

УДК 330.322:334.722.1-043.86

## 6. ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ ЧПУП «ЗАВОД ЭЛЕКТРОНИКИ И БЫТОВОЙ ТЕХНИКИ “ГОРИЗОНТ”»: АНАЛИЗ ФАКТОРОВ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ЕЕ ПОВЫШЕНИЮ

*Куликовская А.С., студентка гр.274004, Маскевич А.А., студентка гр.274004*

*Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники  
г. Минск, Республика Беларусь*

*Лазаревич И.М. – канд. эконом. наук, доцент*

**Аннотация.** Инвестиционная привлекательность предприятия определяется его производственными, финансовыми и управленческими характеристиками, влияющими на решения инвесторов. Основным фактором является рентабельность капитала. Чтобы выбрать перспективные инвестиционные проекты, важно оценить привлекательность предприятий. В статье рассмотрены факторы, влияющие на привлекательность, и предложены рекомендации для ее улучшения и привлечения инвестиций.

**Ключевые слова.** Инвестиции, привлекательность, инвестиционные риски, инновационная деятельность, анализ.

### **Введение.**

В последние годы все большее значение приобретают инвестиции, которые обеспечивают доступ к необходимым ресурсам. Однако предприятия, воспользовавшись инвестициями, должны обеспечить гарантию минимизации рисков инвесторам, реализуя долгосрочное устойчивое развитие предприятия. Индикатором успешности компании с точки зрения инвестора является ее инвестиционная привлекательность.

### **Основная часть.**

В современной экономике ключевую роль в обеспечении устойчивого развития и конкурентоспособности государства и компаний играет их инвестиционная привлекательность. По мнению ученого Бланка И. А., инвестиционная привлекательность с точки зрения финансового состояния организации интерпретируется в качестве «интегральной характеристики отдельных фирм – объектов возможного инвестирования с позиций перспективности развития, объемов и перспектив сбыта продукции, эффективности использования активов, их ликвидности, платежеспособности и финансовой устойчивости» [1]. Согласно Закону Республики Беларусь «Об инвестициях», инвестиции – любое имущество и иные объекты гражданских прав, принадлежащие инвестору на праве собственности, ином законном основании, позволяющем ему распоряжаться такими объектами, вкладываемые инвестором на территории Республики Беларусь способами, предусмотренными настоящим Законом, в целях получения прибыли (доходов) и (или) достижения иного значимого результата либо в иных целях, не связанных с личным, семейным, домашним и иным подобным использованием [2].

Потенциальному инвестору для повышения вероятности успешного исхода вложений необходимо провести анализ инвестиционного актива, используя пирамиду инвестиционной привлекательности [3], которая состоит из четырех уровней: инвестиционная привлекательность страны, региона, отрасли и предприятия. Нижний уровень пирамиды – это инвестиционная привлекательность страны, которая отражает общее состояние финансовой, социальной и политической сферы страны. Это общая категория, которая определяет целесообразность инвестиционной деятельности в стране в целом. Инвестиционная привлекательность региона зависит от экологического и экономического развития, а также от качества инфраструктуры региона и его налоговых льгот. Инвестиционная привлекательность отрасли зависит от политики отрасли от перспектив развития отрасли в определенном регионе или стране в целом. Привлекательность отрасли также зависит от барьеров для входа и выхода из отрасли, конкуренции и инновационного развития отрасли. На вершине пирамиды расположена инвестиционная привлекательность конкретного предприятия [4]. Причиной такого выбора является то, что абсолютно нецелесообразно инвестировать финансы в отрасль или регион без перспектив развития.

Таким образом, если инвестор считает все три ступени перспективными со своей точки зрения, он будет готов вложить финансовые ресурсы в определенное предприятие. Говоря об инвестиционной привлекательности, не стоит забывать о возможных рисках. Инвестиционные риски можно разделить на три уровня: макроуровень, средний уровень, микроуровень. В макроуровне инвестиционных рисков входят глобальные события, которые непосредственно влияют на ситуацию в мире или отдельных его регионах. К таким рискам относятся нарушения глобальных цепочек поставок, вооруженные конфликты и пандемии. Средний уровень состоит из рисков, связанных с определенным сектором экономики,

например: конкуренция, уровень инновационного развития, изменение продукта. К микроуровню принадлежат специфические риски, которые направлены прямо на инвестиционный проект. Эти факторы оцениваются с помощью различных инструментов финансового анализа. Таких, как статистические мультипликаторы рентабельности, способные описать экономическую эффективность предприятия и сделать вывод о его инвестиционной привлекательности. К ним относятся рентабельность активов (ROA), рентабельность собственного капитала (ROE).

Оценка инвестиционной привлекательности обязательно должна включать в себя как количественные, так и качественные параметры. Комплексная методика включает в себя четыре основных блока, каждый из которых предназначен для оценки важнейших аспектов деятельности предприятия на рынке: 1. Блок оценки финансового состояния: анализ финансовой стабильности организации и её бизнес-развития. 2. Блок оценки надежности: анализ ценных бумаг, выпускаемых предприятием, с точки зрения рыночной стоимости. 3. Блок оценки инвестиционных проектов: изучение опыта реализации проектов, их количества, объема и эффективности. 4. Формирование рейтингового показателя инвестиционной привлекательности, который отражает степень привлекательности компании для инвесторов.

В Республике Беларусь существует множество структурообразующих предприятий, которым целесообразно повысить инвестиционную привлекательность с целью привлечения дополнительных инвестиций. Например, ЧПУП «Завод электроники и бытовой техники «Горизонт»» является одним из ведущих предприятий холдинга «ГОРИЗОНТ», которое специализируется на производстве широкого ассортимента электронной и бытовой техники, включая телевизоры, аудио- и видеоаппаратуру, а также различные бытовые приборы. ЧПУП «Завод электроники и бытовой техники «Горизонт»» обслуживает как B2B, так и B2C рынки, активно работает на рынках СНГ и Европы, расширяя своё присутствие и укрепляя позиции среди ведущих производителей электроники и бытовой техники: «Каждый второй проданный на рынке ЕАЭС телевизор произведен холдингом «ГОРИЗОНТ» [5].

Для проведения сравнительного анализа инвестиционной привлекательности была выбрана компания из того же белорусского отраслевого сегмента, занимающаяся производством телевизионной техники и бытовой электроники – ОАО «Витязь», которая является крупным производителем телевизионной техники и бытовой электроники (телевизоры, бытовая техника, медицинская техника, специальное оборудование, электростанции для аккумуляторов электромобилей), а также предоставляет услуги по проектированию, сборке, металлообработке, литью, деревообработке и лазерной резке. Компания работает с различными регионами Республики Беларусь и СНГ.

Был проведен сравнительный анализ финансового состояния двух предприятий по данным за 2023 год. По результатам анализа были сделаны выводы:

ОАО «Витязь»: компания имеет солидные внеоборотные активы, что указывает на значительные долгосрочные инвестиции в основные средства и нематериальные активы; оборотные активы компании также велики, что говорит о её способности быстро обращать активы в наличные средства; рентабельность собственного капитала и активов весьма высока, что свидетельствует о эффективности управления.

ЧПУП «Завод электроники и бытовой техники «Горизонт»»: оборотные активы компании составляют значительную часть её общих активов, что может указывать на активную торговую деятельность; рентабельность собственного капитала и активов компании ниже, чем у ОАО «Витязь», что может свидетельствовать о меньшей эффективности управления. В целом, обе компании имеют сильные показатели, но ОАО «Витязь» выглядит более привлекательной для инвесторов с точки зрения рентабельности.

Рентабельность собственного капитала ОАО «Витязь» составила 18,05%, что в два раза выше, чем рентабельность ЧПУП «Завод электроники и бытовой техники «Горизонт»», равная 8,14%. Рентабельность активов ОАО «Витязь» в том же году составила 8,28%, что почти в два раза выше, чем рентабельность активов ЧПУП «Завод электроники и бытовой техники «Горизонт»», равная 4,42%.

Анализ инновационных проектов компаний показал, что, например, поддерживая развитие «зеленых» технологий, в 2017 году ОАО «Витязь» приступило к разработке, производству и продаже зарядных станций для электротранспорта белорусского производства, став участником Госпрограммы. Сегодня в линейке компании более 20 моделей электростанций различных модификаций. Их постоянно совершенствуют, ассортимент регулярно расширяется. Также для удобства пользования было разработано мобильное приложение «ISKRA». Любой владелец электромобиля может скачать и установить на свой смартфон. С его помощью легко найти зарядную станцию на карте, выбрать подходящий разъем, отследить ход зарядки и оплатить услугу

ЧПУП «Завод электроники и бытовой техники «Горизонт»» представил первый ноутбук отечественного производства «Горизонт», также известный как H-book MAK4. Проект ноутбука обладает уникальностью и инновационностью в нескольких аспектах. Во-первых, это первый ноутбук, полностью разработанный и произведенный в Республике Беларусь, что само по себе является

значительным достижением. Это отражает стремление страны к технологической самостоятельности и подчеркивает ее способность конкурировать на мировом рынке электроники. Во-вторых, несмотря на то, что большая часть комплектующих импортируется, процесс сборки осуществляется на территории страны. Это позволяет контролировать качество продукции и способствует развитию местной промышленности. Степень локализации производства составляет 12%, и в будущем планируется ее увеличение до 35%. В-третьих, в ноутбуке «Горизонт» используются последние технологические достижения, включая процессоры Intel Core 11-го поколения и операционную систему Windows 11. Это делает его современным и конкурентоспособным продуктом.

Несмотря на то, что ЧПУП «Завод электроники и бытовой техники «Горизонт»» сделал значительный прорыв, выпустив первый ноутбук отечественного производства «Горизонт», использование импортных комплектующих может представлять определенные ограничения. В контексте инвестиционной привлекательности, использование импортных комплектующих в производстве ноутбука может представлять определенные риски, так как ставит компанию в положение зависимости от зарубежных поставщиков.

Таким образом, последние инновационные проекты компаний имеют свои преимущества и недостатки. Преимущества и значимость: ОАО «Витязь» сфокусировалось на разработке продукции для электротранспорта, что актуально в современном мире с переходом к экологически чистым технологиям, ЧПУП «Завод электроники и бытовой техники «Горизонт»» же представило уникальный отечественный продукт, что важно для развития отечественной промышленности и технологической самостоятельности. Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод, что обе компании проявляют инновационную активность, однако, в данном аспекте, инвестиционная привлекательность может быть выше у ЧПУП «Завод электроники и бытовой техники «Горизонт»», благодаря созданию уникального отечественного продукта, который подчеркивает технологическую самостоятельность и развитие отечественной промышленности.

Недостатки: ЧПУП «Завод электроники и бытовой техники «Горизонт»» демонстрирует более низкий уровень оборотных активов, что может свидетельствовать о менее значительных инвестициях в развитие производства и технологическое обновление, имеет более низкую чистую прибыль по сравнению с ОАО «Витязь». Недостаточное финансирование развития и более низкая прибыльность могут ограничить возможности роста и развития данной компании, что делает ее менее привлекательной для инвесторов, и может потенциально повлиять на ее долгосрочную устойчивость на рынке.

Для повышения инвестиционной привлекательности предприятия ЧПУП «Завод электроники и бытовой техники «Горизонт»» рекомендовано:

1. Увеличить долю отечественных компонентов в своих продуктах через разработку и реализацию программы импортозамещения комплектующих. Это не только укрепит бренд «сделано в Беларуси», но и может способствовать росту популярности на внутреннем и международном рынках.

2. Усовершенствовать комплекс применяемых маркетинговых инструментов. В частности:

2.1 Использовать и развивать социальные сети для продвижения предприятия и его продукции. Для этого необходимо создать аккаунты в популярных социальных сетях, таких как Facebook, Instagram, TikTok для использования таргетированной рекламы. Также их можно использовать для создания и участия в совместных проектах и партнёрствах, которые имеют схожую или дополняющую сферу деятельности, целевую аудиторию или ценности. Это позволит привлекать и удерживать внимание потенциальных и существующих потребителей как на B2B, так и на B2C рынках, и получать обратную связь для улучшения качества продукции; обмениваться опытом и знаниями с партнерами, а также реализовывать совместные проекты и акции, направленные на привлечение инвестиций и потребителей.

2.2. Участвовать в международных выставках по технологиям, связанным с производством электроники и бытовой техники, таких как Productronica China 2024, KazInterPower 2024 в Казахстане, GITEX Shopper 2024 в ОАЭ и Lightexpo Kenya 2024. Это позволит продемонстрировать продукцию ЧПУП «Завод электроники и бытовой техники «Горизонт»» широкой аудитории потенциальных инвесторов, клиентов и партнёров, а также узнавать о новинках и трендах в своей отрасли.

2.3. Спонсировать экологические выставки и мероприятия, а также презентовать свои достижения от лица участников. Международная специализированная экологическая выставка «ECOLOGY EXPO – 2024» представляет собой отличную возможность для привлечения новых инвесторов и повышения инновационной привлекательности. В качестве спонсора мероприятия, компания может получить значительное внимание как от участников выставки, так и от посетителей. В рамках участия и спонсорства, ЧПУП «Завод электроники и бытовой техники «Горизонт»» сможет продемонстрировать собственные экологические технологии и разработки, привлечь внимание к своим продуктам и услугам, а также подчеркнуть свою ответственность перед окружающей средой. Одним из подобных проектов является «Разработка комплексных решений для умного города». Благодаря участию в деловой программе выставки, компания сможет активно участвовать в диалогах и площадках

*60-я Юбилейная Научная Конференция Аспирантов, Магистрантов и Студентов БГУИР,  
Минск 2024*

по развитию экономики замкнутого цикла, что способствует укреплению деловых связей и заключению новых контрактов.

3. Использовать краудфандинг для финансирования проектов ЧПУП «Завод электроники и бытовой техники “Горизонт”», который может стать ключевым инструментом для финансирования собственных инновационных проектов, а также для поддержки инициатив, представленных в рамках конкурса «100 идей для Беларуси», где предприятие является основным спонсором. Это не только способствует сбору необходимых финансовых ресурсов, но и создает положительный образ компании, укрепляет доверие и лояльность клиентов, а также способствует формированию сообщества вокруг бренда и его ценностей.

**Заключение.**

Инвестиционная привлекательность компаний является одним из основополагающих факторов, влияющих на их рост и развитие. Анализ инвестиционной привлекательности ЧПУП «Завод электроники и бытовой техники “Горизонт”» позволил выявить ряд ключевых моментов: с одной стороны, предприятие демонстрирует инновационную активность и стремление к развитию отечественной промышленности через создание уникальных продуктов, с другой стороны, значения ряда финансовых показателей указывают на определенные слабости в финансовом положении компании по сравнению с их основным конкурентом на национальном рынке – ОАО «Витязь». Разработка и реализация программы импортозамещения комплектующих, внедрение прогрессивных мероприятий комплекса маркетинга, применение краудфандинга позволит укрепить финансовое положение ЧПУП «Завод электроники и бытовой техники “Горизонт”» и обеспечить динамичное развитие компании в будущем за счет усиления их инвестиционной привлекательности.

**Список использованных источников:**

1. Ляшук, А. Н. *Инвестиционная привлекательность предприятия: сущность и факторы влияния // М-во образования Респ. Беларусь, Гомельский гос. ун-т им. Ф. Скорины. – Гомель: ГТУ им. Ф. Скорины, 2016. – 270 с.*
2. *Об инвестициях: Закон Республики Беларусь. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=H11300053>. – Дата доступа: 12.01.2024.*
3. *Пирамида инвестиционной привлекательности. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://images.app.goo.gl/WbmyhH8SpgznQzMu8>. – Дата доступа: 10.01.2024.*
4. *Ростиславов, Р. А. Инвестиционная привлекательность предприятия и факторы влияющие на нее / Р. А. Ростиславов. // Известия Тульского гос. ун-та. Экономические и юридические науки. – 2010. – №2. С.123.*
5. *«Горизонт» с начала 2023 года экспортировал более миллиона телевизоров [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belta.by/regions/view/gorizont-s-nachala-2023-goda-eksportiroval-bolee-milliona-televizorov-565082-2023/>. – Дата доступа: 12.01.2024.*