

Для положительных социальных эффектов различных технологий маркетинга соответствующие вектора можно представить в виде $\bar{z}_{i,j}^O = (z_{i,j,1}^O, z_{i,j,2}^O, \dots, z_{i,j,r}^O)$. Здесь вектор $\bar{z}_{i,j}^O$ характеризует положительные социальные эффекты использования соответствующей $x_{i,j}$ компоненте технологии маркетинга.

Для отрицательных социальных эффектов соответствующие вектора технологий маркетинга можно представить в виде $\bar{z}_{i,j}^E = (z_{i,j,1}^E, z_{i,j,2}^E, \dots, z_{i,j,r}^E)$.

Система управления в качестве исходного материала для воздействия на маркетинговую коммуникацию использует данные об экономической эффективности применения той или иной технологии маркетинга. Существует три аспекта влияния маркетинговых коммуникаций на показатели экономической эффективности: во-первых, это качество маркетинговых коммуникаций, во-вторых, номенклатура технологий маркетинга, в-третьих – правильный структурный состав каждой технологии маркетинга.

Анализ эффективности применяемых маркетинговых коммуникаций сводится к расчету рентабельности по каждой технологии маркетинга. Сопоставляются затраты на данную технологию с полученным экономическим результатом за счет ее внедрения. При снижении коэффициента рентабельности ниже определенного уровня необходима корректировка данной технологии в рамках динамического взаимодействия всех технологий маркетинга, либо ее ликвидация, если она не отвечает поставленным целям предприятия.

При снижении рентабельности деятельности предприятия ниже определенного уровня предпринимаются усилия по вводу в действие дополнительных технологий маркетинга из общей совокупности технологий, представленных в рассмотренной выше матрице маркетинговых коммуникаций.

Таким образом, предложенная модель маркетинговых коммуникаций создает базу для построения системы управления маркетинговой коммуникацией с потребительским сегментом. Одновременно с параллельно применяемыми в отрасли мероприятиям по повышению качества предоставляемых услуг, система управления создает более широкие возможности, что позволит прочно обосноваться в выбранном рыночном сегменте, а при проведении агрессивной политики завоевания рынка она поможет выходу на новые сегменты и удержанию их.

ЛИТЕРАТУРА

1. Глазов М.М., Фирова И.П. Маркетинг предприятия: анализ и диагностика. – СПб: Андреевский издательский дом, 2006. – 268с. 2. Смит П.Р. Маркетинговые коммуникации: комплексный подход. – Киев: «Знание», 2003. – 796с.

УДК 621.002:338

Бурейко Е.В., Торская И.В.

КОМПЛЕКСНАЯ МЕТОДИКА ОЦЕНКИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

*Белорусский национальный технический университет
Минск, Беларусь*

Активность деятельности инвесторов во многом зависит от степени устойчивости финансового состояния и экономической состоятельности предприятий, в которые они готовы направить инвестиции. Именно эти параметры главным образом и характеризуют инвестиционную привлекательность предприятия (ИП). Между тем в настоящее время методологические вопросы оценки и анализа инвестиционной привлекательности не достаточно разработаны и требуют дальнейшего развития.

Анализ методов и методик определения ИП предприятия проводится с точки зрения инвестора, который ориентируется на прирост капитала. Следовательно, основными факторами, которые должны быть учтены в рамках методики оценки ИП предприятия, является доходность осуществляемых вложений и риски, сопровождающие процесс инвестирования.

В результате синтеза существующих определений ИП предприятия предлагается трактовать **инвестиционную привлекательность** как определяемую конкретным инвестором обобщающую характеристику предприятия, которая формируется на основании сопоставления доходности с учетом уровня риска вложения капитала.

В мировой практике существуют следующие методы оценки ИП предприятия:

1) Рейтинговая система [1, с. 4];

Оценка ИП на основе рейтинговой системы осуществляется двумя известными агентствами: Standard & Poor's и АК&М. Метод, используемый агентством Standard & Poor's предусматривает анализ восьми финансовых показателей, а метод агентства АК&М - шести. Результатом оценки ИП этим методом является присвоение предприятию определенного места в общем отраслевом рейтинге.

2) Процедура оценки платежеспособности заемщика.

В данном случае анализу подвергаются различные финансовые показатели, в результате чего предприятию присваивается один из 4 классов платежеспособности.

Осуществим оценку платежеспособности РУП «Минский тракторный завод» по методике, которой пользуется АСБ «Беларусбанк», предоставляющий кредиты анализируемому предприятию. Расчет осуществлен на основе данных баланса и отчета о прибылях и убытках РУП «МТЗ» за 2005 и 2006гг. В зависимости от полученных значений итоговой оценки организация относится к одному из четырех классов платежеспособности: при величине итоговой оценки от 50 до 75 баллов – 1 класс; от 76 до 125 баллов – 2 класс; от 126 до 175 баллов – 3 класс; 176 и более баллов – 4 класс.

Результаты проведенного анализа представлены в таблице 1.

Собственно рейтинговую оценку проводят следующим образом:

1. Если коэффициент финансовой независимости $k_n > 0,5$, то выставляется балл 10, если $0,3 < k_n < 0,5$ - то 20, а если $k_n < 0,3$ - то 30;
2. Если коэффициент текущей ликвидности $k_{тл} > 1,7$, то выставляется балл 20, если $1 < k_{тл} < 1,7$ - то 40, а если $k_{тл} < 1$ - то 60;
3. Если коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами $k_{об} > 0,3$, то выставляется балл 20, если $0,1 < k_{об} < 0,3$ - то 40, а если $k_{об} < 0,1$ - то 60.

Таблица 1 – Оценка и платежеспособности РУП «МТЗ» за 2005-2006гг.

Наименование коэффициента	Значение		Оценка (в баллах)	
	2005г.	2006г.	2005г.	2006г.
1. Коэффициент финансовой независимости	0,58	0,54	10	10
2 Коэффициент текущей ликвидности	2,24	2,27	20	20
3. Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	0,364	0,404	60	60
4. Рейтинговая оценка (п.1.+п.2.+п.3.)			50	50
5. Дополнительные критерии				
5.1. Прибыльность деятельности			0	0
5.2. Соотношение темпа роста прибыли за отчетный период с темпами роста реализации и темпами роста активов			5	5
5.3. Формирование портфеля заказов			0	0
5.4. Доля неденежных расчетов в объеме реализованной продукции			0	0
5.5. Оптимизация запасов готовой продукции			0	0
5.6. Стабильность денежных потоков			0	0
5.7. Размер дебиторской задолженности			10	10
5.8. Участие собственными средствами организации в финансируемом проекте			0	0
6. Итого корректирующий балл (п.5.1.+п.5.2.+п.5.3.+п.5.4.+п.5.5.+п.5.6.+п.5.7.+п.5.8.)			15	15
Итоговая рейтинговая оценка (п.4.+п.6.)			65	65
Класс платежеспособности			1	1

Дополнительно при проведении финансового анализа используется ряд критериев. Если не соблюдаются определенные условия, то анализируемому критерию присваивается дополнительные баллы. Дадим необходимые комментарии:

Критерий 5.1: деятельность РУП «МТЗ» в 2006г. прибыльна. Балл равен 0.

Критерий 5.2: Темп роста прибыли: $T_n = 231705/159388=1,54$, темп роста реализации: $T_p = 1870018/1421314=1,16$, темп роста активов: $T_k = 834219/592718=1,41$. Оптимальным является следующее соотношение: $T_p > T_p > T_k > 1$. Т.к. оптимальное соотношение не соблюдается, оценка в соответствии с методикой составляет 5 баллов.

Критерий 5.3: На 2006г запланирован объем производства тракторов 45 862 шт., в т.ч. 85% на экспорт. Объемы отгрузок реальны и обеспечивают независимость сбытового процесса от конъюнктурных колебаний. Портфель заказов на реализацию произведенной продукции сформирован в размере более 80% от запланированного выпуска. Балл равен 0.

Критерий 5.4: Предельный норматив прекращения всех видов обязательств без поступления денежных средств по отношению к оплаченной выручке от реализации продукции для РУП «МТЗ» на 2006г. составляет 14,8%. Фактически же процент неденежных форм расчета в оплаченной выручке в среднем за год составлял 14,25%, достигнув в декабре 13,5%, что не превышает предельного норматива. Балл равен 0.

Критерий 5.5: На 1.01.07г. фактический норматив запасов готовой продукции на складах составляет 0,78 (при запланированном 0,95). Балл равен 0

Критерий 5.6: Поступления на расчетный (текущий) счет стабильны, носят систематический, равномерный характер. Балл равен 0.

Критерий 5.7: Дебиторская задолженность на 1.01.07г. – 346195 млн. руб., темп роста по сравнению с 1.01.06г. – 158,94%. Размер дебиторской задолженности превышает двухмесячный (244177 млн. руб.), но не превышает трехмесячного (366266 млн. руб.) объема выпуска продукции. Следовательно, оценка составляет 10 баллов.

Критерий 5.8: Участие собственными средствами в инвестиционном проекте согласно бизнес-плану РУП «МТЗ» на 1.01.07г. составляет 90%. Балл равен 0.

В результате проведения рейтинговой оценки РУП „МТЗ” можно сделать вывод о том, что данная организация относится к первому, самому высокому классу платежеспособности.

Однако подобная оценка, построенная на анализе динамики финансово-экономических показателей, является недостаточной для комплексной оценки ИП и ее необходимо дополнить еще учетом ряда факторов, в числе которых:

- риск, связанный с качеством управления;
- степень рациональности инвестирования в предприятие.

Осуществим оценку риска, связанного с качеством управления. При этом целесообразно применение компьютерной модели прогнозирования вероятности банкротства для определения такого риска. Модель оценки имеет следующий вид [3, с. 15]:

$$Z = 1,2 \cdot K_{об} + 3,3 \cdot K_p + 0,6 \cdot K_3 + 1,0 \cdot K_{от},$$

где $K_{об}$ – коэффициент оборачиваемости чистого оборотного капитала,
 K_p – коэффициент рентабельности активов,
 K_3 – коэффициент финансовой зависимости,
 $K_{от}$ – коэффициент отдачи активов.

Распределение рисков в зависимости от величины фактора Z:

- при $Z < 1,81$, значение риска равно 5%;
- при $1,81 < Z < 2,765$ значение риска принимается равным от 4% до 3%;
- при $2,765 < Z < 2,99$ значение риска принимается равным от 2% до 1%;
- при $Z > 2,99$ значение риска принимается равным 0%.

В таблице 2 приведены значения коэффициентов и величины фактора Z для определения риска, связанного с качеством управления

Таблица 2 – Расчет величины фактора Z для РУП «МТЗ»

Коэффициенты	2005 год		2006 год	
	Значение	Взвешенное значение	Значение	Взвешенное значение
$K_{об}$	0,21	0,25	0,24	0,29
K_p	0,17	0,56	0,18	0,59
K_3	2,38	1,43	2,17	1,3
$K_{от}$	1,52	1,52	1,45	1,45
ИТОГО (Z):	-	3,76	-	3,63

Так как $Z_{2005} = 3,76$, т.е. $Z > 2,99$, $Z_{2006} = 3,63$, т.е. также $Z > 2,99$, следовательно, риск, связанный с качеством управления отсутствует.

Аналогичные выводы получаются и при анализе Z-критерия Альтмана, значение которого в 2005 году составляло 4,23, а в 2006 году -4,33, что свидетельствует об устойчивости функционирования предприятия.

Далее следует оценить степень рациональности инвестирования в предприятие на основе места нахождения РУП «МТЗ» в матрице приоритетности инвестирования [2, с. 21], зависящей от инвестиционных потенциала и риска, которая отражена на рисунке 1.

На ИП предприятия, кроме всего прочего, влияет:

- инвестиционный потенциал предприятия – совокупность показателей частных потенциалов, учитывающих экономические возможности субъектов хозяйствования в виде суммы объективных предпосылок для инвестиций;
- инвестиционный риск предприятия, который складывается из экономического, финансового, политического, социального, законодательного, криминального, экологического и внешнеэкономического рисков.

Расчеты инвестиционной привлекательности по инвестиционному потенциалу проводятся по следующим формулам:

$$J_n = O_m \times k_m, J_p = O_{ip} \times k_{ip}$$

где: J_n, J_p - инвестиционный потенциал и риск соответственно,
 O_m, O_{ip} - среднее значение экспертных оценок показателей ИП,
 k_m, k_{ip} - важность показателя ИП.

Таблица 3 - Характеристики сегментации инвестиционной политики [2, с. 22]

Сегменты инвестирования	Рациональная инвестиционная политика
1+	Максимальное инвестирование и реинвестирование прибыли для получения дохода в краткосрочном периоде
2+	Инвестирование и максимальное реинвестирование прибыли для получения дохода в среднесрочном периоде
3+	Инвестирование и реинвестирование прибыли для извлечения дохода
4+	Инвестирование и реинвестирование прибыли для получения дохода и развития системы
5+	Инвестирование для получения дохода
7+	Инвестирование для получения дохода в долгосрочном периоде
3-	Инвестирование для получения дохода в долгосрочном периоде
5-	Инвестирование для предотвращения кризиса
6-	Инвестирование при антикризисном управлении
7-	Инвестирование для развития системы
8-	Инвестирование при антикризисном управлении
9-	Инвестирование при антикризисном управлении. Инвестирование в социальные проекты при нулевом доходе.

Анализ показателей проводится на основе экспертных оценок. В экспертизе участвовали сотрудники кредитного отдела АСБ «Беларусбанк», а также сотрудники РУП «МТЗ». Результаты экспертизы представлены в таблицах 4 и 5.

Таблица 4 - Экспертная оценка инвестиционного потенциала РУП «МТЗ»

Показатели инвестиционного потенциала	Среднее значение оценок	Важность показателя	Инвестиционная привлекательность
Ресурсно-сырьевой	60	0,1	6
Трудовой	60	0,3	18
Производственный	55	0,2	11
Институциональный	60	0,1	6
Потребительский	70	0,08	5,6
Финансовый	40	0,03	1,2
Инфраструктурный	40	0,1	4
Инновационный	45	0,09	4,05
Итого			55,85

Таблица 5 - Экспертная оценка инвестиционного риска РУП «МТЗ»

Показатели инвестиционного риска	Среднее значение оценок	Важность показателя	Инвестиционная привлекательность
Экономический	65	0,3	19,5
Финансовый	60	0,08	4,8
Политический	30	0,09	2,7
Социальный	60	0,1	6
Законодательный	55	0,03	1,65
Криминальный	15	0,2	3
Экологический	30	0,1	3
Внешнеэкономический	65	0,1	6,5
Итого			47,15

Оценка инвестиционного потенциала и риска экспертами проводится по следующим параметрам: 0 – нулевой потенциал, 25 – низкий потенциал, 50 – средний потенциал, 75 – высокий потенциал, 100 – очень высокий потенциал.

В итоге функция инвестиционной привлекательности примет вид:

$$J_{\text{инвпр}}(J_n; J_p)$$

Графически результат анализа ИП предприятия представлен на рисунке 2 в виде точки с координатами 47,15 и 55,85, что соответствует среднему уровню инвестиционного риска и инвестиционного потенциала. В матрице приоритетности инвестирования данные значения соответствуют клетке «5+», что определяет рациональность инвестирования для получения дохода.

Таким образом, на основании всех вышеприведенных расчетов можно сделать вывод, что анализируемое предприятие РУП «МТЗ» является достаточно привлекательным для инвестора с точки зрения благоприятных финансово-экономических показателей; отсутствия риска, связанного с качеством управления и вероятностью банкротства предприятия; а также уровня инвестиционного потенциала выше среднего и инвестиционного риска ниже среднего, достаточных для успешного инвестирования.

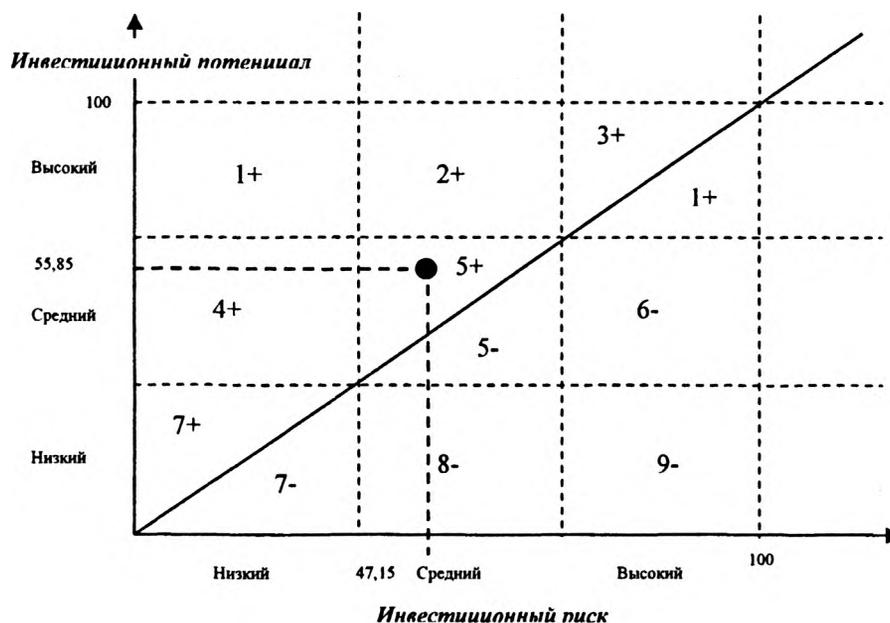


Рисунок 1 – Матрица приоритетности инвестирования в экономическую систему

ЛИТЕРАТУРА

1. Веселов, Д.В. Анализ инвестиционной привлекательности предприятий. Автореф. дисс., - М: ГУУ, 2006. – 27 с.
2. Дежинов, Д.В. Методические подходы и оценка инвестиционной привлекательности / Д.В. Дежинов // Молодежь и экономика: межвуз. сб. науч. тр. Волгоград, 2004. – Волгоград: ВолгГТУ, 2004. – 0,13 п.л.
3. Злобина, А.Ю. Методы определения инвестиционной

ОЦЕНКА ЭКСПОРТНОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Белорусский национальный технический университет
Минск, Беларусь

Коммерческий успех предприятия на внешнем рынке во многом зависит от эффективности использования экспортного потенциала. В свою очередь, правильно сформированная и претворенная в жизнь стратегия управления экспортным потенциалом, обоснованная оценка его использования, а также качественный учет и контроль результатов деятельности является индикатором конкурентоспособности предприятия и средством продвижения его интересов в масштабах мировой экономики.

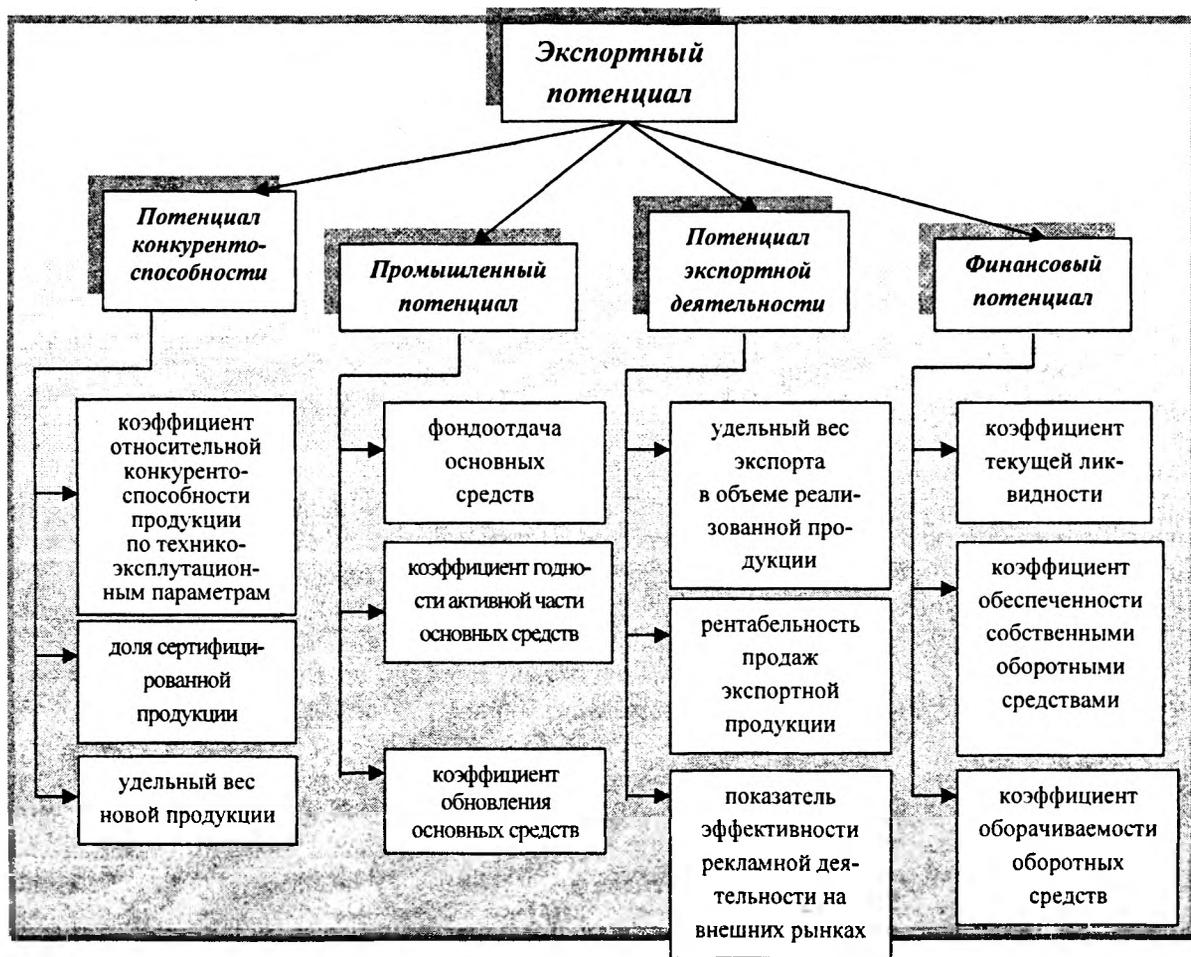


Рисунок 1-Факторы, влияющие на экспортный потенциал

Экспортный потенциал представляет собой интегральную способность предприятия создавать и производить конкурентную продукцию, продвигать ее на внешнем рынке и выгодно реализовывать там товар. Понятие экспортного потенциала может быть использовано для определения перспектив развития предприятия. Данный показатель находится в зависимости от наличных ресурсов и возможности их дополнительной мобилизации [2]. Экспортный потенциал является стратегическим ресурсом предприятия, источником формирования его конкурентного преимущества на международных рынках.