

способной, сельскохозяйственные предприятия должны обновлять семенные фонды картофеля и овощей, сады плодовых деревьев элитными саженцами и т. д. В этих целях необходимо в каждом райпо создать районный центр поддержки и развития личных хозяйств, способный оказывать комплекс самых различных услуг и помощь населению.

Кроме того, система потребительской кооперации должна постоянно проводить сельскохозяйственные ярмарки, на которые приглашать все заинтересованные организации и предприятия (НИИ, колхозы, совхозы, птицефабрики, торговые организации, предприятия общественного питания, дачников и др.).

*О.Б. Мных, канд. экон. наук,
М.П. Хвесюк, Н.Б. Войтенко
НУ "Львовская политехника"*

КОМПЛЕКСНЫЙ МАРКЕТИНГОВЫЙ ПОДХОД К ВЫБОРУ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ В ПРОЦЕССЕ БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЯ

Большинство современных предприятий задействовано в нескольких видах бизнеса или стратегических бизнес-единицах. Причем каждый бизнес можно рассматривать как инвестицию, величину которой можно увеличить, уменьшить или оставить на прежнем уровне, исходя из общей стратегии развития предприятия, что равноценно формированию портфеля финансовых инвестиций. В условиях функционирования нескольких бизнес-единиц предприятия сталкиваются со сложной проблемой оценки перспектив развития каждой из них, что обусловило необходимость внедрения в практику инвестиционного менеджмента рациональных методов формального планирования, известных как методы портфельного анализа, примененного, в частности, по заказу в компании General Electric, имеющую очень развернутую производственную программу, которая включает более 150 продуктовых отделений.

Уровень инвестиций (минимальный, средний или высокий) в каждую бизнес-единицу определяется согласно данной методике, исходя из таких критериев, как привлекательность

отрасли, в которой они действуют, и конкурентная позиция или собственная конкурентоспособность. Таким образом, формируются три группы различных бизнес-единиц, в зависимости от объема привлекаемых инвестиций. Со временем с учетом изменений рыночных ситуаций допускается их переход от одной группы к другой. Целесообразно отметить некоторую ограниченность данного метода, а именно: игнорирование взаимосвязей между отдельными стратегическими бизнес-единицами или эффекта синергии, предполагаемого создание некоторых дополнительных ценностей предприятия посредством взаимодействия стратегических бизнес-единиц, когда имеют место сильные технологические связи между подразделениями. Предприятие, как правило, оценивает в качестве рационального такое функционирование и развитие бизнес-единиц, которое предполагает выполнение определенных ограничений, соответствующих приемлемому уровню риска. Ввиду этого широкое применение в последние десятилетия имеет концепция рыночной стоимости предприятия, базирующейся на использовании единого интегрального критерия оценки стратегии развития предприятия как совокупности взаимосвязанных инвестиций, осуществленных в разные временные периоды с целью максимизации стоимости этого предприятия. Известная консалтинговая фирма McKinsey предложила так называемую "модель Пентагона", в которой показатель рыночной стоимости предприятия используется для анализа возможностей его реструктуризации с учетом внешних и внутренних улучшений, а также стратегических и операционных возможностей.

В связи с вышеизложенным топ-менеджмент предприятий поставлен перед необходимостью решения следующих задач:

- обеспечение профессионалов, задействованных в анализ ИП;
- разработка мероприятий по реализации стратегии развития предприятия;
- выявление влияния результатов внедрения отдельных ИП на формирование стратегических планов развития соответствующего структурного подразделения;
- возрастание эффективности процессов идентификации, предыдущей оценки и отбора ИП для более детального маркетингового и финансового анализа на основе составления перспективных денежных потоков для различных сценариев развития рыночной ситуации (пессимистический и опти-

мистический прогноз с учетом шансов и угроз на товарном рынке, а также прогноз для стабильной внешней среды).

Следует отметить важность улучшения взаимопонимания между специалистами предприятия и государственными, региональными (местными), отраслевыми органами управления (особенно при реализации ИП), ориентированного на экспортные поставки, что значительно снижает неопределенность и риск относительно достижения нескольких взаимосвязанных между собой социально-экономических целей.

*В.Е. Мочулаев, канд. экон. наук,
М.В. Терин, канд. экон. наук,
В.Д. Попов, канд. экон. наук
(Ярославль, Россия)*

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДИЧЕСКОГО АППАРАТА ОЦЕНКИ КОНКУРСНЫХ ЗАЯВОК В СИСТЕМЕ ЗАКУПОК ПРОДУКЦИИ ДЛЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ НУЖД

Для повышения социальных и экономических результатов от подготовки и проведения торгов на закупку продукции для государственных нужд важное значение имеет разработка научно обоснованного методического аппарата оценки и сопоставления конкурсных заявок и его применение для определения победителя торгов.

Одним из существенных недостатков предлагаемых в теории и практике госзакупок методических подходов к определению победителя торгов является отсутствие общепринятого критерия оценки и сопоставления конкурсных заявок. Чаще всего в практике вместо выдвижения и обоснования критерия оценки конкурсных заявок используется широкий набор разнородных технических, экономических и прочих показателей, качественные и количественные значения которых приводят к сопоставимому виду с помощью метода балльной оценки. Такой подход к оценке конкурсных заявок наряду с его простотой и доступностью таит в себе много субъективного, так как экономические показатели закупаемой продукции не играют решающей роли в определении победителя конкурса.