

8.5. ПОВЫШЕНИЕ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИЙ ТОРГОВОЙ ОТРАСЛИ

Федорова Е.А., д.э.н., доцент;
Одегова Л.Ю., аспирант кафедр
«Финансовый менеджмент»

Финансовый университет при Правительстве РФ

[Перейти на Главное МЕНЮ](#)
[Вернуться к СОДЕРЖАНИЮ](#)

В статье рассматриваются практические и методологические аспекты инвестиционной привлекательности организаций торговой отрасли. Предложено авторами уравнение оценки инвестиционной привлекательности апробируется с помощью эконометрического моделирования. Предлагается практическое применение расчета оценки инвестиционной привлекательности торговой отрасли.

С каждым годом конкуренция на российском рынке увеличивается, что заставляет задуматься собственников компаний о дальнейших перспективах роста их предприятий. Самыми распространенными средствами для дальнейшего развития и увеличения предприятий на сегодняшний день являются поиск стратегических инвесторов, привлечение инвестиций на фондовом рынке и займы в кредитных организациях. Поэтому одной из главных задач современных предприятий стало эффективное управление их инвестиционной привлекательностью. Инвестиционная привлекательность зависит от множества различных факторов и является сложной многоплановой характеристикой хозяйствующего субъекта [1, с. 229].

Для чего необходимо производить анализ и оценку инвестиционной привлекательности деятельности организаций? Под инвестиционной привлекательностью предлагается понимать совокупность специфических внутренних и внешних факторов для отрасли, а также финансово – экономических и производственных показателей предприятия, влияющих на принятие управленческих решений инвесторами [5, с. 32].

В нашей работе в качестве методологии для определения инвестиционной привлекательности организаций торговой отрасли будет использоваться комплексный подход, в основе которого лежит коэффициент q -Тобина, определяющий рыночную характеристику инвестиционной привлекательности организации. Если коэффициент Тобина $q > 1$, значит, рыночная стоимость превышает балансовую стоимость активов компании. Это значит, что рыночная стоимость отражает некоторые неизмеримые или не поддающиеся учету активы компании. Высокое значение коэффициента Тобина (q) подталкивает инвесторов к решению больше вкладывать в капитал данной компании, потому что он стоит дороже, чем за него заплачено. С другой стороны, если $q < 1$, то рыночная стоимость активов компании меньше, чем их балансовая стоимость. Это означает, что рынок недооценивает компанию.

Объектом исследования и оценки инвестиционной привлекательности в данной работе выбрано 39 крупных листинговых компаний, которые расположены в различных регионах Российской Федерации, одним из видов деятельности которых является оптовая и розничная тор-

говля. В качестве информационной базы в данном исследовании выступают 51 финансовых показателей, которые были взяты из базы данных RUSLANA компании Bureau van Dijk. Временные рамки исследования 2010-2012 г. Расчеты в данной работе производились с помощью современных программных продуктов Excel, EViews и MathCAD. В исследуемой модели в качестве моделируемого показателя выступает капитализация компаний, поскольку данный показатель наиболее полно характеризует эффективность производственной и коммерческой деятельности предприятий [6, с. 10].

В результате расчетов было определено уравнение инвестиционной привлекательности торговой отрасли.

$$Y = 5.18e-05 * X45 - 0.00032 * X48 + 2.99e-07 * X12 + 1263.21 * X6 - 0.00011 * X41 + 1.02 * X16 - 1.58, \quad (1)$$

где

X45 – операционная выручка на одного работника;

X48 – общее количество активов на одного работника;

X12 – текущая рыночная капитализация;

X6 – прибыль на акцию;

X41 – чистый оборотный капитал;

X16 – коэффициент цена / выручка.

Если $Y > 0$, то компания будет инвестиционно привлекательной в следующем году.

Подставляя в уравнение 1 значения значимых факторов 39 компаний за 2012 г., получаем рейтинг организаций по вероятности их инвестиционной привлекательности. Если значение $Y > 0$, то предприятие является с большей вероятностью инвестиционно-привлекательным, при $Y < 0$ организация является не инвестиционно-привлекательной. Данные рейтинга 39 компаний представлены в табл. 1 в порядке убывания их инвестиционной привлекательности.

Таблица 1

РЕЙТИНГ ЛИСТИНГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ ТОРГОВОЙ ОТРАСЛИ

№ в рейтинге	Наименование компании ОАО	Значение вероятности
1	«Южный Кузбасс»	17,27
2	«Газпром нефть»	13,93
3	«АЛРОСА-Нюрба»	8,72
4	«Мордовская энергосбытовая компания»	3,80
5	«Башинформсвязь»	2,74
6	«Мосэнергосбыт»	2,72
7	«Уфаоргсинтез»	2,10
8	«Торговый дом ЦУМ»	2,07
9	«Владимирский химический завод»	1,55
10	«Славнефть-ЯНОС»	1,09
11	«Кубаньэнергосбыт»	0,81
12	«Мариэнергосбыт»	0,60
13	«Нижегородская сбытовая компания»	0,37
14	«Якутская топливно-энергетическая компания»	0,00
15	«Красноярскэнергосбыт»	-0,13
16	«Челябинский кузнечно-прессовый завод»	-0,29
17	«Удмуртэнерго»	-0,45
18	«Нефтекамский автозавод»	-0,51
19	«Институт Стволовых Клеток Человека»	-0,55
20	«Северский трубный завод»	-0,56
21	«Марион»	-0,74

№ в рейтинге	Наименование компании ОАО	Значение вероятности
22	«Ракетно-космическая корпорация «Энергия имени С. П. Королева»	-0,78
23	«Останкинский мясоперерабатывающий комбинат»	-0,80
24	«Свердловэнергосбыт»	-0,82
25	«Торговый дом ГУМ»	-0,82
26	«Кировэнергосбыт»	-0,89
27	«Липецкая энергосбытовая компания»	-1,01
28	«Фармсинтез»	-1,24
29	«Павловский автобус»	-1,39
30	«Тантал»	-1,40
31	«Красный октябрь»	-1,40
32	«Читаэнергосбыт»	-1,99
33	«Владимирская энергосбытовая компания»	-2,06
34	«Машиностроительный завод»	-2,39
35	«Костромская сбытовая компания»	-2,56
36	«Варьеганнефтегаз»	-2,65
37	«Славнефть-МегионНГ»	-2,77
38	«Вологдаэнергосбыт»	-2,92
39	«ДИОД»	-2,93

Как видно из табл. 1 к инвестиционно-привлекательным можно отнести организации с 1 по 14. К не инвестиционно-привлекательным остальные 25 компаний.

В рейтинг пяти лучших инвестиционно-привлекательных организаций вошли следующие предприятия:

- ОАО «Южный Кузбасс»;
- ОАО «Газпром нефть»;
- ОАО «АЛОРСА-Нюрба»;
- ОАО «Мордовская энергосбытовая компания»;
- ОАО «Башинформсвязь».

Рассмотрим краткую характеристику каждого предприятия, вошедшего в пятерку лидеров по инвестиционной привлекательности среди компаний, одним из видов деятельности, которых является торговля.

Компания, оказавшаяся на 1-м месте по инвестиционной привлекательности, – ОАО «Южный Кузбасс» – в 1993 г. образовалась в результате объединения перерабатывающих и угледобывающих производств. В настоящее время входит в список крупнейших угольных компаний в Кемеровской области в Кузнецком угольном бассейне. ОАО «Южный Кузбасс» является мощным и конкурентоспособным предприятием, которое вносит значительный вклад в экономику региона и страны. Деятельностью предприятия являются:

- добыча полутвердого и полумягкого коксующегося угля с низким содержанием летучих веществ, энергетического угля и антрацитов;
- переработка на обогатительных фабриках всех добываемых углей;
- поставка готовой продукции на российский рынок (97% от общего объема) и ее экспорт в Европу и страны Азии.

В рейтинге, составленном Рейтинговым агентством «Эксперт», Открытое акционерное общество (ОАО) «Южный Кузбасс» по итогам 2011 г. по рыночной капитализации занимает 36-е место среди крупнейших компаний РФ и 2-е место в рейтинге десяти крупнейших компаний угольной промышленности.

На 2-м месте оказалось ОАО «Газпром нефть» – нефтяная компания, основными видами деятельности которой являются разведка месторождений углеводородов, добыча и реализация нефти и газа, производство и сбыт нефтепродуктов. В 2012 г. объем добычи углеводородов увеличился почти на 4,3%, чем в 2011 г. – около 60 млн. т нефтяного эквивалента. ОАО «Газ-

пром нефть» перерабатывает порядка 80% добываемого сырья на крупнейших заводах страны. В 2012 г. переработка нефти и выработка нефтепродуктов увеличилась на 7%, до 43,3 млн. т и 41 млн. т соответственно. Для реализации нефтепродуктов в компании созданы специализированные подразделения, которые занимаются продажей авиатоплива, бункеровкой и маслами. Сеть автозаправочных станций для реализации собственного продукта представлена 1609 автозаправочных станций (АЗС) в РФ, странах Содружества Независимых Государств (СНГ) и Европе. Рост продаж по АЗС в 2012 г. составил 34%. Выручка компании по итогам 2012 г. выросла на 20%, чистая прибыль на 10%. По итогам 2012 г. компания занимает 1-е место по удельному операционному потоку на 1 барр. н. э. и 2-е место по удельной операционной прибыли на 1 барр. н. э. и по возврату инвестиций на вложенный капитал.

Следующая компания, вошедшая в рейтинг лучших, – ОАО «Алроса Нюрба» – это коммерческая организация, расположенная в республике Саха (Якутия). Основными видами деятельности этой компании являются:

- поиск, разведка и геолого-экономическая оценка месторождений полезных ископаемых;
- проведение строительных, горно-капитальных, горно-подготовительных работ по созданию производственной и социальной инфраструктуры алмазодобывающего производства;
- реализация сырья на внешнем и внутреннем рынке;
- проведение мониторинговых, гидрогеологических и специализированных исследований по охране окружающей среды при добыче полезных ископаемых;
- участие в социально-экономическом развитии Нюрбинского района и Республики Саха (Якутия).

Следующая компания в рейтинге лучших – ОАО «Мордовская энергосбытовая компания» – образовалась в 2005 г. Это крупнейшая энергосбытовая компания Республики Мордовия, реализующая 65,2% всего объема электроэнергии в регионе. Главными направлениями деятельности компании являются: покупка и продажа электроэнергии на оптовом и розничных рынках электрической энергии. С 1 января 2011 г. в РФ начал работать конкурентный рынок электроэнергии, и первоочередным стал вопрос тарифного регулирования, чтобы не допустить значительного роста тарифов на электроэнергию для населения [2, с. 109].

На 5-м месте в рейтинге лучших компаний оказалась компания ОАО «Башинформсвязь», созданная в 1992 г. в Республике Башкортостан. Является одним из крупнейших операторов связи в уральском регионе и стране. Уставный капитал компании составляет 985 млн. руб. Компания владеет высокотехнологичными и мощными техническими базами, разветвленной телефонной сетью общего пользования, протяженными внутри республики линиями связи, узлами коммутации, системами передачи данных и теле- и радиовещания.

В пять самых не инвестиционно-привлекательных вошли следующие организации:

- ОАО «ДИОД»;
- ОАО «Вологдаэнергосбыт»;
- ОАО «Славнефть-МегионНГ»;
- ОАО «Варьеганнефтегаз»;
- ОАО «Костромская сбытовая компания» (организации перечислены, начиная с самой не инвестиционно-привлекательной) (табл. 1).

Рассмотрим краткую характеристику этих компаний, касательно их деятельности.

Самым худшим в рейтинге оказалось предприятие ОАО «ДИОД» – завод экологической техники и экопитания, созданный в 1992 г. Предприятие занимается выпуском и реализацией натуральных нелекарственных и лекарственных препаратов, лечебной косметики, медицинской и экологической техники. Компания около 10 лет занимается развитием собственной сети магазинов «Мир экологии», в которых представлены товары для здоровья собственного производства и продукция других предприятий.

ОАО «Вологдаэнергосбыт» является поставщиком электроэнергии, обслуживает 10,9 тыс. юридических и 426,6 тыс. физических лиц. Годовой объем поставки электроэнергии на региональный рынок превышает 4,5 млрд. кВт. ч. Компания образована в 2005 г., основным видом деятельности является покупка и реализация электрической энергии на оптовом и розничных рынках электрической энергии (мощности).

ОАО «Славнефть-Мегион НГ» является одной из компаний «Славнефть». Основными видами деятельности предприятия являются доразведка нефтегазовых месторождений, бурение и эксплуатация скважин, добыча нефти и газа и их реализация.

ОАО «Варьеганнефтегаз» является одним из ведущих предприятий по добыче и реализации нефти и попутного нефтяного газа на территории Тюменской области Ханты-Мансийского автономного округа. За 2010 г. предприятием было добыто 2 540.612 тыс. т нефти. С начала 2010 г. добыто 1 344 451 тыс. куб. м газа, что на 10,2% выше поставленного плана. Поставка газа предприятию составила 1 322 760 тыс. м³, в том числе реализовано на сторону 59 774 тыс. м³ газа, на продажу ушло 644 123 тыс. м³ газа и передано в переработку 618 863 тыс. м³ газа (49%).

ОАО «Костромская сбытовая компания» занимается поставкой электроэнергии на территории Костромской области. Поставляет электроэнергию в 303 муниципальных предприятий образования Костромской области. ОАО «Костромская сбытовая компания» осуществляет покупку электроэнергии на Федеральном оптовом рынке электроэнергии и мощности и ее реализацию на региональном розничном рынке электроэнергии.

На примере ОАО «ДИОД» рассмотрим возможные варианты увеличения инвестиционной привлекательности для этой компании.

Полученные в программе коэффициенты регрессии для каждого значимого фактора представлены в табл. 2.

Таблица 2

ЗНАЧЕНИЯ КОЭФФИЦИЕНТОВ РЕГРЕССИИ ЗАВИСИМЫХ ФАКТОРОВ

Наименование фактора		Коэффициент
Операционная выручка на 1 работника	X45	5,18E-05
Общее количество активов на 1 работника	X48	-0,00032
Текущая рыночная капитализация	X12	2,99E-07
Прибыль на акцию	X6	1263,21
Чистый оборотный капитал	X41	-0,000103
Коэффициент «цена/выручка»	X16	1,02

В моделях бинарного выбора количественную оценку влияния изменения отдельного значимого фактора на величину зависимой переменной, при условии неизменных остальных факторов, можно дать с помощью анализа коэффициентов регрессии. Как видно из табл. 2, что с ростом на 1 ед. коэффициентов следующих факторов: **X26**, **X30**, **X31**, **X43** и **X48** инвестицион-

ная привлекательность организаций увеличивается на 5,18 E-05, 2,99 E-07, 1263,211, 0,784596 и 1,021751 соответственно. А при увеличении коэффициентов факторов **X29** и **X51** на 1 ед. инвестиционная привлекательность предприятий уменьшается на 0,000318 и 1,021751 соответственно. Таким образом, можно сделать вывод, что операционная выручка на одного работника, текущая рыночная капитализация, прибыль на акцию, отношение рыночной капитализации к средству акционеров и коэффициент стоимости бизнеса / выручки положительно влияют на инвестиционную привлекательность организаций отрасли «торговля», в отличие от факторов: общее количество активов на одного работника и чистый оборотный капитал.

В дополнение к внутренним факторам инвестиционной привлекательности предприятий необходимо учитывать внешние факторы, которые также существенно влияют на рыночную капитализацию. Наиболее существенными макроэкономическими факторами на рынке РФ, влияющими на капитализацию компаний являются цена на нефть и курс доллара США. Оценить количественное влияние макроэкономических факторов на фондовый рынок РФ и повысить точность прогнозирования поведения биржевых индексов российского фондового рынка позволяет разработанная эмпирическая модель [4, с. 82].

Рассмотрим на примере компании ОАО «ДИОД» поведение значений положительных внутренних факторов на инвестиционную привлекательность при увеличении каждого из них по очереди на 10% и отрицательных факторов при их уменьшении на 10%. Данные проведенного эксперимента представлены в табл. 3.

Таблица 3

АНАЛИЗ ЧУВСТВИТЕЛЬНОСТИ ИЗМЕНЕНИЯ ФАКТОРОВ НА ЗАВИСИМУЮ ПЕРЕМЕННУЮ

Изменение фактора	Изменение инвестиционной привлекательности компании	%
Операционная выручка на 1 работника ↑ на 10%	0,30	
Общее количество активов на 1 работника ↓ на 10%	8,79	
Текущая рыночная капитализация ↑ на 10 %	0,30	
Прибыль на акцию ↑ на 10%	0,02	
Чистый оборотный капитал ↓ на 10%	0,30	
Коэффициент цена / выручка ↑ на 10%	2,45	

Как видно из анализа чувствительности, приведенного в табл. 3, поочередное увеличение факторов операционная выручка на одного работника, текущая рыночная капитализация, прибыль на акцию и коэффициент цена / выручка дают положительный эффект на увеличение инвестиционной привлекательности компании, при неизменных остальных факторах. А факторы общее количество активов на одного работника и чистый оборотный капитал при их увеличении отрицательно влияют на инвестиционную привлекательность. Для улучшения инвестиционной привлекательности эти факторы были уменьшены. Таким образом, как видно из табл. 3, наибольший эффект на инвестиционную привлекательность оказывают уменьшение общего количества активов на одного работника и увеличение коэффициента цена / выручка.

Рассмотрим эти факторы подробнее и дадим возможные решения по улучшению этих показателей для увеличения инвестиционной привлекательности.

При уменьшении отрицательного фактора общее количество активов на одного работника на 10% из табл. 3 видно увеличение вероятности инвестиционной привлекательности на 8,79%. Фактор «общее количество активов на одного работника» определяется как отношение общего количества активов на среднее количество работников на предприятии на отчетную дату. Таким образом, для уменьшения данного показателя нужно:

- либо увеличить количество работников, что приведет к дополнительным затратам по заработной плате и социальным отчислениям;
- либо уменьшить общее количество активов;
- либо выполнить увеличение числа работников и уменьшение активов компании одновременно.

Активы делятся на внеоборотные и оборотные. Так как внеоборотные активы изменить сложнее и их сумма составляет всего 23,2% от общего количества активов, то изменить логичнее будет оборотные активы. Оборотные активы этой компании включают в себя: дебиторскую задолженность, равную 806 276 тыс. руб. (47,8% от всех оборотных активов) и запасы, равные 562 651 тыс. руб. (33,4% от общего числа оборотных активов) и другие менее значимые статьи баланса. Таким образом, на уменьшение общего количества оборотных активов можно повлиять, уменьшая дебиторскую задолженность или сокращая запасы продукции.

Так как снижение запасов может привести к потерям в результате снижения продаж из-за отсутствия товара у предприятия, то наиболее логичным в этой ситуации является уменьшение дебиторской задолженности. Еще важным фактором уменьшения дебиторской задолженности является ее превышение над оборотным капиталом на 59%. Такое большое значение дебиторской задолженности может свидетельствовать о неосмотрительной кредитной политике предприятия к покупателям или об их неплатежеспособности или о банкротстве части покупателей. Замораживание средств в дебиторской задолженности, как правило, приводит к замедлению оборачиваемости капитала. Поэтому для данного предприятия следует ужесточить кредитную политику к крупным дебиторам, тем самым увеличив высвободившиеся денежные средства. Расширение системы авансовых платежей может помочь снизить дебиторскую задолженность. Любая отсрочка платежа приводит к тому, что предприятие получает лишь часть своих денежных средств за реализуемые товары или выполненные услуги, в том числе из-за инфляции. Также наложение наибольших штрафных санкций на должников или разработка системы бонусов за досрочную оплату платежа сможет помочь снизить дебиторскую задолженность. Необходимой мерой может стать избегание должников, имеющих затруднения с финансовым состоянием.

При увеличении положительного фактора коэффициент цена / выручка на 10%, вероятность инвестиционной привлекательности увеличивается на 2,45% (см. табл. 3). Этот коэффициент рассчитывают как отношение рыночной капитализации фирмы к валовой выручке. Таким образом, для увеличения фактора коэффициент цена / выручка нужно:

- либо увеличить рыночную капитализацию;
- либо уменьшить выручку;

- либо выполнить два действия одновременно.
- Увеличение рыночной капитализации возможно при увеличении обращающихся акций или их стоимости. Это возможно при выпуске новых акций по той же цене либо увеличение стоимости акций.

Рыночную стоимость акций, возможно, увеличить с помощью следующих факторов.

- Поглощение или слияние компаний. Поглощенная компания в большинстве случаев, получает повышение курса своих акций, а компания поглощающая испытывает падение курса своих акций.
- Внедрение на рынки новых продуктов или внедрение существующих продуктов на новые рынки. Этот метод рассматривается, как усилитель дохода компании.
- Появление новых крупных контрактов или крупных государственных заказов.
- Выкуп собственных акций, т.е. уменьшение числа находящихся акций в обращении. В связи с законом спроса и предложения: сокращение доли доступных акций для торговли приведет к падению удовлетворенности спроса, что в основном помогает увеличить стоимость акций.
- Выплата дивидендов может положительно повлиять на стоимость акции, увеличив ее на величину, сходную к сумме дивиденда. Но в зависимости от устойчивости компании стоимость акций может и упасть на ту же самую величину.
- Дробление акций в теории не оказывает никакого влияния на стоимость акций. Но на практике, как правило, наблюдается рост цены после их дробления, принимая во внимание увеличение количества акций.
- Инсайдерская торговля – покупка или продажа акций директорами или председателями совета директоров и другими людьми, которые имеют более полную информацию о компании, может предвещать как плохие, так и хорошие новости о компании, что сможет сказаться на цене акций [3, с. 215].

Изменив значения факторов общее количество активов на 1 работника и коэффициент «цена выручка» на 10% для компании ОАО «ДИОД» и составив новый рейтинг по пяти не инвестиционно-привлекательным компаниям получим новый рейтинг, в котором ОАО «ДИОД» поднялась на три ступеньки вверх, опередив ОАО «Славнефть-МегионНГ», ОАО «Варьеганнефтегаз» и ОАО «Вологдаэнергосбыт».

Таким образом, в данной работе удалось показать значимость рейтинга инвестиционной привлекательности, его применение на практике. Исследование в этой главе позволило выявить пять лучших пять худших компаний по вероятности инвестиционной привлекательности. Было выявлено влияние значимых внутренних факторов на инвестиционную привлекательность на примере компании ОАО «ДИОД». К положительно влияющим факторам на инвестиционную привлекательность для компаний, занимающихся торговлей, относятся такие факторы:

- операционная выручка на одного работника;
- текущая рыночная капитализация;
- прибыль на акцию;
- коэффициент стоимость бизнеса / выручка.

К отрицательно влияющим факторам относятся: общее количество активов на одного работника и чистый оборотный капитал.

Федорова Елена Анатольевна

Одегова Лариса Юрьевна

Литература

1. Ендовицкий Е.А. Экономическая природа, понятийный аппарат и виды инвестиционной привлекательности организации [Текст] / Е.А. Ендовицкий, В.А. Бабушкин // Аудит и финансовый анализ. – 2005. – №2. – С. 225-230.
2. Мельтенисова Е.Н. Формирование инвестиционной привлекательности российских энергетических компаний [Текст] / Е.Н. Мельтенисова // ЭКО : всероссийский экономический журнал. – 2011. – №7. – С. 108-120.
3. Осипов В.Е. Оценка бизнеса [Текст] / В.Е. Осипов. – СПб. : Питер, 2013. – 514 с.
4. Федорова Е.А. Влияние макроэкономических факторов на фондовый рынок России [Текст] / Е.А. Федорова, К.А. Панкратов // Проблемы прогнозирования. – 2010. – №2. – С. 78-83.
5. Федорова Е.А. Оценка и управление инвестиционной привлекательностью электроэнергетических предприятий с позиции системного подхода [Текст] / Е.А. Федорова, И.В. Есипенко // Экономический анализ: теория и практика. – 2012. – №27. – С. 31-37.
6. Федорова Е.А. Разработка методики оценки инвестиционной привлекательности компании на примере электроэнергетического сектора [Текст] / Е.А. Федорова, И.В. Есипенко // Экономический анализ: теория и практика. – 2012. – №7. – С. 7-13.

Ключевые слова

Инвестиционная привлекательность; рейтинг; коэффициент q-Тобина; эконометрическое моделирование; анализ чувствительности, торговая отрасль.

РЕЦЕНЗИЯ

Актуальность темы обусловлена стремлением большинства собственников и менеджеров российских организаций повышать инвестиционную привлекательность. Часто данное намерение связано с необходимостью привлечения внешних инвестиций. Конкурентные методы и критерии сопоставления оценок инвестиционной привлекательности с другими организациями в настоящее время пытаются ежедневно найти множество специалистов российских организаций.

Научная новизна и практическая значимость. В статье освещены основные аспекты оценки инвестиционной привлекательности компаний торговой отрасли. В качестве моделируемого показателя предложено использование капитализации компаний как показателя, наиболее полно характеризующего эффективность производственной и коммерческой деятельности предприятий. Практическая значимость представленной прогнозной модели методом множественной регрессии дает возможность по новому взглянуть на проблему инвестиционной привлекательности организаций, как собственникам, так и инвесторам, и спрогнозировать последствия влияния зависимых факторов на инвестиционную привлекательность, в связи с чем выработать правильную стратегию на повышение привлекательности предприятия.

Заключение: рецензируемая статья отвечает требованиям, предъявляемым к научным публикациям, и может быть рекомендована к опубликованию.

Лукаевич И.Я., д.э.н., зав. кафедрой «Финансовый менеджмент», Финансовый университет при Правительстве РФ

[Перейти на Главное МЕНЮ](#)
[Вернуться к СОДЕРЖАНИЮ](#)