

ОСОБЛИВОСТІ ЗДІЙСНЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ПРОМИСЛОВОГО ВИРОБНИЦТВА

О. Г. Вагонова, д. е. н., професор, НТУ «Дніпровська політехніка», vagonova@ntu.org.ua, orcid.org/0000-0001-6553-7771,

С. А. Госалов, аспірант, НТУ «Дніпровська політехніка», sgosalov@gmail.com, orcid.org/0000-0003-1683-8687,

Є. В. Терехов, к. е. н., доцент, НТУ «Дніпровська політехніка», terehoff@t-online.de, orcid.org/0000-0002-4816-6072

Методологія дослідження. Результати дослідження ґрунтуються на застосуванні наступних методів: аналітичного – при визначенні чинників інвестиційної діяльності підприємств; статистичного – при виявленні тенденцій інвестиційної діяльності промислових підприємств в Україні та світі; наукового узагальнення та систематизації – при розробці рекомендацій щодо підвищення ефективності інвестиційного процесу на промисловому підприємстві.

Результати. Охарактеризовано сучасний стан розвитку ринку промислової продукції на прикладі автомобілебудування. Виявлено особливості здійснення інвестиційного процесу та показана його динаміка в галузі автомобілебудування. Визначено основні напрями вдосконалення автомобільної продукції задля підвищення її конкурентоспроможності на ринку. Розроблено методичний підхід до оцінки ефективності здійснення інвестицій у підвищення конкурентоспроможності продукції автомобілебудування. Обґрунтовано, що спрямування інвестицій у розробку нової продукції підприємства або модифікацію вже існуючої має передбачати оцінку грошових потоків та витрат за кожним варіантом з урахуванням стадій життєвого циклу відповідної продукції на ринку.

Новизна. Створено методичні основи вибору найбільш доцільного варіанту інвестування коштів підприємства у збереження конкурентоспроможності та підвищення ефективності виробництва його продукції.

Практична значущість. Доведено до рівня практичних рекомендацій методичне положення стосовно планування інвестицій промислового підприємства відповідно до змін ринкового попиту на його продукцію, що може бути використане відповідними підприємствами при обґрунтуванні їх інвестиційної стратегії.

Ключові слова: інвестиції, ринок автомобільної продукції, інвестиційна діяльність, конкурентоспроможність, ефективність, грошовий потік, інвестиційний проект.

Постановка проблеми. На сьогодні жоден вид транспорту не має такої самої доступності та універсальності як автомобіль. З року в рік у світі зростає попит на автомобілі як приватного, так і виробничого призначення (рис. 1) [1]. Світова автомобільна промисловість на сучасному етапі розвитку характеризується надшироким асортиментом автомобільної продукції, який забезпечують такі гіганти авто індустрії, як німецький Volkswagen, японські Honda, Toyota,

Mitsubishi, Suzuki, корейські Hyundai та KIA, американський Ford та ін. Цей ринок є перспективним, проте для тих виробників, які здатні здійснювати ефективні інвестиційні заходи у поліпшення та розвиток свого модельного ряду. Ефективність інвестицій у такому випадку буде вимірюватись співвідношенням прибутку від реалізації автомобільної продукції до обсягу інвестиційних ресурсів.

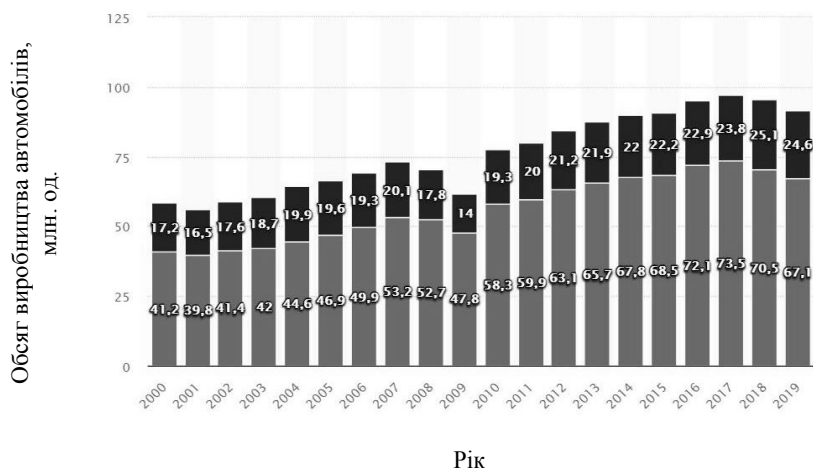


Рис. 1. Обсяги виробництва автомобілів у світі (відповідно – приватного (внизу) та виробничого призначення (зверху) [1]

Незначні коливання не змінюють основний тренд: суттєвий попит на автомобілі робить цей ринок привабливим як для традиційних виробників, так і нових фірм. Наприклад, у 2003 році була заснована американська компанія Tesla, а в 2019 році вже реалізувала на ринку 367.500 одиниць автомобілів на електричному приводі. На ринку будуть залишатись ті виробники, що здатні пропонувати нетрадиційні рішення та враховувати запити споживачів та законодавчі обмеження щодо характеристик продукції, що ними створюється.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Зважаючи на важливість автомобілебудівної галузі для розвитку економіки в цілому, її проблеми та перспективи займають вагомe місце серед досліджень вітчизняних науковців. Так, Костриченко В. М. [2] зазначає, що автомобільний ринок, який до недавнього часу був однією з найбільш розвинених галузей української економіки, характеризується нестабільністю та практично непрогнозованістю, активізацією ринку вторинних автомобілів, що ускладнює розробку стратегічних напрямів розвитку галузі. Савченко С. М., Селіверстова А. С. наголошують на тому, що в Україні існує значний потенційний попит на продукцію автомобілебудівної галузі, але не дивлячись на це, автомобільний ринок в Україні значно більше наповнений імпортною продукцією, ніж вітчизняною [3]. Це вимагає пошуку шляхів підвищення ефективності виробничого процесу,

що дозволить створювати автомобілі більш прийнятні за ціною для вітчизняного споживача. У роботі [4] стверджується, що покращення показників розвитку автомобілебудування досягається виключно за рахунок інвестиційного механізму. Таким чином, дослідження проблем здійснення ефективної інвестиційної діяльності на підприємствах з виготовлення автомобільної продукції на сьогодні становить суттєву проблему, вирішення якої сприятиме підвищенню конкурентоспроможності вітчизняних автомобілевиробників.

Формулювання мети статті. Метою даної роботи є визначення особливостей інвестиційного процесу та обґрунтування методичних підходів до оцінки доцільності здійснення інвестування у підвищення конкурентоспроможності продукції автомобілевиробників.

Виклад основного матеріалу дослідження. Автомобіль нині, так само як і раніше, розглядається як об'єкт бажання, який надає чимало важливих переваг порівняно з будь-яким іншим видом транспорту. У всьому світі споживачі розглядають автомобіль як зручний, практичний, швидкий та орієнтований на майбутнє засіб пересування. Автомобільна промисловість, її продукція і рухливість, яку вона забезпечує, визнані важливим фактором для суспільного добробуту [5]. На світовому авторинку існує така класифікація автомобілів: мікро, особливо малий, малий, середній, великий середній,

представницький, а також класи позашляховиків, мінівенів і мікроавтобусів, спортивних, вантажних автомобілів, автобусів і т. п. У цих напрямках і працюють автомобільні компанії, створюючи свої моделі.

Проте ринковий успіх автомобілеви-робників дедалі більше залежить від їх здатності здійснювати ефективний інвестиційний процес, без якого неможливе технічне вдосконалення та розширення виробництва, розробка нової та модифікація існуючої продукції. Слід, зазначити, що автомобільна промисловість перебуває у досить складному становищі: їй доводиться вкладати мільярди євро в нові технології, такі як електромобільність, за допомогою яких спочатку вона не заробить грошей [6].

Торік 16 провідних автомобільних компаній у світі майже подвоїли свої інвестиції в електродвигун. Якщо в 2017 році компанії скерували 4,3 мільярда євро інвестицій для нових заводів електричних автомобілів або розширення та перетворення існуючих фабрик для електричної мобільності, то минулого року інвестиції сягали вже понад 8,4 мільярда євро. Порівняно з 2016 роком загальний обсяг інвестицій збільшився більш ніж у вісім разів. На той час мільярд євро вкладався в проекти з електромобільності, згідно з дослідженням, проведеного консалтинговою службою EY.

Для розрахунків у дослідженні EY враховано інвестиції в електромобільність 16 найбільш продаваних автомобільних груп у 2015-2018 роках. Інформація надходила із щорічних звітів, презентацій інвесторів або прес-релізів відповідних компаній. Дані включають лише інвестиційні проекти на основі місцезнаходження компаній. Витрати на дослідження та розробки не включаються. До аналізованих компаній належать представники німецької промисловості BMW, Daimler та Volkswagen Group. Є також американські, французькі та японські компанії, такі як Ford, General Motors, Renault та Toyota [7]. Згідно джерела [8] 29 міжнародних виробників планують інвестувати щонайменше 300 мільярдів доларів США в електромобілі. Понад 135 мільярдів – або понад 45 відсотків – з них призначені для мегаринку в Китаї. Основними причинами здійснення великих інвестицій є збільшення екологічних проблем,

пов'язаних із глобальним перевезенням та постійно високим споживанням викопного палива, а також сприяння урядами багатьох країн розробці альтернативних приводів. Це зумовлено швидким технічним розвитком електротехніки, що робить акумуляторні машини все більш доступними для повсякденного використання. Прискорений перехід на електромобілі та пов'язані з цим великі інвестиції значною мірою очолюються групою Volkswagen. Але інші компанії також інвестують великі суми в майбутні технології.

Таким чином, нині інвестиційна діяльність підприємства скерована на реалізацію техніко-економічних рішень, необхідних для забезпечення його конкурентоспроможності в ринкових умовах. Обсяг інвестиційних ресурсів, необхідних підприємству, зумовлюється запланованим ним рівнем конкурентоспроможності, для досягнення якого необхідно витратити матеріальні та фінансові ресурси, залучати інформаційні та трудові ресурси.

Загальний порядок дослідження, оцінки та, в цілому, управління конкурентоспроможністю підприємства охоплює такі принципові етапи: 1. встановлення чинників зовнішнього та внутрішнього середовища, що впливають на рівень конкурентоспроможності підприємства, та оцінка їх значимості; 2. оцінка впливу обраних для дослідження чинників (або груп чинників) на рівень конкурентоспроможності підприємства та кількісне визначення цього рівня; 3. прогнозування змін включених у модель чинників внаслідок можливих змін умов зовнішнього та внутрішнього середовища; 4. прогнозування рівня конкурентоспроможності підприємства; 6. з'ясування шляхів та методів підвищення конкурентоспроможності; 5. Розробка комплексу заходів щодо підвищення конкурентоспроможності; 6. оцінка прямих та опосередкованих витрат на реалізацію розроблених заходів; 7. вибір критерію ефективності заходів з підвищення конкурентоспроможності підприємства; 8. визначення ефективності розроблених заходів та вибір оптимального комплексу регулюючих впливів; 9. прийняття відповідних управлінських рішень. Інвестиційні рішення підприємства повинні використовувати у якості ін-

формаційної основи результати кожного зображеного вище етапу оцінки конкурентоспроможності підприємства для можливості підвищення ефективності інвестиційного процесу в цілому.

Конкурентоспроможність підприємства визначають показники, які характеризують:

- конкурентоспроможність продукції;
- фінансовий стан підприємства;
- ефективність збуту та просування товарів;
- ефективність виробництва;
- імідж підприємства тощо.

Виходячи з цього, напрями розвитку виробничого підприємства, для забезпечення яких формуються і витрачаються інвестиційні ресурси, можна розглядати як:

- напрями розширення меж ринку (охоплення нових сегментів ринку, нові способи використання товару, вихід на нові регіони);
- розроблення і реалізації нового продукту (нових модифікацій існуючого);
- нові товари, що замінюють традиційні;
- нові товари, що задовольняють існуючі потреби іншим способом;
- диверсифікації виробництва і збуту (пропозиція на нових ринках нових товарів, які розвивають традиційні напрями діяльності підприємства);

– пропозиція на нових ринках нових товарів, не пов'язаних із попередніми видами діяльності, орієнтація на ніші ринку).

Для виробників автомобілів наразі є властивими намагання потрапити на нові ринки збуту (наприклад, Китай у 2019 р. виготовив близько 18 млн. автомобілів, для збуту яких проводиться активна зовнішня експансія), модифікація існуючих та розробка нових моделей автомобілів, випуск автомобілів з новим видом палива, підвищення функціональності автомобільної продукції. До того ж, експерти прогнозують, що у майбутньому для успішної бізнес-моделі автовиробників буде недостатньо просто продати чи надати в оренду якомога більше автомобілів. Оскільки поведінка споживачів щодо використання автомобілів змінюється. Якщо наразі на продаж автомобілів, комплектуючих та запасних частин все ще припадає 99 відсотків прибутку галузі, то за розрахунками консалтингової компанії Boston Consulting, у 2035 році цей показник становитиме лише 60 відсотків. Решту 40 відсотків доходу автовиробники отримуватимуть через нові послуги мобільності.

Виробників автомобілів, за оцінки інвестиційних проектів, цікавить, у першу чергу, наскільки довгим буде очікуваний період збуту їх продукції на ринку, чи матиме він вигляд класичної кривої або розвиватиметься за іншим сценарієм. Наприклад, крива життєвого циклу автомобіля Volkswagen Käfer має вигляд, зображений на рис. 2.

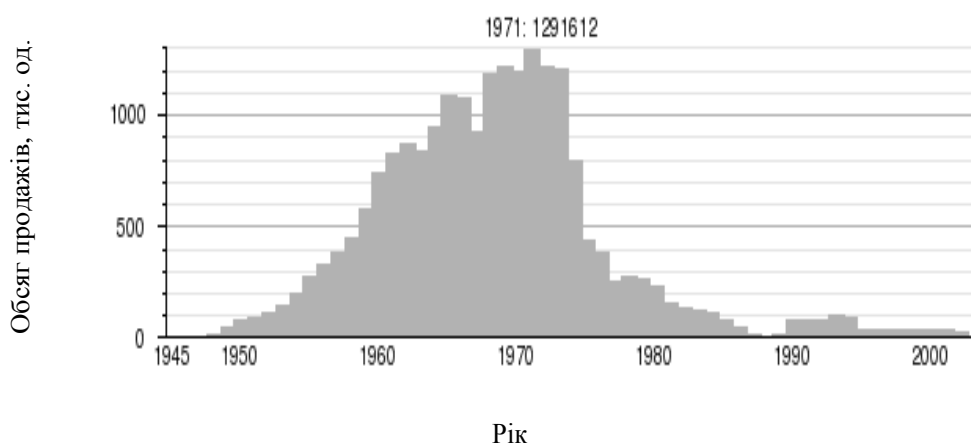


Рис. 2. Обсяг збуту автомобілів моделі Volkswagen Käfer впродовж її життєвого циклу на ринку

Жодна модель автомобіля у світі не повторила успіх цієї моделі на ринку. Таким чином, виробники автомобілів зацікавлені у тривалих періодах збуту своєї автомобільної продукції у порівнянні з тривалістю активної фази їх інвестиційного процесу. Врахування якомога більшої кількості факторів використання автомобілів, їх безпечність для довкілля сприятиме подовженню їх життєвого циклу [9].

Виробники автомобілів стикаються з усе новими умовами діяльності у конкурентному ринковому середовищі. Вони повинні

створювати все більш комфортні, надійні, доступні та безпечні автомобілі, а з іншого боку – забезпечити їх виробництво та експлуатацію з усе меншими негативними наслідками для навколишнього природного середовища. Водночас, тривалість періоду реалізації інвестицій у розробку та впровадження нових моделей автомобілів у більшості випадків не перевищує 10...12 років. Якщо проаналізувати модельний ряд автомобілів ЗАЗ, починаючи з 1960 року, то отримуємо наступні дані щодо тривалості інвестиційних періодів відповідних марок (табл. 1).

Таблиця 1

Тривалість періоду реалізації інвестиційних проектів щодо створення моделей ЗАЗ

Модель	Тривалість випуску, роки	Кількість модифікацій
ЗАЗ-965	10	9
ЗАЗ-966	6	6
ЗАЗ-968	10	5
ЗАЗ-968М	15	6
ЗАЗ-1102 Таврія	10	26
ЗАЗ-1103 Славута	12	9
ЗАЗ Lanos	14	5

Постійний розвиток (модифікація) модельного ряду є неодмінною умовою посилення конкурентоспроможності моделі, проте, це вимагає додаткових інвестицій на стадії розробки, випробувань та початкових випусків моделі. Наприклад, у 2020 році під маркою Volkswagen у світі продукувалось близько 50 моделей автомобілів. Перед виробниками автомобілів постає вибір моменту часу, коли, виходячи з ринкового попиту, необхідно здійснювати інвестиції у випуск нових моделей автомобілів, або у здійснення їх модифікацій з метою збереження конкурентоспроможності на ринку. Грошовий потік інвестиційного проекту у випуск нової чи модифікованої продукції автомобілебудівного підприємства матиме неординарний характер, через постійну необхідність поліпшення (або модифікації) цієї продукції (рис. 3).

Грошовий потік інвестиційного проекту з виробництва моделі 1 автомобіля залежатиме від обсягів її збуту на ринку. Життєвий цикл моделі на ринку проходитиме відповідні етапи А (конструювання, тестові випробування), D (випуск на ринок) С (насичення

ринку) D (виведення з ринку). На етапі насичення ринку розробник повинен прийняти рішення щодо модифікації моделі 1 або її заміни на іншу модель (модель 2) для збереження своїх позицій на ринку. Очікуваний грошовий потік від обох зображених варіантів подано на рис. 3. Можлива також ситуація, коли виробник приймає рішення щодо припинення виробництва автомобілів певного класу і модельного ряду. В такому випадку виробництво автомобілів моделі 1 буде доцільним доти, доки грошовий потік інвестиційного проекту зберігатиме своє додане значення. У кожен момент часу для здійснення вибору між модифікацією та розробкою нової моделі є можливим використовувати наступний вираз:

$$E = \frac{\Delta B_1}{\Delta I_1} : \frac{B_2}{I_2}, \text{ якщо } E > 1,$$

то більш доцільно здійснювати модифікацію моделі 1, якщо $E < 1$, то слід відмовитися від виробництва модифікованої моделі 1 на користь моделі 2.

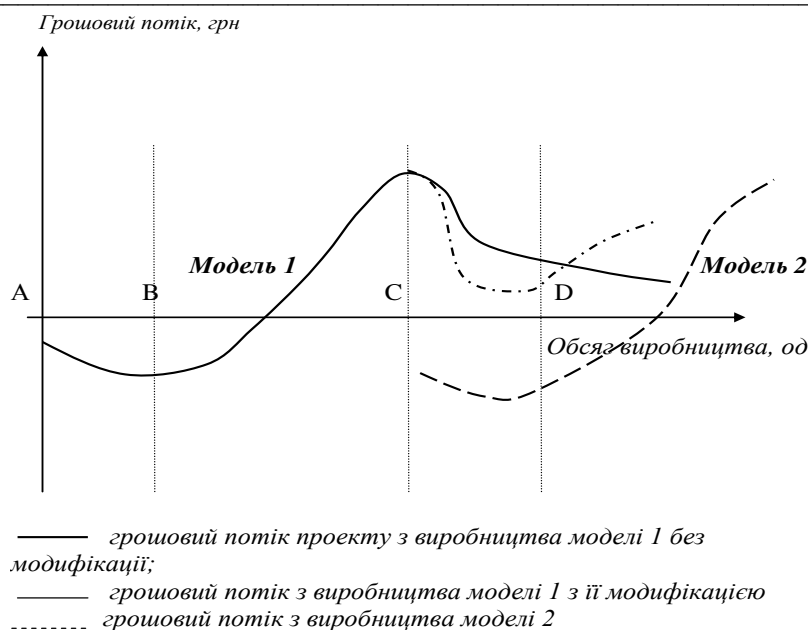


Рис. 3. Грошовий потік інвестиційного проекту з виробництва моделі 1 автомобіля

Діджиталізація автомобілів вимагає здійснення інвестицій у галузі, що раніше не вважались технологічно спорідненими з виробниками автомобілів. Наприклад, на сьогодні такі корпорації як Google та Apple слід вважати серйозними конкурентами для традиційних виробників автомобілів, як BMW, Daimler чи Volkswagen. Якщо традиційні виробники автомобілів ігноруватимуть необхідність цифрового забезпечення управління автомобілем, то їх продукція не витримає конкурентний тиск. Інвестиційний процес, відповідно до нових реалій, передбачатиме усе більшу диференціацію об'єктів інвестування та скорочення періоду реалізації відповідного інвестиційного проекту.

Висновки. Сучасний ринок продукції автомобілебудівників характеризується структурними зрушеннями, посиленням конкурентного середовища та необхідністю здійснення суттєвих за обсягом інвестицій у модернізацію продукції та процесів підприємства. Виходячи з цього, інвестиційна діяльність підприємства з виробництва автомобілів повинна розглядатись як важіль забезпечення конкурентоспроможності його продукції у конкурентному та динамічному ринковому середовищі. Інвестиційні рішення в автомобілебудуванні повинні враховувати визначення загальної суми грошового потоку, що генерується впродовж періоду реалізації інвестиційного проекту. Найбільш сприятли-

вим варіантом інвестування коштів у виробництво чи модифікацію автомобільної продукції слід вважати їх найбільшу віддачу у вигляді виторгу від продажу відповідної продукції в окремий момент часу реалізації проекту у порівнянні з альтернативними варіантами розміщення інвестиційних засобів.

Література

1. Entwicklung der weltweiten Automobilproduktion in den Jahren 2000 bis 2019 [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/151749/umfrage/entwicklung-der-weltweiten-automobilproduktion>.
2. Костриченко В. М. Раціоналізація розвитку галузевого ринку / В. М. Костриченко // Вісник НУВГП. – Серія «Економічні науки». – 2016. – Випуск 2(74). – С. 101–108.
3. Савченко С. М., Оцінювання стану та виявлення перспектив розвитку автомобілебудівних підприємств України / С. М. Савченко, А. С. Селіверстова // Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. – Серія: Економіка і управління. – 2018. – Том 29 (68). – № 3. – С. 78–82.
4. Горошкова Л. А. Інвестиційний клімат в автомобілебудівній галузі / Л. А. Горошкова, В. П. Волков, Р. О. Карбівничий // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності. – 2016. – Випуск 14. – С. 57–63. [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://tpa.pstu.edu/article/view/105623/100797>.
5. Продажі вживаних автомобілів в Україні зросли майже в чотири рази [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://economics.unian.ua/transport/1020656-prodaj-ujivanih-avtomobiliv-v-ukrajini-zrosli-mayje-v-chotiri-razi.html>.
6. Michael Freitag Die Transformation in der Automobilindustrie wird teurer [Електронний ресурс]

Режим доступа: <https://www.manager-magazin.de/unternehmen/autoindustrie/roland-berger-transformation-der-automobilindustrie-wird-teuer-a-1256830.html>.

7. Autohersteller verdoppeln Investitionen in Elektromobilität. Martin gropp-aktualisiert am 02.06.2019 [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/auto-verkehr/autohersteller-verdoppeln-investitionen-in-elektromobilitaet-16218061.html>.

8. So viel investieren Autohersteller weltweit in Elektrofahrzeuge 17.01.2019 [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://ecomento.de/2019/01/17/investitionen-elektromobilitaet-weltweit/>.

9. W. Siebenpfeiffer (Hrsg.), Energieeffiziente Antriebstechnologien, DOI 10.1007/978-3-658-00790-42, Springer Fachmedien. Wiesbaden. 2013.

References

1. Entwicklung der weltweiten Automobilproduktion in den Jahren 2000 bis 2019 Retrieved from <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/151749/umfrage/entwicklung-der-weltweiten-automobilproduktion>.

2. Kostrychenko, V.M. (2016). Ratsionalizatsiia rozvytku haluzevoho rynku. Visnyk NUVHP, Seriia «Ekonomichni nauky», Issue 2(74), 101-108.

3. Savchenko, S.M., & Seliverstova, A.S. (2018). Otsiniuvannia stanu ta vyjavlennia perspektyv rozvytku avtomobilebudivnykh pidpriemstv Ukrainy. Vcheni

zapysky TNU imeni V.I. Vernadskoho, Ser. Ekonomika i upravlinnia, T. 29(68), (3), 78-82.

4. Horoshkova, L.A., Volkov, V.P., Karbivnychi, R.O. (2016). Investytsiyni klimat v avtomobilebudivnii haluzi. Teoretychni i praktychni aspekty ekonomiky ta intelektualnoi vlasnosti, Issue (14), 57-63. Retrieved from <http://tpa.pstu.edu/article/view/105623/100797>.

5. Prodazhi vzhlyvanykh avtomobiliv v Ukraini zrosly maizhe v chotyry razy Retrieved from <http://economics.unian.ua/transport/1020656-prodaj-ujivanih-avtomobiliv-v-ukrajini-zrosli-mayje-v-chotiri-razi.html>.

6. Michael Freitag Die Transformation in der Automobilindustrie wird teurer Retrieved from <https://www.manager-magazin.de/unternehmen/autoindustrie/roland-berger-transformation-der-automobilindustrie-wird-teuer-a-1256830.html>.

7. Autohersteller verdoppeln Investitionen in Elektromobilität. Martin gropp-aktualisiert am 02.06.2019. Retrieved from <https://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/auto-verkehr/autohersteller-verdoppeln-investitionen-in-elektromobilitaet-16218061.html>.

8. So viel investieren Autohersteller weltweit in Elektrofahrzeuge 17.01.2019 Retrieved from <https://ecomento.de/2019/01/17/investitionen-elektromobilitaet-weltweit/>.

9. W. Siebenpfeiffer (Hrsg.), Energieeffiziente Antriebstechnologien, DOI 10.1007/978-3-658-00790-42, Springer Fachmedien. Wiesbaden. 2013.

ОСОБЕННОСТИ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА

A. Г. Вагонова, д. э. н., профессор, НТУ «Днепро́вская политехника»,

C. А. Госалов, аспирант, НТУ «Днепро́вская политехника»,

Е. В. Терехов, к. э. н., доцент, НТУ «Днепро́вская политехника»

Методология исследования. Результаты исследования основаны на применении следующих методов: аналитического – при определении факторов инвестиционной деятельности предприятий; статистического – при определении тенденций инвестиционной деятельности промышленных предприятий в Украине и мире; научного обобщения и систематизации – при разработке рекомендаций по повышению эффективности инвестиционного процесса на промышленном предприятии.

Результаты. Охарактеризовано современное состояние рынка промышленной продукции на примере автомобилестроения. Выявлены особенности осуществления инвестиционного процесса и показана его динамика в области автомобилестроения. Определены основные направления совершенствования автомобильной продукции для повышения ее конкурентоспособности на рынке. Разработан методический подход к оценке эффективности осуществления инвестиций в повышение конкурентоспособности продукции автомобилестроения. Обосновано, что направление инвестиций в разработку новой продукции предприятия или модификацию уже существующей должно предусматривать оценку денежных потоков и затрат по каждому варианту с учетом стадий жизненного цикла соответствующей продукции на рынке.

Новизна. Созданы методические основы выбора наиболее целесообразного варианта инвестирования средств предприятия в сохранение конкурентоспособности и повышения эффективности производства его продукции.

Практическая значимость. Доведено до уровня практических рекомендаций методическое положение по планированию инвестиций промышленного предприятия в соответствии с изменениями рыночного спроса на его продукцию, что может быть использовано соответствующими предприятиями при обосновании их инвестиционной стратегии.

Ключевые слова: инвестиции, рынок автомобильной продукции, инвестиционная деятельность, конкурентоспособность, эффективность, денежный поток, инвестиционный проект.

SPECIFICS OF INVESTMENT ACTIVITY OF INDUSTRIAL PRODUCTION ENTERPRISES

O. H. Vagonova, D.E., Professor, Dnipro University of Technology,

S. A. Gosalov, Post-graduate student, Dnipro University of Technology,

E. V. Terekhov, Ph. D (Econ.), Associate Professor, Dnipro University of Technology

Methods. The results of the study are based on the application of the following methods: analytical – in determining the factors of investment activity of enterprises in the field of research; statistical – when depicting trends in investment activities of industrial enterprises in Ukraine and the world; scientific generalization and systematization – in the development of recommendations for improving the efficiency of the investment process in an industrial enterprise.

Results. The current state of development of the market of industrial products is defined on the example of automobile industry. The specifics of the investment process and its dynamics in the automotive industry are presented. The main directions of improvement of automobile production for increase of its competitiveness in the market are defined. There is developed the methodical approach to the estimation of efficiency of realizing investments aimed at the increase of competitiveness of automobile production. It is substantiated that the direction of investment in the development of new products of the enterprise or modification of existing products should include an assessment of cash flows and costs for each option, taking into account the stages of the life cycle of the product in the market.

Novelty. There are shown the methodical bases of the choice of the most expedient variant of investment of the enterprise assets in preservation of competitiveness and increase of efficiency of manufacture of its production.

Practical value. The methodical position is brought to the level of practical recommendations concerning planning the investments of the industrial enterprise according to changes of market demand for its production, which can be used by respective enterprises while substantiating their investment strategy.

Keywords: investments, market of automobile products, investment activity, competitiveness, efficiency, cash flow, investment project.

Надійшла до редакції 25.08.20 р.