

Лихачева Татьяна Николаевна, Колосова Светлана Валерьевна

К ОЦЕНКЕ КРЕДИТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/1/2010/10/47.html

Статья опубликована в авторской редакции и отражает точку зрения автора(ов) по рассматриваемому вопросу.

Источник

Альманах современной науки и образования

Тамбов: Грамота, 2010. № 10 (41). С. 148-150. ISSN 1993-5552.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/1.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/1/2010/10/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: almanac@gramota.net

4 квадрант. Правый нижний сегмент характеризует положение как достаточно рискованное. Предприятию в этом случае необходимо позаботиться о выработке средне- и долгосрочных стратегий (особенно актуально для отраслей с высоким темпом роста), т.к. это положение могут в дальнейшем серьезно пошатнуть конкуренты. Поэтому предприятию необходимо сконцентрировать свои усилия на увеличении барьеров по входу на данный рынок и постараться не дать конкурентам обойти себя, повышая степень использования маркетингового инструментария, используя, например, такие инструмент маркетинга, как формирование общественного мнения и лоббирование.

Таким образом, предложенная методика формирования стратегии предприятия на основе оценки аддитивного маркетингового потенциала, позволяет количественно оценить уровень использования маркетингового инструментария, выявить степень превосходства и определить адекватную рыночным условиям стратегию. Тем самым обеспечивается повышение эффективности деятельности промышленного предприятия в целом.

Список литературы

1. **Ансофф И.** Стратегический менеджмент / сокр. пер. с англ. СПб.-М.: Экономика, 2009. 344 с.
2. **Волкова Е. В., Комякова Е. А.** Международные выставки как фактор формирования и реализации экспортного потенциала промышленных предприятий / науч. ред. А. П. Жабин. Самара: Изд-во Самар. гос. эконом. акад., 2004. 159 с.
3. **Друкер Питер Ф.** Управление, нацеленное на результаты / пер. с англ. М.: Технол. школа бизнеса, 1994. 200 с.
4. **Попов Е. В.** Актуальные вопросы маркетинга // Маркетинг. 2000. № 1. С. 21-34.
5. **Попов Е. В.** Потенциал маркетинга предприятия // Маркетинг в России и за рубежом. 1999. № 5.
6. **Прохоренко А. А., Прохоренко Н. Ф.** Экономический кризис 2008-... годов: полемические заметки в феврале 2009 // Материалы Международной научно-практической конференции «Наука, бизнес, образование». СамГТУ, ПИБ. Самара, 2009.

УДК 336.77+336.717

Татьяна Николаевна Лихачева, Светлана Валерьевна Колосова
Воронежский государственный аграрный университет им. К. Д. Глинки

К ОЦЕНКЕ КРЕДИТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ[©]

При оценке кредитоспособности предприятия основные задачи состоят в анализе структуры, состояния и движения активов; источников средств, их структуры, состояния и движения; платежеспособности и ликвидности баланса; абсолютных и относительных показателей финансовой устойчивости и изменения ее уровня.

Наиболее важными для оценки кредитоспособности являются показатели платежеспособности. Важнейшими признаками платежеспособности считаются наличие средств на счетах в банке, отсутствие просроченной задолженности, способность покрытия текущих обязательств за счет мобилизации оборотных средств.

Н. П. Любушин, В. Б. Лещева считает, что если показатели платежеспособности характеризуют лишь некоторые критерии финансового состояния предприятия, то кредитоспособность более емкое понятие, включающее в себя не только показатели платежеспособности, но и определенный имидж предприятия в деловых кругах, его кредитную историю, его способность эффективно использовать заемные средства [2].

Под кредитоспособностью хозяйствующего субъекта, по определению А. Д. Шеремета и А. Ф. Ионовой, понимается наличие у него предпосылок для получения кредита и возврата его в срок [5].

Аналогичное определение дается в учебном пособии М. И. Баканова и А. Д. Шеремета. Согласно их определению, кредитоспособность – это такое состояние финансового положения предприятия, которое позволяет получить кредит и своевременно его возвратить [1].

А. Д. Шеремет и А. Ф. ИONOVA отмечают, что кредитоспособность заемщика характеризуется:

- репутацией заемщика, которая определяется своевременностью расчетов по ранее полученным кредитам, качеством представленных расчетов, ответственностью и компетентностью руководства;
- текущим финансовым состоянием и способностью производить конкурентоспособную продукцию;
- возможностью при необходимости мобилизовать денежные средства из различных источников [5].

Кредитоспособность, по мнению В. В. Остапенко выражается через способность предприятия исполнить полностью и своевременно свои обязательства по кредитному договору-то есть погасить кредит и уплатить проценты за его пользование. Здесь предметом анализа является не только заемщик, а конкретная кредитная сделка. Информационная база для анализа кредитоспособности существенно больше, нежели для платежеспособности, когда делается лишь количественный анализ. Оценивая кредитоспособность, нужно провести как количественный, так и качественный анализ, т.е. оценить бизнес.

Оценивая кредитоспособность, принимают во внимание не только финансовый результат, зафиксированный на отчетную дату, но и всю схему деятельности компании. Необходимо понять реальную рентабельность деятельности, которая позволит банку прогнозировать достаточность источников погашения ссуды на период кредитования [3].

По существу платежеспособность – это оценка прошлого и текущего финансового состояния, а кредитоспособность – оценка выполнения предприятием обязательств по кредитному договору в будущем.

При оценке кредитоспособности необходим также анализ кругооборота фондов предприятия и понимание риска, который может не дать завершить его эффективно. Нужно убедиться, что производственные возможности заемщика позволят ему по максимуму освоить сумму кредита.

Не учитывает платежеспособность и такого важного условия кредитной сделки, как правоспособность заемщика. Если сделка заключена с правоспособным юридическим лицом, то в случае невыполнения ее условий (по уплате основного долга или процентов по ссуде) банк по закону вправе обратиться взыскание на предмет залога: недвижимость, товарно-материальные ценности, ценные бумаги и т.д.

Учитывая сказанное выше, можно сделать вывод о том, что кредитоспособность и платежеспособность различаются между собой: по предмету анализа, по информационной базе, по методам и приемам, по оценке правоспособности [4].

Анализируемое предприятие ООО «Пионер-Агро» Калачеевского района Воронежской области является мелким по размеру, специализируется на производстве зерна. Структурный анализ бухгалтерского баланса показал отсутствие собственного оборотного капитала. Основным источником средств предприятия являются краткосрочные кредиты и займы, собственных источников финансирования недостаточно. В целом баланс ООО «Пионер-Агро» не является ликвидным. Коэффициентный анализ платежеспособности и диагностики вероятности банкротства показали, что такая вероятность существует.

Далее проводился анализ кредитоспособности предприятия по методике Сбербанка РФ. Он основан на расчете коэффициентов абсолютной, срочной, текущей ликвидности, коэффициента соотношения собственных и заемных средств, рентабельности продаж.

На основе фактических значений приведенных выше коэффициентов Сбербанк РФ установил 3 класса заемщиков: первоклассные – кредитование не вызывает сомнений; второй класс – кредитование требует взвешенного подхода; третьего класса – кредитование связано с повышенным риском.

В соответствии с фактическими значениями показателей рассчитаны суммы баллов для определения рейтинга заемщика:

- $S=1$ или $1,05$ - первый класс кредитоспособности;
- $1 < S < 2,42$ – второй класс кредитоспособности;
- $S \geq 2,42$ – третий класс кредитоспособности.

Таблица 1.

Расчет суммы баллов для ООО «Пионер-Агро» на 01.01.2009 г.

Показатель	Фактическое значение	Категория	Вес показателя	Расчет суммы баллов (S)
1. Коэффициент абсолютной ликвидности (K1)	0,002	<0,2 (3)	0,11	0,002x3+0,17x3+0,73x3+0,08x3+0,42x2=3,79
2. Коэффициент срочной ликвидности (промежуточный коэффициент покрытия) (K2)	0,17	<0,7 (3)	0,05	
3. Коэффициент текущей ликвидности (общий коэффициент покрытия) (K3)	0,73	<1 (3)	0,42	
4. Коэффициент соотношения собственных и заемных средств (K4)	0,08	<0,4 (3)	0,21	
5. Рентабельность продаж (K5)	0,42	0,1-0,5(2)	0,21	
Итого	x	x	1	

Таким образом, ООО «Пионер-Агро» относится к 3-ему классу заемщиков, т.е. кредитование связано с повышенным риском. К числу мероприятий по повышению ликвидности и платежеспособности предприятия можно отнести следующие:

- сбалансировать денежные потоки, так, при дефицитном денежном потоке снижается ликвидность и уровень платежеспособности, а при избыточном денежном потоке происходит потеря реальной стоимости временно свободных денежных средств в результате инфляции, замедляется оборачиваемость капитала по причине простоя денежных средств;

- сократить кредиторскую задолженность, инструментом сокращения которой может служить факторинг, т.е. кредитование банком поставщика под залог права требования долга;

- проводить процедуры по управлению дебиторской задолженностью: учет расчетов с дебиторами; анализ и ранжирование дебиторской задолженности (по дате возникновения, по сумме и др.); регулярная работа с текущей дебиторской задолженностью; претензионная работа с просроченной дебиторской задолженностью; взыскание просроченной дебиторской задолженности через суд;

- для повышения рентабельности продаж необходимо сократить долю постоянных издержек на управление персоналом, более рационально использовать материальные ресурсы, повышать урожайность культур;

- перейти от агрессивной финансовой политики к умеренной, которая связана с минимальными рисками, т.к. позволяет формировать не только сумму текущего запаса, но и страховой запас собственных оборотных средств.

Список литературы

1. **Баканов М. И., Шеремет А. Д.** Теория экономического анализа: учебник. 4-е изд., доп. и перераб. М.: Финансы и статистика, 2002. 344 с.
2. **Любушин Н. П., Лещева В. Б., Дьякова В. Г.** Анализ финансово-экономической деятельности предприятия: учебное пособие для вузов / под ред. проф. Н. П. Любушина. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. 231 с.
3. **Остапенко В. В.** Финансы предприятий: учеб. пособие / В. В. Остапенко. 2-е изд., испр. и доп. М.: Омега-Л, 2004. 338 с.
4. **Шеремет А. Д.** Теория экономического анализа: учебник. 2-е изд., доп. М.: ИНФРА-М, 2005. 638 с.
5. **Шеремет А. Д., Ионова А. Ф.** Финансы предприятий: менеджмент и анализ. М.: ИНФРА-М, 2004. 538 с.

УДК 332.1

Ольга Владимировна Конаныхина
Астраханский государственный университет

ОЦЕНКА ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ РЕГИОНА КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТЬЮ ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ СТРУКТУР[©]

Важнейшей стратегической задачей любого государства, в том числе и региональных органов государственной власти, выступает систематическая оценка и поддержание эффективного уровня инновационной активности на всех уровнях и, прежде всего, в регионах, региональных бизнес-структурах. Аналогичной точки зрения придерживается и М. Е. Косов, говоря о том, что развитие инновационной активности предприятий предполагает создание особого институционального режима, направленного на поддержку инновационных процессов во всех отраслях национальной экономики. Причем эта поддержка должна осуществляться на всех уровнях: государственном, региональном и корпоративном [3, с. 31]. Более того, большинство экспертов сходятся во мнении, что в XXI в. зависимость экономических успехов государства от его активности на мировом рынке будет только усиливаться [1, с. 157].

Как правило, инновационная активность хозяйствующих субъектов обеспечивается ведущей ролью государства на научно-техническом рынке в определении национальных приоритетов и активным воздействием государства на процесс инновационного развития через систему экономического стимулирования. Система стимулирования инновационной активности региональных хозяйствующих бизнес-структур должна способствовать решению важнейших задач региона в области инноваций: общей активизации применения инноваций, обеспечению структурной перестройки и повышению конкурентоспособности реальных секторов экономики.

Более того, как свидетельствует мировой опыт, именно малый и средний бизнес является основным источником инноваций, инновационная активность малых предприятий – это способ их существования, в то время как инновационная активность крупных предприятий есть всего лишь фаза развития, стадия их жизненного цикла [2, с. 101].

В качестве инструмента оценки инновационной активности региона нами был использован инструмент многомерного статистического анализа - факторный анализ, хорошо зарекомендовавший себя в последнее время в экономических исследованиях.

Факторный анализ позволяет из многомерного описания объектов выделить наименьшее число максимально информативных переменных, глубоко отражающих существенные свойства изучаемых объектов, иными словами факторов. С помощью факторного анализа можно решить следующие задачи:

- ✓ избавиться от взаимозависимых, дублирующихся признаков и минимизировать описание явления;
- ✓ определить понятие и природу наиболее существенных факторов;
- ✓ выявить факторы, отражающие общность и специфичность группы тех или иных показателей.

Следовательно, в целях выделения наиболее существенных факторов, влияющих и определяющих инновационную активность региона, целесообразно использовать метод факторного анализа.

Модель факторного анализа имеет вид:

$$x_i = \sum_{j=1}^k a_{ij} F_j \quad (i=1,2,3,\dots,n), \quad (1)$$

где x_i – i -й факторный признак первоначального набора;

F_j – j -й обобщенный фактор ($j=1,2,3,\dots,k$);

a_{ij} – нагрузка i -го признака на j -й фактор.

Факторные нагрузки a_{ij} оценивают тесноту связи между признаком x_i и фактором F_j . Общий суммарный вклад фактора в дисперсию признаков $x_1, x_2, x_3, \dots, x_n$ оценивается величиной:

$$v_j = \sum_{i=1}^n a_{ij}^2 \quad (2)$$