідувача.

4. Після підбору змісту потрібно структурувати інформацію на окремі Web-сторінки, розробити загальну структуру сайту, панель меню, вибрати спосіб навігації. На головній сторінці необхідно розмістити найбільш важливу інформацію. Особливу увагу слід приділити розділу Продукції. Щоб не перевантажувати сторінку описами та характеристиками продукції, їх потрібно приводити на окремій сторінці, що може бути відкрита через гіперпосилання. Ми вважаємо, що потрібно підкреслити, на яку дату встановлені ціни, навіть якщо вони не змінювалися довгий час.

На сторінці Про компанію приводиться історія створення підприємства, місцезнаходження виробничих та переробних потужностей, коротко описується технологія виробництва, більш детально основні досягнення, сертифікація, нагороди на виставках.

Розділ Партнери повинен містити інформацію про головні підприємства – постачальники і споживачі продукції.

5. Важливим кроком у створенні сайту є вибір способу його розробки. Більш дорогим, але менш тривалим є залучення професійних студій чи окремих спеціалістів. Як правило, всі подальші процедури по створенню, розміщенню та просуванню вони беруть на себе.

6. Ім'я сайту слід задавати по назві підприємства чи напряму його діяльності, і чим коротше, тим краще. Наприклад, [www.spgurivka.ua](http://www.spgurivka.ua).

7. Для підвищення ефективності сайту його слід періодично оновлювати, тим самим демонструючи відвідувачам власне відношення до нього. Оновлення може стосуватися новин підприємства, наприклад освоєння технологій, підписання важливого контракту, ювілею підприємства, ювілейних обсягів виробництва, рекламних акцій тощо. Оновлення може здійснюватися як спеціалістами, що розробляли сайт, так і власними працівниками підприємства. Крім того, слід призначити відповідального за оновлення сайту, і він повинен робити це хоча б раз на тиждень.

Варто зазначити, що бюджет сайту складається з одноразових витрат на його створення та місячних витрат на оплату хостингу та оновлення. Місячні витрати складаються з плати за хостинг, Інтернет і оновлення.

Хостинг (англ. web-hosting, веб-хостинг) – це послуга з надання інтернет-сервера і забезпеченню його цілодобової роботи. Переважна більшість компаній розміщує сайти на спеціальних хостингових майданчиках за певну плату, бо створення власного хостингу потребує значних фінансових витрат і організаційних зусиль [6].

Сайт краще розміщувати в Україні, а ще краще у фірмі, що розміщена неподалік. Вартість хостингу залежить від умов, запропонованих віртуальним сервером. Наприклад, ВАТ «Укртелеком» пропонує два основних пакети хостингу:

а) розміщення обладнання загальною висотою до 2 юнітів з допустимою загальною потужністю, що споживається встановленим обладнанням, 0,4 кВт та вартістю 360 грн на місяць;

б) розміщення обладнання загальною висотою до 4 юнітів з допустимою загальною потужністю, що споживається встановленим обладнанням, 0,7 кВт та вартістю 720 грн на місяць.

Нами проведено дослідження економічної доцільності створення сайту аграрного підприємства на прикладі підприємств Миколаївської області. Так, витрати на створення сайту для аграрних підприємств, за нашими підрахунками, складуть менше 1% від загального прибутку підприємства. Звичайно, ця частка може коливатися в залежності від бажання підприємства отримати супутні послуги, розміру отриманого прибутку в поточному році тощо. Проте ми переконані, що підприємству потрібно створювати свій сайт, підвищуючи при цьому свою інвестиційну привабливість для іноземних інвесторів.

**Висновки з проведеного дослідження.** Інвестиційна привабливість аграрних підприємств залежить від інформаційного забезпечення іноземних підприємств їх інвестиційні можливості. Разом з тим на рівень інвестиційної привабливості підприємства впливає не тільки наявна інформація про конкретне підприємство, а і про розвиток галузі, країни та регіону. Саме тому, на нашу думку, повинен бути взаємозв'язок інформації: веб-сайт регіону/ інвестиційні можливості регіону / інформація про конкретне підприємство. Крім того, іноземному інвестору для прийняття рішення повинна бути доступною вся інформація, яку можна отримати у пресі, на міжнародних форумах, виставках та ярмарках.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Шарп У.Ф. Інвестиції / Уильям Ф. Шарп, Гордон Дж. Александер, Джеффри В. Бейли ; пер. с англ. – М. : Инфра-М, 2003. – 1028 с.
2. Бланк И.А. Инвестиционный менеджмент / И.А. Бланк. – К. : Эльга-Н, Ника-Центр, 2001. – 488 с.
3. Чорна Л.О. Результативна стратегія досягнення інвестиційної привабливості підприємства / Л.О. Чорна // Інвестиції: практика та досвід. – 2008. – № 24. – С. 4-6.
4. Огієнко В.І. Асиметрія інформації в інвестиційних процесах / В.І. Огієнко, О.В. Луняков // Актуальні проблеми економіки. – 2012. – № 1. – С. 320-333.
5. Доповідь про стан інформатизації суспільства в 2013 р. / Національний центр електронного управління державного підприємства «Державний центр інформаційних ресурсів України» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://dknii.files.wordpress.com/2013/09/>.
6. Словник інтернет-термінів. На допомогу початківцям [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://cashgo.pp.ua/>.