

УДК 33

DOI: 10.34670/AR.2019.92.10.001

## Оценка и анализ инвестиционной привлекательности природохозяйственного предприятия

**Назарова Зинаида Михайловна**

Доктор экономических наук, профессор,  
завкафедрой производственного и финансового менеджмента,  
Российский государственный геологоразведочный университет,  
117485, Российская Федерация, Москва, ул. Миклухо-Маклая, 23;  
e-mail: nazarovazm@mgri-rggru.ru

**Корякина Наталия Аркадьевна**

Кандидат экономических наук,  
доцент кафедры производственного и финансового менеджмента,  
Российский государственный геологоразведочный университет,  
117485, Российская Федерация, Москва, ул. Миклухо-Маклая, 23;  
e-mail: koryakinana@mgri-rggru.ru

**Забайкин Юрий Васильевич**

Кандидат экономических наук, доцент,  
Российский государственный геологоразведочный университет,  
117485, Российская Федерация, Москва, ул. Миклухо-Маклая, 23;  
e-mail: 89264154444@yandex.ru

### Аннотация

Инвестиционная привлекательность предприятия – это система экономических отношений между субъектами хозяйствования по поводу эффективного развития бизнеса и поддержания его конкурентоспособности. С позиций инвесторов, инвестиционная привлекательность предприятия – это система количественных и качественных факторов, характеризующих платежеспособный спрос предприятия на инвестиции. Спрос на инвестиции (в совокупности с предложением, уровнем цен и степенью конкуренции) определяет конъюнктуру инвестиционного рынка. Для того чтобы получить надежную информацию для разработки стратегии инвестирования, необходим системный подход к изучению конъюнктуры рынка, начиная с макроуровня (от инвестиционного климата государства) и заканчивая микроуровнем (оценкой инвестиционной привлекательности отдельного инвестиционного проекта). Данная последовательность позволяет инвесторам решить проблему выбора именно таких предприятий, которые имеют лучшие перспективы развития в случае реализации предлагаемого инвестиционного проекта и могут обеспечить инвестору планируемую прибыль на вложенный капитал с имеющихся рисков. Одновременно инвестором рассматривается принадлежность предприятия к отрасли (развивающиеся или депрессивные отрасли) и его территориальное расположение (регион,

федеральный округ). Отрасли и территории, в свою очередь, имеют собственные уровни инвестиционной привлекательности, которые включают в себя инвестиционную привлекательность входящих в них предприятий.

#### Для цитирования в научных исследованиях

Назарова З.М., Корякина Н.А., Забайкин Ю.В. Оценка и анализ инвестиционной привлекательности природохозяйственного предприятия // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2019. Том 9. № 11В. С. 484-493. DOI: 10.34670/AR.2019.92.10.001

#### Ключевые слова

Инвестиционная привлекательность, инвестор, предприятие, вложенный капитал, проекты.

### Введение

Оценка и анализ инвестиционной привлекательности предприятия, с одной стороны, это основа для разработки его инвестиционной политики, а с другой, возможность обнаружить недостатки в деятельности, предусмотреть мероприятия по их ликвидации и улучшить возможности привлечения инвестиционных ресурсов. А это, в свою очередь, дает возможности инвесторам определиться в своем решении об инвестировании в данное предприятие. Таким образом, возникает необходимость определить и развить формы и источники инвестиционного обеспечения предприятий в современных экономических реалиях.

### Основная часть

Ученые [Мазин, 2012; Зубов, Черникина, 2016] выделяют следующие основные преимущества и недостатки инновационных стратегий в табл. 1.

**Таблица 1 - Преимущества и недостатки инновационных стратегий**

Преимущества	Недостатки
Предоставление предприятию конкурентных преимуществ на рынке, ориентация на развитие и совершенствование	Риски, связанные с неопределенностью и изменчивостью внешней среды
Увеличение эффективности производства, сохранения ресурсов и улучшения свойства продукции	Расходы на новые средства труда и технологии с длинным сроком самоокупаемости
Возможность быстро адаптироваться к новым требованиям внешней среды, гибкость и использование альтернатив при имеющихся одних и тех же ресурсах	Значительная затратность времени на разработку профильной и проверку эффективности разработанной инновационной стратегии, а также на проведение исследований и экспериментов
Лучшее удовлетворение потребностей и желаний потребителей	Наукоёмкость и потребность в поиске одаренных высококвалифицированных рабочих кадров

Одним из видов инновационной стратегии является стратегия НИОКР, разрабатывается на функциональном уровне. Этот вид стратегии отражает более конкретизированные способы достижения инновационных целей, т. е. разработки и вывода на рынок нового продукта. Несмотря на то, что цели инновационной деятельности предприятия влияют на выбор стратегии

развития, стратегия НИОКР, как функциональная, должна соответствовать выбранным стратегиям высшего уровня. Поэтому процесс ее разработки – это сложная цепь процессов согласования целей стратегий разного уровня, их взаимопроникновения и взаимосвязи [там же].

Инновационный потенциал определяется составом и уровнем развития его составляющих, их взаимосвязями и способностью работать как единая система реализации нововведений, поэтому для его оценки необходимо выделить составляющие, измерить их, выявить взаимосвязь между ними и получить комплексную оценку инновационного потенциала промышленного предприятия [Мазин, 2012].

Разработка и реализация инновационной стратегии малой фирмы невозможна без инвестиционных вложений, поэтому чтобы инновационная стратегия выступала как весомый фактор эффективности, малое предпринимательство должно рассмотреть возможности осуществления взаимосвязанных инвестиций в различные сферы своей деятельности (разработка или приобретение технологических инноваций; создание современной организационно – производственной структуры; создание сбытовой и маркетинговой сети). В процессе инновационной деятельности можно развиваться с наибольшей результативностью, если будет четко ориентироваться на определенный объект и учитывать влияние факторов внешней и внутренней среды.

Наиболее характерными показателями инноваций являются: новизна, возможность модификации, возможность диффузии, прогрессивность, конкурентоспособность, адаптивность к новым условиям производства, а также показатели экономической, социальной и экологической эффективности. Указанные показатели влияют на конечные результаты деятельности предприятия: на себестоимость и цену продукции, ее качество, объем продаж и прибыли, уровень рентабельности [Ильдяков, 2012].

Успех инновационной стратегии малого предприятия зависит от объема и доступности необходимых ресурсов, которыми обладает предприятие, от способности к быстрым изменениям, гибкости менеджмента и его адаптации к новым условиям, неординарности создаваемых инновационных решений, умение оценить и спрогнозировать коммерческую выгоду, эффективности организационно – управленческих механизмов, благодаря которым реализуются инновационные проекты, уровня развития инновационной инфраструктуры, которая поддерживает деятельность предприятий этой сферы [Чепурко, Пелипенко, 2013].

Для разделения стратегии на элементы применяется метод, известный как «сбалансированная система показателей» (ССП), или модель Нортон-Каплана. в нашу задачу не входит реализация стратегии с помощью этого метода, а именно построение стратегических карт, они достаточно подробно описаны в научной литературе. Нужно адаптировать СПП для своих целей – построения комбинированной инновационной стратегии предприятия основное назначение данной концепции заключается в воплощении стратегических ориентиров менеджмента предприятия в реалии хозяйственной деятельности, а также логическом сочетании определенной стратегии со стоимостными показателями и текущей деятельностью. В исследовании предлагается как самый полный и подходящий для большинства российских предприятий алгоритм применения модели сбалансированной системы показателей при формировании инновационной стратегии.

Техническое переоснащение приобретает все большую актуальность для производств в условиях современной рыночной экономики. Конкуренция на рынке с каждым годом становится более жесткой и требует от производителя укрепление своих позиций в различных аспектах. В частности, важным моментом становится необходимость осуществления технического переоснащения. Благодаря его внедрению ускоряется процесс производства,

снижаются затраты и повышается качество продукции. Именно благодаря лучшему качеству может повыситься спрос на продукцию предприятия. Техническое переоснащение – совокупность мероприятий, осуществляемых при отсутствии расширения производства, направленные на повышение технического и экономического уровня некоторых производств, цехов на основе внедрения новейших технологий, оборудования, автоматизации производства, обновления и замены устаревшего оборудования с целью повышения эффективности производственного процесса, улучшения производственных мощностей, расширения ассортимента и улучшения качества продукции, что в свою очередь повысит производительности труда, снижение количества использованных материалов и себестоимости продукции, экономии ресурсов [Кондрашова, Киреева, 2013].

Оборонная стратегия помогает удерживать конкурентные позиции на рынках, уже освоенных предприятием. Характерной особенностью данной стратегии является нахождение оптимального значения таких показателей – «затраты-результат» в процессе инновационной деятельности. Главная цель оборонительной стратегии через техническое переоснащение является своевременная реакция фирмы на действия конкурентных компаний и анализ технических новинок в области деятельности предприятия [Шлафман, 2009].

Кроме того, для получения дополнительных инвестиций существует еще и рынок IPO.

Для того чтобы компания могла выйти на рынок IPO, необходимо выполнение целого ряда условий. Эти требования часто сформировались как со стороны инвестиционного сообщества, так и в рамках обычаев делового оборота. Данные критерии для компании могут быть как легкими для преодоления, так и непреодолимыми [Жадан, Асеева, 2015].

Таким образом, компания, которая намерена осуществить привлечение денежных средств на публичном рынке капитала, должна проанализировать такие экономические критерии:

1. Размер компании. Данный фактор является критическим для компаний. Во-первых, при малых размерах компании будет нецелесообразным (по своей затратной частью) осуществлять этот процесс, и, во-вторых, на акции такой компании будет отсутствовать спрос со стороны широкого круга инвесторов. Примером может служить компания «Cardinal Resources», которая вышла на рынок будучи малой по размерам (по западным меркам), поэтому цена на ее акции снизилась почти в два раза от цены при первичном размещении и составила 0,033 долл. США за акцию [Бархатов, 2012].

Исходя из опыта российских компаний, которые проводили IPO, то для успешного выхода компании на западный фондовый рынок необходимо, чтобы ее размер был не менее 150 млн долл. США (нижняя допустимая граница 50 млн долл. США), на отечественный – не менее 40 млн долл [Главина, 2013].

2. Объем привлеченных средств. Объем привлеченных средств наряду с размером компании является довольно важной составляющей успешного выхода компании на рынок капитала. Компании необходимо не только четко представлять, какой объем средств она хотела бы привлечь, но и какой пакет акций будет интересен инвестору. Здесь наблюдается тесная корреляция с размером компании, ее возможностями.

Минимальная сумма привлечения капитала со всех привлечений компаниями, осуществивших IPO, было привлечение компании Nostra Terra, которая разместила свои акции на Лондонской фондовой бирже и в результате получила всего 7 млн. дол. США. Учитывая это, компании необходимо не только определиться с объемом привлечения, но и выбрать благоприятный момент для выхода на рынок, чтобы максимально выгодно осуществить размещение. К тому же это позволит получить оптимальную цену за предложенный пакет акций [Фроловичев, 2011].

3. Размер пакета акций, который компания может предложить для продажи. Компания должна оценить не только объем средств, который она собирается привлечь, и сколько для этого требуется акций компании, но и проанализировать, с каким размером пакета акций акционеры готовы расстаться [Беломытцева, Антонян, 2014]. Учет данного критерия вызван тем, что не всегда необходимый объем привлеченных инвестиций можно обеспечить тем количеством акций, с которой учредители готовы расстаться. В каждом случае размещения акций на внешнем рынке (может быть также и на внутреннем – на фондовых биржах) приводит к некоторой потере контроля. К тому же проблемы с определением пакета могут быть вызваны сложной структурой акционерного капитала в компании, наличием в нем доли государства (как например: ПАО «Лукойл»), законодательными ограничениями или простым нежеланием акционеров уменьшить долю в компании [Taran, Kolganova, 2018].

Как правило, пакет акций, который размещается на бирже, находится в интервалах от 15 до 30 % общего количества акций. Конечно, размер пакета акций напрямую зависит от размера компании, но в целом для привлечения значительной суммы средств и интереса инвесторов осуществляют размещение именно в этом диапазоне. Анализ всех отечественных IPO показывает, что российские компании размещают от 7% (VK Development) до 39,7% (Cardinal Resources) своих акций [Федунова, 2018].

В любом случае компании должны быть готовы к тому, что для успешного размещения необходимо предложить пакет, содержащий минимум 10% акций. В случае если акционеры не могут достичь соглашения о величине пакета размещения, то имеет смысл на первоначальном этапе рассмотреть долговой рынок, в частности осуществив вексельные и облигационные программы в качестве средства привлечения капитала [Моисеенко, Раицкая, 2015].

4. Динамика развития. Понятно и естественно, что инвесторы заинтересованы в тех вложениях, которые обеспечивают им не только сохранение средств, но и их приумножения. Поэтому в компании должна присутствовать положительная динамика развития. Динамичное развитие является главным аргументом привлекательности акций компании. В среднем ежегодный рост компании накануне размещения должен составлять по крайней мере 15-20%. Такая динамика будет способствовать появлению интереса со стороны инвесторов, что в конечном счете позволит осуществить успешное IPO. Поэтому компании следует заранее подготовиться и поработать над тем, чтобы такая динамичность имела место в компании [Разумова, 2019].

Рост показателей компании можно обеспечить как за счет полученных ликвидных активов, так и за счет распродажи непрофильных направлений. Главное, чтобы такая работа была проведена грамотно и с наибольшим эффектом для компании в преддверии публичного размещения. В этой связи следует также уделить внимание, отраслевым аналитическим обзорам и комментариям экспертов, которые освещают сектор рынка, в котором представлена компания. Необходимо чтобы компания в них была не только представлена в качестве игрока, но и выглядела привлекательно с точки зрения вложения средств.

Переходим к имиджевым критериям:

1. Наличие публичной кредитной истории. Наличие положительной публичной кредитной истории хорошо сказывается на имидже компании. Это характеризует его не только как добросовестного заемщика, но и как компанию, которая может эффективно распоряжаться долговыми финансовыми ресурсами. Поэтому возможно, что компании, прежде чем проводить IPO, следует осуществить выход на долговой рынок посредством осуществления публичных вексельных программ и облигационных займов [Dolgikh, 2018]. Такая история сформирует

положительное мнение о компании у инвесторов, кроме того, выход на эти рынки также предусматривает проведение определенных изменений в компании (конечно не столь значительных, как в случае проведения IPO), что упростит ей задачу по реструктуризации с целью большего соответствия требованиям рынка IPO [Литвинцев, 2015].

2. Прозрачность и открытость. Важной составляющей успешного выхода на рынок IPO является прозрачность бизнеса и открытость компании. Ведь, инвесторы хотят иметь четкое представление о компании, ее перспективах, уровне управления и т. д. Без этого условия привлекательность акций компании будет равняться нулю. Никто не будет вкладывать средства в компанию, деятельность которой невозможно проконтролировать и проанализировать. Инвесторы хотят видеть, насколько эффективно будут распоряжаться их деньгами. Открытость компании для инвесторов необходимым условием при принятии решения о приобретении акций компании. Поэтому, сама процедура IPO цель проведения надлежащей проверки бизнеса, которая осуществляется внешними консультантами, к мнению которых будет прислушиваться инвестиционное сообщество [Semenyutina, Lazarev, Melnik, 2019]. Надо сказать, что открытость и прозрачность требуют от компании раскрытия структуры собственности, финансовых и экономических показателей и т.п. Если проанализировать три крупнейших предприятия газовой промышленности России по этому критерию, то следует отметить, что за последние три года наблюдается тенденция к увеличению открытости публичной информации. Компании стараются соответствовать международным стандартам публичности, для повышения своей инвестиционной привлекательности [Главина, 2013].

3. Взаимодействие с инвесторами. Данный аспект также достаточно важен при осуществлении или принятии решения об IPO. Ведь, компания должна после размещения не терять диалога с инвестором, постоянно общаться и работать с инвесторами, готовить для них информацию, сообщать о существенных фактах, комментировать свои действия и объяснять ситуации, которые возникли. Это занимает время и требует определенных человеческих ресурсов. Поэтому целесообразно создать специальную службу, которая бы отвечала за связь с инвесторами и формировала положительный имидж компании, показывала ее роль на рынке, отслеживала включение компании в аналитические отчеты, принимала участие в презентациях и т.д.

4. Степень публичности. Уровень данного критерия зависит от количества и частоты публикаций информации о данной компании. Следует выделить 5 степеней публичности: закрытая – 1 балл, частично открытая – 2 балла, достаточно публичная – 3 балла, публичная – 4 балла, очень публичная – 5 баллов [Лазарев, 2010].

К последней группе отнесем качественные критерии, а именно:

1. Понимание целей IPO. Данный аспект анализа включает в себя две составляющие. Первая заключается в четком понимании акционерами того, для чего необходимо проводить IPO компании. Цель выхода должна быть определена и понятна не только акционерам, но и менеджмента. Это позволит наиболее эффективно проработать меры по ее достижению. Надо отметить, что все меры и действия, которые будут проводиться компанией в рамках предпубличной подготовки, будут нацелены именно на достижение этих целей. Поэтому в этом вопросе должна быть предельная ясность и четкость, так как от этого также зависит расходная часть как подготовки, так и самого процесса IPO [Адамия, Боввен, Шевелев, 2016].

Если планируется осуществить модернизацию производства, то, положительным моментом стало бы описание преимуществ и выгод осуществления такой модернизации. Одной из целей ППРА может быть реструктуризация имеющейся задолженности в ходе предыдущих выпусков,

например, облигаций.

2. Корпоративное управление. Уровень корпоративного управления компанией является одним из важнейших ее качественных критериев. Ведь, это вызвано не только требованиями инвестиционного сообщества, но и обычаями делового оборота. Поэтому компании, в случае несоответствия требованиям, необходимо провести реструктуризацию своего уровня корпоративного управления, который оценивается по следующим критериям:

- по прозрачности структуры собственности;
- по соблюдению основных корпоративных процедур;
- по раскрытию финансовой информации;
- по составу, полномочиям и технологии работы совета директоров;
- при наличии системы внутреннего контроля [Бутяева, 2017].

3. Бухгалтерская отчетность (в соответствии с международными стандартами финансовой отчетности). Если компания намерена осуществить выход на зарубежный рынок или привлечь зарубежных инвесторов, то необходимо формировать отчетность по международным стандартам бухгалтерской отчетности. В этом случае следует заблаговременно осуществлять подготовку своей финансовой отчетности в соответствии с международными стандартами, что позволит найти общий язык с зарубежными инвесторами и упростит процедуру переговоров [Марупов, 2014].

4. Отрасль, к которой относится компания. Следует выделить пять уровней привлекательности отрасли: инвестиционно-неприглядные (1 балл); частично привлекательные (2 балла); достаточно привлекательные (3 балла); привлекательные (4 балла); очень привлекательные (5 баллов). В качестве примера приведем газовую промышленность, которую относим к привлекательным. Ведь, данная отрасль входит в тройку наиболее перспективных отраслей для проведения первичного публичного размещения акций [Агеева, 2012].

Последним, пятым критерием, следует выделить срок существования бизнеса, который должен быть не меньше 3 года.

## Заключение

Следовательно, развитие организационных форм инвестиционного обеспечения предприятий предоставил возможность предложить эффективную форму инвестиционного обеспечения, а именно первичное публичное размещение (ППРА) акций и предложить методику анализа успешности выхода компании на ППРА заключается в осуществлении диагностики предприятия в соответствии с трех групп критериев, которые непосредственно в большей или в меньшей степени влияют на успешность выхода компании на рынок ППРА. Данный уровень воздействия будет определен в дальнейшем в работе. Кроме этого, будут определены пороговые и эталонные критерии для диагностики исследуемых предприятий с использованием данных критериев, которые были систематизированы и сгруппированы автором.

## Библиография

1. Агеева С.Д. Выход на IPO как измеритель прогрессивных перемен // ЭКО. 2012. №5 (455). С. 83-86.
2. Адамия Т.Т., Боввен Т.Г., Шевелев Р.А. Theory and practice of the ipo in Russia // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2016. №4 (14). С. 9-17.
3. Бархагов И.В. Особенности IPO российских компаний на фондовом рынке // Вестник ЧелГУ. 2012. №9 (263). С. 98-101.

4. Беломятцева О.С., Антонян Д.Г. К вопросу о развитии IPO российских компаний // Проблемы учета и финансов. 2014. №1 (13). С. 52-56.
5. Бутяева Ю.А. Методика оценки эффективности IPO российских компаний // European science. 2017. №6 (28). С. 48-53.
6. Главина С.Г. Выбор площадки для проведения IPO // Проблемы современной экономики. 2013. №1 (45). С. 101-105.
7. Главина С.Г. Проблемы развития рынка IPO стран БРИКС // Управление экономическими системами. 2013. №8 (56). С. 28.
8. Жадан А.И., Асеева М.А. Исследование особенностей организации процесса IPO как инструмента привлечения инвестиций в России // European science. 2015. №3 (4). С. 31-36.
9. Зубов Я.О., Черникина Е.В. Инвестиции предприятий на финансовых рынках в новых экономических условиях // Вестник РГГУ. Серия «Экономика. Управление. Право». 2016. №4 (6). С. 33-42.
10. Ильдяков А.В. Проблемы финансирования инновационной деятельности предприятия // Russian Journal of Education and Psychology. 2012. №1. С. 241-248.
11. Кондрашова И.С., Киреева Е.В. Проблемы и перспективы развития инновационной деятельности предприятия // Социально-экономические явления и процессы. 2013. №5 (051). С. 112-115.
12. Лазарев Г.И. Доклад «Мировой рынок IPO: тенденции и перспективы» // Территория новых возможностей. 2010. №3 (7). С. 106-108.
13. Литвинцев Д.О. IPO малых инновационных компаний в России // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. 2015. №3 (57). С. 19-21.
14. Мазин А.Л. Управление инновационным риском на промышленном предприятии // Транспортное дело России. 2012. №1. С. 3-5.
15. Марупов Д.М. Влияние рисков на эффективность проведения IPO // Статистика и экономика. 2014. №1. С. 95-97.
16. Моисеенко О.Н., Раицкая Ю.С. Проблемы IPO на рынке ценных бумаг в России // Проблемы экономики и менеджмента. 2015. №12 (52). С. 169-172.
17. Разумова Е.С. Роль корпоративного управления при проведении IPO // Научный журнал. 2019. №7 (41). С. 89-91.
18. Федунова К.А. Сделки по слияниям и поглощениям как альтернатива IPO // Государственное управление. 2018. №69. С. 198-216.
19. Фроловичев А.И. Оценка стоимости акций компании при проведении IPO // Транспортное дело России. 2011. №12. С. 142-147.
20. Чепурко Г.В., Пелипенко А.А. Инновационная деятельность предприятия // Kant. 2013. №1 (7). С. 35-37.
21. Шлафман А.И. Инновационная деятельность предприятия и особенности конкуренции на кластерном уровне // Известия БГУ. 2009. №1. С. 86-91.
22. Dolgikh A. Monitoring of introduction resources of the Kulunda arboretum and allocation of valuable gene pool for protective afforestation // World Ecology Journal. 2018. 8(1). P. 29-42. <https://doi.org/https://doi.org/10.25726/NM.2018.1.1.003>
23. Semenyutina A., Lazarev S., Melnik K. Assessment of reproductive capacity of representatives of ancestral complexes and especially their selection of seed in dry conditions // World Ecology Journal. 2019. 9(1). P. 1-23. <https://doi.org/https://doi.org/10.25726/NM.2019.66.65.001>
24. Taran S., Kolganova I. Optimization of park plantings in the regions of Rostov-on-Don and Novocherkassk by introducing into gardening species of the genus ACER L // World Ecology Journal. 2018. 8(3). P. 56-70. <https://doi.org/https://doi.org/10.25726/NM.2019.31.46.004>

## **Evaluation and analysis of the investment attractiveness of the enterprise**

**Zinaida M. Nazarova**

Doctor of Economics,  
Professor,

Head of the Department of Production and Financial Management,  
Russian State Geological Prospecting University,  
117485, 23, Miklukho-Maklaya str., Moscow, Russian Federation;  
e-mail: nazarovazm@mgri-rggru.ru



**Nataliya A. Koryakina**

PhD in Economics, Associate Professor,  
Department of Production and Financial Management,  
Russian State Geological Prospecting University,  
117485, 23, Miklukho-Maklaya str., Moscow, Russian Federation;  
e-mail: koryakinana@mgi-rggru.ru

**Yurii V. Zabaikin**

PhD in Economics, Associate Professor,  
Russian State Geological Prospecting University,  
117485, 23, Miklukho-Maklaya str., Moscow, Russian Federation;  
e-mail: 89264154444@yandex.ru

**Abstract**

Investment attractiveness of the enterprise is a system of economic relations between business entities on the effective development of business and maintaining its competitiveness. From the perspective of investors, the investment attractiveness of the enterprise is a system of quantitative and qualitative factors characterizing the effective demand of the enterprise for investments. Demand for investment (together with supply, price level and degree of competition) determines the investment market. In order to obtain reliable information for the development of an investment strategy, a systematic approach to the study of market conditions, from the macro level (from the investment climate of the state) to the micro level (assessment of the investment attractiveness of a particular investment project) is necessary. This sequence allows investors to solve the problem of choosing such enterprises that have the best prospects for development in the case of the proposed investment project and can provide the investor with the planned return on invested capital from the existing risks. At the same time, the investor considers the belonging of the enterprise to the industry (developing or depressed industries) and its territorial location (region, Federal district). Industries and territories, in turn, have their own levels of investment attractiveness, which include the investment attractiveness of their enterprises.

**For citation**

Nazarova Z.M., Koryakina N.A., Zabaikin Yu.V. (2019) Otsenka i analiz investitsionnoi privlekatel'nosti prirodokhozyaystvennogo predpriyatiya [Evaluation and analysis of the investment attractiveness of the environmental enterprise]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 9 (11B), pp. 484-493. DOI: 10.34670/AR.2019.92.10.001

**Keywords**

Investment attractiveness, investor, enterprise, invested capital, projects.

**References**

1. Ageeva S.D. (2012) Vykhod na IPO kak izmeritel' progressivnykh peremen [IPO output as a measure of progressive changes]. *EKO*, 5 (455), pp. 83-86.
2. Adamiya T.T., Bovven T.G., Shevelev R.A. (2016) Theory and practice of the ipo in Russia [Theory and practice of the IPO in Russia]. *Innovatsionnaya ekonomika: perspektivy razvitiya i sovershenstvovaniya* [Innovative Economics: Prospects for Development and Improvement], 4 (14), pp. 9-17.

3. Barkhatov I.V. (2012) Osobennosti IPO rossiiskikh kompanii na fondovom rynke [Features of IPO of Russian companies in the stock market]. *Vestnik ChelGU* [Bulletin of ChelSU], 9 (263), pp. 98-101.
4. Belomytseva O.S., Antonyan D.G. (2014) K voprosu o razviti i ipo rossiiskikh kompanii [On the development of ipo Russian companies]. *Problemy ucheta i finansov* [Problems of accounting and finance], 1 (13), pp. 52-56.
5. Butyaeva Yu.A. (2017) Metodika otsenki effektivnosti ipo rossiiskikh kompanii [Methodology for assessing the effectiveness of IPO of Russian companies]. *European science*, 6 (28), pp. 48-53.
6. Chepurko G.V., Pelipenko A.A. (2013) Innovatsionnaya deyatelnost' predpriyatiya [Innovative activity of the enterprise]. *Kant*, 1 (7), pp. 35-37.
7. Dolgikh A. (2018) Monitoring of introduction resources of the Kulunda arboretum and allocation of valuable gene pool for protective afforestation. *World Ecology Journal*, 8(1), pp. 29-42. <https://doi.org/https://doi.org/10.25726/NM.2018.1.1.003>
8. Fedunova K.A. (2018) Sdelki po sliyaniiam i pogloshcheniyam kak al'ternativa IPO [Mergers and Acquisitions as an Alternative to IPO]. *Gosudarstvennoe upravlenie* [Public Administration], 69, pp. 198-216.
9. Frolovichev A.I. (2011) Otsenka stoimosti aktsii kompanii pri provedenii ipo [Estimation of the value of shares of the company during IPO]. *Transportnoe delo Rossii* [Transport business of Russia], 12, pp. 142-147.
10. Glavina S.G. (2013) Vybor ploshchadki dlya provedeniya ipo [Choosing a site for IPO]. *Problemy sovremennoi ekonomiki* [Problems of the modern economy]. 2013. №1 (45). S. 101-105.
11. Glavina S.G. (2013) Problemy razvitiya rynka IPO stran BRIKS [Problems of development of the IPO market of the BRICS countries]. *Upravlenie ekonomicheskimi sistemami* [Management of economic systems], 8 (56), p. 28.
12. Il'dyakov A.V. (2012) Problemy finansirovaniya innovatsionnoi deyatelnosti predpriyatiya [Problems of financing innovative activities of an enterprise]. *Russian Journal of Education and Psychology*, 1, pp. 241-248.
13. Kondrashova I.S., Kireeva E.V. (2013) Problemy i perspektivy razvitiya innovatsionnoi deyatelnosti predpriyatiya [Problems and prospects for the development of innovative activities of the enterprise]. *Sotsial'no-ekonomicheskie yavleniya i protsessy* [Socio-economic phenomena and processes], 5 (051), pp. 112-115.
14. Lazarev G.I. (2010) Doklad «Mirovoi rynek IPO: tendentsii i perspektivy» [Report “World IPO Market: Trends and Prospects”]. *Territoriya novykh vozmozhnostei* [Territory of New Opportunities], 3 (7), pp. 106-108.
15. Litvintsev D.O. (2015) IPO malykh innovatsionnykh kompanii v Rossii [IPO of small innovative companies in Russia]. *Vestnik Saratovskogo gosudarstvennogo sotsial'no-ekonomicheskogo universiteta* [Bulletin of the Saratov State Socio-Economic University], 3 (57), pp. 19-21.
16. Marupov D.M. (2014) Vliyanie riskov na effektivnost' provedeniya IPO [The impact of risks on the effectiveness of IPO]. *Statistika i ekonomika* [Statistics and Economics], 1, pp. 95-97.
17. Mazin A.L. (2012) Upravlenie innovatsionnym riskom na promyshlennom predpriyatii [Innovation risk management at an industrial enterprise]. *Transportnoe delo Rossii* [Transport business of Russia], 1, pp. 3-5.
18. Moiseenko O.N., Raitskaya Yu.S. (2015) Problemy ipo na rynke tsennykh bumag v Rossii [IPO problems in the securities market in Russia]. *Problemy ekonomiki i menedzhmenta* [Problems of Economics and Management], 12 (52), pp. 169-172.
19. Razumova E.S. (2019) Rol' korporativnogo upravleniya pri provedenii IPO [The role of corporate governance in conducting an IPO]. *Nauchnyi zhurnal* [Scientific journal], 7 (41), pp. 89-91.
20. Semenyutina A., Lazarev S., Melnik K. (2019) Assessment of reproductive capacity of representatives of ancestral complexes and especially their selection of seed in dry conditions. *World Ecology Journal*, 9(1), pp. 1-23. <https://doi.org/https://doi.org/10.25726/NM.2019.66.65.001>
21. Shlafman A.I. (2009) Innovatsionnaya deyatelnost' predpriyatiya i osobennosti konkurentsii na klasternom urovne [Innovative activity of the enterprise and features of competition at the cluster level]. *Izvestiya BGU* [BSU News], 1, pp. 86-91.
22. Taran S., Kolganova I. (2018) Optimization of park plantings in the regions of Rostov-on-Don and Novocherkassk by introducing into gardening species of the genus ACER L. *World Ecology Journal*, 8(3), pp. 56-70. <https://doi.org/https://doi.org/10.25726/NM.2019.31.46.004>
23. Zhadan A.I., Aseeva M.A. (2015) Issledovanie osobennostei organizatsii protsessa ipo kak instrumenta privlecheniya investitsii v Rossii [The study of the organization of the ipo process as a tool to attract investment in Russia]. *European science*, 3 (4), pp. 31-36.
24. Zubov Ya.O., Chernikina E.V. (2016) Investitsii predpriyatii na finansovykh rynkakh v novykh ekonomicheskikh usloviyakh [Investments of enterprises in financial markets in the new economic conditions]. *Vestnik RGGU. Seriya «Ekonomika. Upravlenie. Pravo»* [Bulletin of the RSUH. Series: Economics. Management. Law], 4 (6), pp. 33-42.