

128.

10. Ananko I. M. (2011). Vyznachennia znachymosti atributiv avtotransportnykh posluh [Determination of the significance of the attributes of motor transport services]. *Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti [Bulletin of the Economy of Transport and Industry]*. Vol. 33, pp. 70-74.

11. Mel'nykova O. P., Vasylenko T. Ye. (2007). Model' otsiniuvannia funktsionuvannia systemy upravlinnia iakistiu na pasazhyrs'kykh avtotransportnykh pidpriemstvakh [Model of evaluation of the functioning of the quality management system at passenger motor transport enterprises]. *Naukovi pratsi DonNTU. Seriya : ekonomichna [Scientific works of DonNTU. Series: economical]*. Vol. 32, pp. 132-138.

12. Supreme Council of Ukraine (2001). Pro avtomobil'nyj transport [On Road Transport]. Law of

Ukraine of April 5. 2001 № 2344-III. *Vidomosti Verkhovnoyi Rady Ukrayiny – The Official Bulletin of the Verkhovna Rada of Ukraine*. [in Ukrainian].

13. Supreme Council of Ukraine (2000). Pro litsenzuvannia pevnykh vydiv hospodars'koi diial'nosti [About licensing of certain types of economic activity]. Law of Ukraine dated June 1, 2000 No. 1775-III. *Vidomosti Verkhovnoyi Rady Ukrayiny – The Official Bulletin of the Verkhovna Rada of Ukraine*. [in Ukrainian].

14. Supreme Council of Ukraine (1997). Pro mistseve samovriaduvannia v Ukraini [On Local Self-Government in Ukraine]. Law of Ukraine dated May 21, 1997 (as of April 27, 2007). *Vidomosti Verkhovnoyi Rady Ukrayiny – The Official Bulletin of the Verkhovna Rada of Ukraine*. [in Ukrainian].

УДК 658:330.322

М. І. Бирка

кандидат економічних наук,
молодший науковий співробітник
відділу розвитку виробничої сфери регіону та інвестицій,
ДУ «Інститут регіональних досліджень
імені М. І. Долішнього НАН України», м. Львів

МОДЕЛЬ ВИБОРУ ІНОЗЕМНОГО ІНВЕСТОРА У ПРОЦЕСІ ЗАЛУЧЕННЯ ПРЯМИХ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ НА ПІДПРИЄМСТВО

В статті обґрунтовано концептуальну модель вибору іноземного інвестора на підставі рівнів дотримання маркетингового та соціального напрямів розвитку системи залучення прямих іноземних інвестицій на підприємство.

Ключові слова: прями іноземні інвестиції, підприємство, іноземний інвестор, інвестиційний проект, залучення інвестицій.

Byrka M. MODEL FOR CHOOSING THE TYPE OF FOREIGN INVESTORS IN THE PROCESS OF ATTRACTING FOREIGN DIRECT INVESTMENT TO THE ENTERPRISE

In the article the model for choosing the type of foreign investors based on the results of the marketing and social activity within a system of attracting foreign direct investment to the enterprises has been rationalized.

Keywords: foreign direct investment, enterprise, foreign investor, investment project, attracting investment.

Залучення прямих іноземних інвестицій (ПІІ) на підприємство реалізується у вигляді управлінських рішень, а також фінансових, матеріальних та інформаційних потоків. Взаємозв'язки сторін формують бізнес-середовище, від якості взаємодій яких безпосередньо залежить результат цього процесу, в основі якого є комунікація. Відповідно, підприємству, яке має за мету реалізувати інвестиційний проект за участі залучених ПІІ, слід проводити проактивну системну діяльність, яка дозволила б залучити найбільш відповідного іноземного інвестора та досягти визначених цілей.

Дослідженню питань, пов'язаних із залученням ПІІ присвячено багато праць відомих українських вчених, зокрема С. Захаріна, В. Кравціва, І. Лук'янова, М. Мельник, Н. Обушної, О. Рогача, В. Федоренка та інших [1-5]. Однак, основна їх увага приділяється макроекономічним аспектам. Проблематика налагодження взаємовідносин з іноземними партнерами інвестиційного проекту, що передбачає ПІІ, а особливо управління процесом залучення ПІІ на підприємство зі сторони самого підприємства, залишається маловивченою.

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОГО ПЕРІОДУ УКРАЇНИ

Метою статті є розроблення моделі вибору іноземного інвестора на основі результатів маркетингового та соціального напрямів діяльності підприємства в процесі залучення ПІІ.

Запропонована послідовність вибору іноземного інвестора, що є складовою процесу залучення ПІІ на

підприємство представлена на рис. 1. Вибір виду іноземних інвесторів здійснюється на підставі рівнів дотримання маркетингового та соціального напрямів розвитку системи залучення ПІІ на підприємство.



Рис. 1. Послідовність вибору прямого іноземного інвестора та залучення ПІІ

Примітка: удосконалено автором

Під маркетинговим напрямом діяльності підприємства в контексті залучення ПІІ ми пропонуємо розуміти спрямування зусиль та ресурсів підприємства на вивчення ринку капіталу з метою залучити ПІІ задля реалізації підготовленого інвестиційного проєкту шляхом створення попиту на нього, знаходження найбільш відповідних інвесторів та досягнення цілей підприємства через максимальне задоволення потреб інвестора впродовж терміну реалізації інвестиційного проєкту.

Основними завданнями підприємства в межах цього напрямку є розроблення маркетингової стратегії та тактики залучення ПІІ, що реалізуються за допомогою таких маркетингових інструментів, як сегментація, прицілення, позиціонування, диференціація, комплекс маркетингу.

Переконати інвестора здійснити ПІІ в конкретний проєкт є метою соціального напрямку, що передбачає активізацію діяльності проєктної команди, зусилля якої спрямовані на моделювання вигідної підприємству поведінки іноземного інвестора та налагодження з ним якісної взаємодії на всіх етапах процесу залучення ПІІ за допомогою проактивної комунікації, яка повинна попередити можливі «камені спотикання» та мінімізувати вплив невизначеності в процесі прийняття ним інвестиційного рішення щодо здійснення ПІІ.

Завданнями соціального напрямку є: виявлення та співставлення мотивів іноземного інвестора з мотивами підприємства при залученні ПІІ; виявлення та попередження потенційних поведінкових правил, що можуть демонструватись іноземним інвестором

при здійсненні ПІІ; підготовка інформаційних матеріалів, необхідних для комунікації з іноземним інвестором на всіх етапах процесу залучення ПІІ; реалізація концепції маркетингу відносин; забезпечення атмосфери позитивного сприйняття стратегії залучення ПІІ всередині колективу працівників.

Слід зазначити, що діяльність підприємства в рамках запропонованих напрямів є взаємопов'язаною. Їх сукупна результативність визначає перебіг процесу залучення ПІІ на підприємство, тобто швидкість зміни станів відповідної системи (стан підготовки системи до залучення ПІІ → стан готовності системи до залучення ПІІ → стан залучення системою ПІІ).

Кожен із вищезгаданих станів системи у межах дотримання маркетингового і соціального напрямів характеризується різноманітними параметрами. Варто зауважити, що їх кількість та зміст може бути модифікованим залежно від специфіки інвестиційного проєкту, підприємства, його розмірів, сфер діяльності, потреб інвестора тощо. В свою чергу на визначені параметри впливає різна кількість якісних та кількісних факторів зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства, оцінка яких в моделі здійснюється шляхом експертного опитування керівників машинобудівних підприємств і менеджерів консалтингової сфери. Результати їх обчислення на прикладі інвестиційного проєкту, метою якого є технічне переозброєння Довжанського машинобудівного заводу шляхом залучення ПІІ, наведені в табл. 1-2.

Розрахункові величини рівня дотримання маркетингового напрямку

Стани системи	L_i^1	α_i^1	Параметри	L_{ij}^1	β_{ij}^1	Фактори впливу на значення параметрів	L_{ijr}^1	γ_{ijr}^1	Експертна оцінка факторів впливу		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
Підготовка до залучення ПП	0,964	0,31	Повнота виконаних завдань, необхідних при залученні ПП	1,419	0,16	- компетентність та фаховість працівників, що займаються залученням ПП (рівень їх кваліфікації, презентаційні навички, знання іноз. мов (бізнес спілкування), ведення переговорів, досвід роботи з іноземними інвесторами тощо)	21,58	0,03	0,83		
						- доступність необхідної інформації	18,72	0,03	0,72		
						- мотиви зацікавлених сторін	21,06	0,01	0,81		
			Охоплення ринку іноземного капіталу	1,334	0,11	-	-	- мотиви залучення ПП	24,18	0,05	0,93
								- тенденції світового ринку капіталу	12,48	0,01	0,48
			Розмір кошторису на залучення ПП	0,281	0,27	-	-	- фінансові ресурси	8,32	0,03	0,32
								- мотиви зацікавлених сторін	3,12	0,01	0,12
			Мережева взаємодія підприємства з ін. організаціями	1,825	0,08	-	-	- участь підприємства в бізнес-асоціаціях, торгово-промисловій палаті та ін. організаціях	4,68	0,01	0,18
								- інтенсивність взаємодії з органами місцевого самоврядування	16,64	0,03	0,64
								- налагодженість співпраці підприємства з бізнес-партнерами	21,32	0,06	0,82
			Прозорість бізнесу	6,133	0,06	-	-	- бізнес-процеси	18,98	0,04	0,73
								- грошові потоки	19,24	0,06	0,74
								- система планування діяльності підприємства	16,12	0,05	0,62
								- достовірність звітності	23,14	0,05	0,89
								- організаційна структура	19,76	0,03	0,76
- структура власності	13,78	0,04						0,53			
- юридична «чистота бізнесу»	23,66	0,04						0,91			
- інші специфічні фактори, визначені підприємством/потенційним інвестором як критичні	8,32	0,02	0,32								
Готовність до залучення ПП	0,329	0,42	Репутація підприємства	2,337	0,13	- гудвіл підприємства	19,76	0,02	0,76		
						- маркетингові заходи	22,62	0,07	0,87		
						- відгуки клієнтів та партнерів підприємства	17,94	0,02	0,69		
			Динаміка розвитку контактної бази	0,839	0,03	-	-	- методи комунікації підприємства	13,78	0,03	0,53
- обставини зовнішніх ринків	10,66	0,04						0,41			
Залучення ПП	0,646	0,27	Запланований бсяг залучення ПП	4,038	0,16	- соціально-економічний стан підприємства	13,78	0,09	0,53		
						- характеристики інвестиційного проекту	22,62	0,12	0,87		
						- зовнішні обставини	8,32	0,01	0,32		

Розрахункові величини рівня дотримання соціального напрямку

Стани системи	L_i^2	α_i^2	Параметри	L_{ij}^2	β_{ij}^2	Фактори впливу на значення параметрів	L_{ijr}^2	γ_{ijr}^2	Експертна оцінка факторів впливу
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Підготовка до залучення ПП	0,365	0,39	Причетність працівників до залучення ПП	1,723	0,11	- масштабність та терміновість реалізації інвестиційного проекту за участі ПП	19,14	0,09	0,87
			Підтримка працівниками стратегії залучення ПП	0,719	0,09	- інформаційні заходи	14,74	0,03	0,67
						- кадрова політика після залучення ПП	13,86	0,02	0,63
			Конфліктність інтересів груп впливу щодо залучення ПП	1,676	0,08	- мотиви зацікавлених сторін	11,88	0,02	0,54
						- стратегія розвитку підприємства	17,16	0,06	0,78
						- можливі зміни в організаційній структурі	13,64	0,03	0,62
			Якість підготовки дод. інформ. матеріалів, спрямованих на ліквідацію асиметрії інфо в сфері дії зовнішніх факторів	0,55	0,12	- фаховість залучених осіб	19,36	0,01	0,88
						- асиметрія інформації	11,88	0,03	0,54
Готовність до залучення ПП	0,573	0,24	Динаміка роботи по залученню ПП.	1,155	0,07	- фаховість залучених осіб	20,46	0,01	0,93
						- терміновість реалізації інвестиційного проекту за участі ПП	15,84	0,06	0,72
			Зворотність зв'язку та налагодження контактів	1,729	0,04	- фаховість залучених осіб	19,36	0,01	0,88
						- тенденції зовнішніх ринків	14,74	0,03	0,67
						- мотиви потенційних іноземних інвесторів	15,62	0,07	0,71
			Частота проведення переговорів	1,107	0,11	- фаховість залучених осіб	19,36	0,01	0,88
						- зацікавленість потенційних іноземних інвесторів	18,26	0,05	0,83
			Тривалість переговорного процесу з потенційним іноземним інвестором	3,766	0,08	- фаховість залучених осіб	19,36	0,01	0,88
						- характеристики інвестиційного проекту	20,02	0,13	0,91
			- мотиви потенційних іноземних інвесторів	13,86	0,07	0,63			
Залучення ПП	0,593	0,37	Якість документації щодо інвестиційного проекту	0,979	0,18	- компетентність та фаховість працівників, що займаються залученням ПП (19,58	0,05	0,89
			Тривалість оформлення документації для кінцевої угоди між підприємством та інвестором	3,469	0,12	- стан підготовленої документації щодо інвестиційного проекту	18,7	0,13	0,85
						- фаховість залучених осіб	18,92	0,04	0,86
						- регуляторні особливості бізнес-середовища	7,04	0,04	0,32

Рівень дотримання маркетингового і соціального напрямів розвитку системи залучення ППІ на підприємство пропонується визначати за формулами:

$$L^q = \sum_{i=1}^3 \alpha_i^q L_i^q, \quad (1)$$

де

L^q – рівень дотримання q -го напрямку розвитку системи залучення ППІ, частк. од. $[0; 1]$, $q = \overline{1,2}$ (маркетинговий і соціальний напрями відповідно);

α_i^q – коефіцієнт вагомості відповідного стану системи за напрямками на момент прийняття управлінського рішення, $\alpha_i^q > 0$, $\sum_{i=1}^3 \alpha_i^q = 1$; L_i^q –

показник стану системи за напрямками, $i = \overline{1,3}$ (стани системи: «Підготовка до залучення ППІ», «Готовність до залучення ППІ», «Залучення ППІ»), де

$$L_i^q = \sum_{j=1}^{n_i^q} \beta_{ij}^q L_{ij}^q, \quad (2)$$

де β_{ij}^q – коефіцієнт вагомості j -го параметра в i -му стані системи q -го напрямку на момент прийняття управлінського рішення, $\beta_{ij}^q > 0$, $\sum_{j=1}^{n_i^q} \beta_{ij}^q = 1$; L_{ij}^q –

значення j -го параметра в i -му стані системи q -го напрямку, $j = \overline{1, n_i^q}$, (за запропонованим методом $n^1 = \sum_{i=1}^3 n_i^1 = 8$ (повнота виконаних завдань із

залучення ППІ; охоплення ринку іноземного капіталу; розмір виділеного кошторису на залучення ППІ; мережева взаємодія підприємства з іншими організаціями; прозорість бізнесу; репутація підприємства; динаміка розвитку контактної бази; запланований обсяг залучення ППІ), $n^2 = \sum_{i=1}^3 n_i^2 = 10$

(причетність працівників до залучення ППІ; підтримка працівниками стратегії залучення ППІ; конфліктність інтересів груп впливу щодо залучення ППІ; стан підготовки додаткових інформаційних матеріалів, спрямованих на ліквідацію асиметрії інформації в сфері дії зовнішніх факторів; динаміка роботи по залученню ППІ; зворотність зв'язку та налагодження контактів; частота проведених переговорів; тривалість переговорного процесу з потенційним іноземним інвестором; якість підготовленої документації щодо інвестиційного проекту; тривалість оформлення документації для кінцевої угоди між підприємством та інвестором)).

Значення j -го параметра в i -му стані системи q -го напрямку рекомендуємо обчислювати за формулою:

$$L_{ij}^q = \sum_{r=1}^{R_j^q} \gamma_{ijr}^q L_{ijr}^q, \quad (3)$$

де γ_{ijr}^q – коефіцієнт вагомості r -го фактора впливу на j -й параметр в i -му стані системи q -го напрямку на момент прийняття управлінського рішення, $\gamma_{ijr}^q > 0$,

$\sum_{r=1}^{R_j^q} \gamma_{ijr}^q = 1$; L_{ijr}^q – значення r -го фактора впливу на j -й параметр в i -му стані системи q -го напрямку, $r = \overline{1, R_j^q}$ (за запропонованим методом

$$R^1 = \sum_{j=1}^8 R_j^1 = 26, R^2 = \sum_{j=1}^{10} R_j^2 = 22.$$

Далі на основі отриманих значень пропонується обраховувати кумулятивний коефіцієнт, що характеризуватиме систему залучення ППІ на підприємство загалом:

$$L = \lambda L^1 + (1 - \lambda) L^2, \quad (4)$$

де L – кумулятивний коефіцієнт, що характеризує систему залучення ППІ на підприємство; L^1 – рівень дотримання маркетингового напрямку розвитку системи, частк. од. $[0; 1]$; L^2 – рівень дотримання соціального напрямку розвитку системи, частк. од. $[0; 1]$; λ – коефіцієнт вагомості відповідного напрямку.

Для надання оцінки системі залучення ППІ на підприємство ми використовуємо психофізичну шкалу лінгвістичних оцінок Харрінгтона з деталізацією числового значення в межах відповідного інтервалу $0 \leq L \leq 1$. Відповідно до неї відводяться інтервали числових значень з такими якісними інтерпретаціями лінгвістичних оцінок системи залучення ППІ на підприємство: $(0,80 - 1,00]$ – відмінно – високий рівень реалізації завдань за напрямками розвитку системи; $(0,63 - 0,80]$ – добре – достатній реалізації завдань за напрямками розвитку системи; $(0,37 - 0,63]$ – задовільно – задовільний рівень реалізації завдань за напрямками розвитку системи; $(0,20 - 0,37]$ – погано – низький рівень реалізації завдань за напрямками розвитку системи; $[0,00 - 0,20]$ – дуже погано – незадовільний рівень реалізації завдань за напрямками розвитку системи.

Надалі пропонується розставити види прямих іноземних інвесторів (інституційний, стратегічний, приватний) у відповідність до значення кумулятивного коефіцієнта (4) та проранжувати їх за привабливістю для залучення ППІ на підприємство в межах відповідного інтервалу $0 \leq L \leq 1$ (рис. 2).

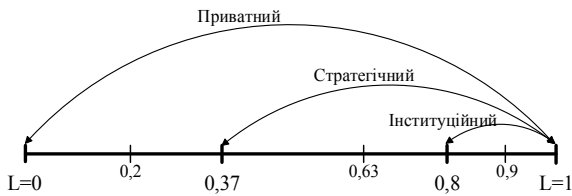


Рис. 2. Відповідність виду прямого іноземного інвестора до значення кумулятивного коефіцієнта оцінки системи залучення ПІІ на підприємство
Примітка: запропоновано автором

Передбачається, що кожен з видів прямих іноземних інвесторів характеризується своїм ставленням до прийняття ризикових рішень. На основі цього припущення інвестори поділяються на ризикові та неризикові. При значеннях кумулятивного коефіцієнта, що знаходиться в інтервалах [0,8 – 0,9), [0,37 – 0,63), [0 – 0,2), інвестиційна пропозиція підприємства буде більш цікавою ризиковим інституційним, стратегічним та приватним прямим іноземним інвесторам відповідно, а при значеннях [0,9 – 1], [0,63 – 1], [0,2 – 1] – групі неризикових інвесторів за запропонованими видами.

Визначившись із видом інвестора, підприємство приступає до налагодження контакту між сторонами прямого іноземного інвестування (див. рис. 1). Проходження цього етапу передбачає інформування іноземного інвестора про наступне: технічні характеристики реалізації інвестиційного проекту;

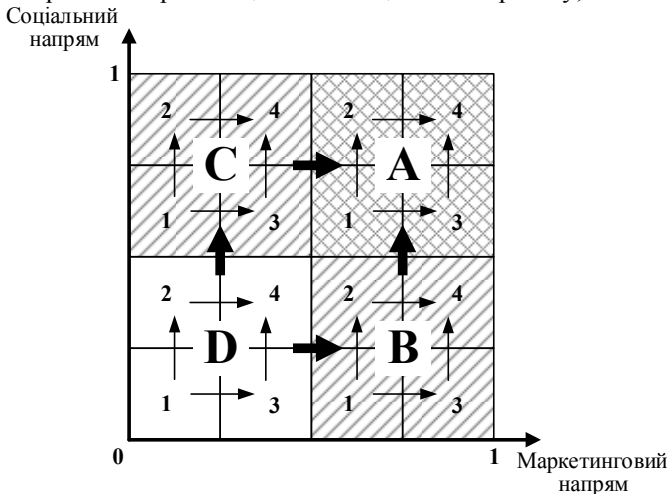


Рис. 3. Матриця вдосконалення реалізації завдань за напрямками розвитку системи залучення ПІІ
Примітка: запропоновано автором

Зважаючи, що кожне з таких вдосконалень потребує затрат часу та ресурсів підприємства, пропонуємо проранжувати значення рівнів дотримання напрямів, до яких є найбільші претензії іноземного інвестора, в порядку важливості, що задовольняють умову:

$$L_{ijr}^q \leq L_{ijr}^{q*}$$

де L_{ijr}^q – значення r -го фактора впливу на j -й параметр в i -му стані системи q -го напрямку розвитку

показники економічної ефективності інвестиційного проекту; значення рівнів дотримання маркетингового та соціального напрямів розвитку системи залучення ПІІ з деталізованою характеристикою кожного з них.

На третьому етапі залучення ПІІ очікується та обговорюється інвестиційне рішення. Якщо інвестор, отримавши всю інформацію про проект, готовий вкласти кошти, то процес завершується підписанням угоди, що відповідає 11-му пункту послідовності вибору іноземного інвестора. Якщо ж інвестор, проаналізувавши доступну інформацію, ще не готовий вкласти кошти, то відбувається перехід до 4-го етапу, на якому з метою підвищення зацікавленості інвестора інвестиційним проектом узгоджується перелік вимог, які потрібно виконати підприємству для подальшої співпраці. Ці зміни в основному відобразатимуться підвищенням значення кумулятивного коефіцієнта через рівні дотримання маркетингового та соціального напрямів розвитку системи, що характеризує систему залучення ПІІ.

З метою наочної візуалізації пропонується побудувати матрицю вдосконалення реалізації завдань, де за значеннями рівнів дотримання маркетингового та соціального напрямів розвитку системи залучення ПІІ відслідковується приналежність до певного сектора, кожен з яких вказує на вид прямого іноземного інвестора, що є доступним підприємству на даному етапі залучення ПІІ (рис. 3).

Сектор А представляє групу інституційних інвесторів;

сектори В та С – групу стратегічних інвесторів (сектор А для них є привілейованим);

сектор D – групу приватних інвесторів (сектори А, В та С – привілейовані).

У кожному із секторів А-D 1-й підсектор відповідає ризиковому інвестору, 4-й – неризиковому, а 2-й та 3-й – це інвестори, які схильні до ризику. Можна зауважити, що кожен з видів прямих іноземних інвесторів зацікавлений в досягненні найкращого для себе значення, який відповідає 4-му квадранту кожного сектору.

системи залучення іноземного інвестора, $q = \overline{1,2}$;

L_{ijr}^{q*} – оптимальне (на думку інвестора) значення r -го фактора впливу на j -й параметр в i -му стані системи q -го напрямку розвитку системи залучення іноземного інвестора.

Таким чином, вдосконалення результатів, залежних від дисфункціональних факторів, визначається вартістю їх проведення. Додаючи ці затрати до загальних затрат на залучення іноземного інвестора, постає необхідність перерахунку значень рівнів дотримання напрямів розвитку системи. Якщо

виконуватимуться умови, що значення рівня дотримання відповідного напрямку задовольнятимуть вимоги іноземного інвестора або затрати на удосконалення факторів впливу на параметри станів системи за відповідними напрямками розвитку системи залучення ПІІ будуть в межах бюджету впровадження проекту, тоді підприємство в змозі перейти до вдосконалення відповідного r -го фактору впливу на j -й параметр в i -му стані системи q -го напрямку розвитку системи залучення ПІІ, що дасть змогу підписати інвестиційний контракт.

Якщо ж ці умови не будуть виконані, то підприємству слід зосередити свою увагу на інвесторі нижчого виду пріоритетності з меншими вимогами до значень рівнів дотримання напрямів системи залучення ПІІ та за потреби провести всю процедуру представлення та удосконалення заново. Якщо ж підприємство не зможе залучити іноземного інвестора, або ж затрати на вдосконалення

результативності напрямів системи залучення ПІІ перевищать початковий бюджет на впровадження інвестиційного проекту, тоді слід активізувати 10-й пункт послідовності вибору іноземного інвестора – це призупинення або ж ліквідація проекту. В такому випадку підприємство понесе збитки в розмірі бюджету впровадження проекту. Таким чином, одним із основних завдань підприємства при залученні ПІІ є підписання договору з іноземним інвестором за мінімальних затрат на його залучення.

Як вже згадано, запропонована модель вибору прямих іноземних інвесторів залежно від рівнів дотримання маркетингового і соціального напрямів розвитку системи залучення ПІІ на підприємство була застосована на прикладі інвестиційного проекту, метою якого є технічне переозброєння Довжанського машинобудівного заводу шляхом залучення ПІІ. У табл. 3 наведено узагальнені результати необхідних обчислень.

Таблиця 3

Значення рівнів дотримання маркетингового і соціального напрямів розвитку системи залучення ПІІ на Довжанський машинобудівний завод

Стани системи	Маркетинговий напрям		Соціальний напрям	
	Рівень дотримання напрямку	Коефіцієнти вагомості станів системи	Рівень дотримання напрямку	Коефіцієнти вагомості станів системи
Підготовка до залучення ПІІ	0,964	0,31	0,365	0,39
Готовність до залучення ПІІ	0,329	0,42	0,573	0,24
Залучення ПІІ	0,646	0,27	0,593	0,37
		$L^1 = 0,611$	$L^2 = 0,499$	

При значеннях коефіцієнтів вагомості маркетингового і соціального напрямів 0,56 і 0,44 відповідно, кумулятивний коефіцієнт становить 0,562, що дозволяє зробити висновок: для реалізації інвестиційного проекту з технічного переозброєння Довжанського машинобудівного заводу необхідно активізувати зусилля суб'єктів залучення ПІІ на пошук та налагодження контактів із стратегічним або ж приватним інвестором, схильними до ризику.

Отже, шляхом визначення рівня дотримання напрямів розвитку системи залучення ПІІ, а відтак через обчислення кумулятивного коефіцієнту можна не лише надати оцінку функціонуванню системи, а й визначити вид прямого іноземного інвестора, залучення якого є доступним підприємству, зважаючи на наявний вплив факторів внутрішнього і зовнішнього середовища у визначений проміжок часу. Оскільки вимоги кожного виду інвестора до інвестиційного проекту відрізняються залежно від їх мотивів, стан окремих аспектів інвестиційного проекту є предметом переговорів зацікавлених сторін, а результат їх вдосконалення буде відображатися на значенні кумулятивного коефіцієнта. Однак, кожне таке вдосконалення передбачає додаткові затрати часу та ресурсів, що зумовлює необхідність їх співставлення з бюджетом, виділеним на залучення ПІІ. Відповідно, можливими подальшими кроками при ухваленні управлінського рішення є: 1)

приступити до вдосконалення з метою задоволення вимог інвестора; 2) приступити до пошуку інвестора нижчого виду пріоритетності з меншими вимогами до інвестиційного проекту; 3) призупинити або ж відмовитись від реалізації інвестиційного проекту шляхом залучення ПІІ.

Список використаних джерел

1. Захарін С.В. Механізм державного регулювання іноземного інвестування/ С.В. Захарін; Інститут економіки НАН України. – Київ, 2003. – 162 с.
2. Кравців В. С. Залучення прямих іноземних інвестицій в економіку України: проблеми та політика активізації: монографія/ В. С. Кравців, М. І. Мельник, В. Б. Антонов; НАН України, Інститут регіональних досліджень. – Львів, 2011. – 368 с.
3. Лук'янов І.В. Іноземні інвестиції в економіку України у перехідний період: монографія / І.В. Лук'янов; Українська академія наук, Відділення економіки і управління. – Київ : Фенікс, 2011. – 114 с.
4. Обушна Н. І. Державне регулювання прямих іноземних інвестицій в Україні / Н. І. Обушна, Т. В. Мацибора. – Київ: ННЦ „Інститут аграрної економіки”, 2012. – 193 с.
5. Федоренко В. Г. Економічні та організаційно-правові аспекти іноземних інвестицій в Україні: [монографія] / В. Г. Федоренко, Т. О. Проценко, В. В.

Солдатенко, Д. В. Степанов. – Ірпінь : Національна академія ДПС України, 2004. – 398 с.

References

1. Zakharin, S.V. (2003). *Mekhanizm derzhavnoho rehuliuвання inozemnoho investuvannya [The mechanism of state regulation of foreign investment]*. Kyiv: NAN Ukraine, Instytut ekonomiky, p. 162. [in Ukrainian].

2. Kravtsiv, V. S., Melnyk, M. I. & Antonov, V. B. (2011). *Zaluchennia priamykh inozemnykh investytsii v ekonomiku Ukrainy: problemy ta polityka aktyvizatsii. [Attracting foreign direct investment to Ukraine: problems and policy activation]*. Lviv: NAN Ukraine, Instytut rehionalnykh doslidzhen, p.368. [in Ukrainian].

3. Lukyanov, I. V. (2011). *Inozemni investytsii v ekonomiku Ukrainy u perekhidnyi period [Foreign investment in the economy of Ukraine in transition period]*. Kyiv: Ukrainska akademiia nauk, Viddilennia ekonomiky i upravlinnia, Feniks, p. 114. [in Ukrainian].

4. Obushna, N. I. & Matsyhora, T. V. (2012). *Derzhavne rehuliuвання priamykh inozemnykh investytsii v Ukraini. [State regulation of foreign direct investment in Ukraine]*. Kyiv: NNTs „Instytut ahrarnoi ekonomiky”, p. 193. [in Ukrainian].

5. Fedorenko, V.G., Protsenko T. O & Soldatenko, V.V. (2004). *Ekonomichni ta orhanizatsiino-pravovi aspekty inozemnykh investytsii v Ukraini [Economic and organisational aspects of foreign direct investment in Ukraine]*. Irpin: Natsionalna akademiia DPS Ukrainy, p. 398 [in Ukrainian].

УДК 657;658;347.73

Н. І. Пилипів

доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри теоретичної та прикладної економіки
ДВНЗ «Прикарпатський національний університет
імені Василя Стефаника», м. Івано-Франківськ

Ю. В. Максимів

кандидат економічних наук,
доцент кафедри обліку і аудиту,
ДВНЗ «Прикарпатський національний університет
імені Василя Стефаника», м. Івано-Франківськ

**СУТНІСТЬ БАНКРУТСТВА ПІДПРИЄМСТВА ЯК ЕКОНОМІЧНОЇ КАТЕГОРІЇ ДЛЯ
ПОТРЕБ ОБЛІКУ ТА АУДИТУ**

Стаття спрямована на обґрунтування теоретичних засад обліку суб'єктів господарювання щодо якого здійснюються судові процедури банкрутства та аудиту їх фінансово-господарської діяльності. Обґрунтовано застосування комплексного підходу до визначення сутності категорії «банкрутство», у контексті розгляду суміжних до неї понять, які в сукупності формують систему взаємопов'язаних складових та виокремлено двояке значення банкрутства як характерного для ринкової економіки явища.

Ключові слова: банкрутство, неплатоспроможність, санація, грошове зобов'язання, облік, аудит

**Pylypiv N., Maksymiv Y. THE ESSENCE OF THE BANKRUPTCY OF ENTERPRISES AS ECONOMIC
CATEGORY FOR THE USE OF ACCOUNTING AND AUDIT**

This article examines theoretical bases of accounting of subjects of enterprises about how to carry out judicial procedures of bankruptcy and audit of their financial-economic activity. We show the use of complex approach for determining the essence of category of “bankruptcy” in the context of understanding related concepts and separating out two-sided meaning of bankruptcy as a characteristic of economic activity.

Key words: bankruptcy, inability to pay, sanctions, monetary commitments, accounting, audit

Складні соціально-економічні процеси, що відбуваються в Україні, пов'язані з інтеграцією її у світовий економічний простір, глобалізацією світової економіки, потребують особливого підходу до активізації трансформаційних змін у діяльності підприємств, які в умовах жорсткої ринкової конкуренції перебувають під загрозою потенційного

банкрутства. Тому актуалізуються завдання застосування ефективних інструментів управління діяльністю суб'єктів господарювання, серед яких одним з найважливіших є якісне інформаційне забезпечення процесів реалізації відповідних судових процедур банкрутства задля відновлення платоспроможності боржника або визнання його