

Сообщения о товаре целенаправленно перемещаются от их создателя к потребителю посредством соответствующих информационных коммуникаций.

Оптимальный выбор средств распространения обращения в значительной степени определяет успех коммуникации. Факторы, влияющие на выбор средств подачи информации потребителям: цели мероприятия; желаемая широта охвата и сила воздействия на потребителей; степень доверия конкретному средству со стороны аудитории; наличие соответствующих средств; возможности пользоваться определенными средствами распространения информации; особенности, достоинства и недостатки отдельных средств распространения информации.

На этапе выбора средств распространения информации необходимо принятие решений о таких параметрах, как охват, частота, сила воздействия.

Плевако Т., Плевако Л.
Латвийский университет (Рига)

ИНВЕСТИЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ ФИРМЫ

При инвестировании фирмы определяются инвестиционные цели, на основании которых осуществляется последовательное вложение финансовых и нефинансовых средств. Иерархия инвестиционных целей может быть определена в следующем порядке:

1. Прибыльность инвестиционного мероприятия (норма прибыли на единицу инвестиций);
2. Предполагаемый рост торгового оборота фирмы и доля контролируемого рынка;
3. Поддержание высокой репутации фирмы среди потребителей и сохранение контролируемой доли рынка;

4. Достижение высокого уровня производительности труда на фирме;
5. Ожидаемый объем производства новой продукции на фирме;
6. Освоение фирмой новых видов деятельности.

Проведение инвестиционного анализа фирмы осуществляется с различных точек зрения.

С точки зрения владельцев фирмы основой анализа являются:

1. Расчеты прибыльности (ставки доходности собственного и акционерного капитала; коэффициент чистого дохода на акцию; поток денежных средств на акцию);
2. Распределение прибыли (дивиденды на акцию; текущая доходность).

С точки зрения менеджмента фирмы анализируются:

1. производственная деятельность (коэффициент эксплуатационных затрат; коэффициент прибыльности производственной деятельности; уровень рентабельности);
2. Управление ресурсами (оборачиваемость активов и длительность их оборота; управление оборотным капиталом; оборачиваемость товарно-материальных запасов;

3. Доходность (ставка доходности активов и чистых активов).

С точки зрения кредитов фирмы основой анализа являются:

1. Ликвидность (текущий и критический коэффициент ликвидности, а также ликвидационная стоимость фирмы);

2. Финансовый леверидж (доля долговых обязательств в активах; доля заемного капитала в капитализации, соотношение заемного и собственного капитала);

3. Обслуживание долга (коэффициенты покрытия процентных выплат и долговых обязательств).

Определение инвестиционных целей фирмы и проведение ее инвестиционного анализа позволяет выявить наиболее привлекательные направления инвестиций, их оптимальные объемы и сроки вложения капитала.

Плевако Л., Плевако Т.
Латвийский университет (Рига)

УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСОВЫМИ ИНВЕСТИЦИЯМИ

Финансовые посредники представляют собой организации, выпускающие финансовые обязательства и продающие их в качестве активов за деньги. На полученные таким образом средства приобретаются финансовые активы других компаний (фирм). Финансовыми посредниками являются коммерческие банки, сберегательные и кредитные ассоциации, сберегательные банки, кредитные союзы, страховые компании, пенсионные фонды и др. Финансовые посредники косвенным образом обеспечивают дополнительную возможность привлечения средств населения для компаний (фирм). Компания выдает посреднику ценные бумаги в обмен на получаемые средства. Посредник привлекает средства населения, представляя инвесторам возможность открытия чековых и сберегательных счетов.

Инвестор принимает решения относительно приобретения ценных бумаг, относительно объемов и сроков инвестирования. Основу инвестиционного процесса составляют: выбор наиболее приемлемого варианта инвестиционной политики, анализ рынка ценных бумаг, оценка его эффективности.

Инвестиционные компании могут использовать свой потенциал в сфере инвестиционного посредничества. Это может быть роль посредника между производственными компаниями (фирмами), желающими получить инвестиции, и инвеститорами, которые не в состоянии самостоятельно определить наиболее привлекательный объект инвестиций. Инвестиционная компания постоянно занимается мониторингом ситуации на рынке ценных бумаг: знает состояние различных эмитентов ценных