

Наиболее эффективное время рекламы во время демонстрации художественного фильма по каналу Интернет в будние дни с 19.00 до 22.00. Это отметили 29% респондентов. В выходные дни около 46% респондентов смотрят программы телевидения и готовы воспринимать рекламу днем с 10.00 до 19.00.

Второе место по популярности получения рекламной информации среди средств массовой информации специализированы рекламные газеты, в частности «Метро Афиша» и «РЮ». Это указали 25% респондентов. Лишь 12% опрошиваемых отметило, что слушают рекламные объявления по радио. Наименее популярными источниками получения информации оказались рекламные бюллетени банков (4%) и беседы со специалистами (6%). Значительной популярностью пользуется у киевлян такой современный источник информации, как Интернет, о чем отметили 22% респондентов.

Около 44% респондентов указало, что считают для себя удобным такой «неформальный» информационный канал, как мысль и советы друзей, знакомых, родственников. Это в определенной степени говорит о недоверии населения к традиционной рекламе из-за большого количества недобросовестной рекламы.

При выборе коммерческого банка большинство респондентов (83%) принимают решение по совету родственников, друзей, знакомых и коллег или самостоятельно по получении информации о нескольких банках и проведениях их сравнительного анализа. Почти 69% респондентов отметили, что решения о выборе банка для пользования банковскими услугами принимают коллегиально, обсуждая этот вопрос с другими членами семейства.

Таким образом, проведенное маркетинговое исследование клиентов коммерческих банков доказало, что взаимоотношения между банком и клиентами развива-

ются под воздействием ряда факторов. Лояльное отношение потребителей банковских услуг к деятельности банковского учреждения требует серьезного внимания со стороны руководства банка, поскольку приобретает дальнейшее развитие как важный фактор конкурентоспособности коммерческого банка. Банки должны более детально подходить к процессам изучения мотивов покупки и поведения потребителей банковских услуг и учитывать это при разработке маркетинговой стратегии банка.

С целью усовершенствования взаимоотношений между клиентами и коммерческим банком, которые должны быть учтены при разработке маркетинговой стратегии банка, на основе проведенного анализа нами разработаны следующие предложения:

1. Руководители банка должны больше внимания уделять работе с персоналом банка, профессиональной подготовке сотрудников.
2. Важно содействовать дальнейшему развитию консультационного обслуживания.
3. Необходимо учить сотрудников филиалов банка навыкам ведения деловых переговоров и управления конфликтными ситуациями.
4. Следует выделить в пределах организационной структуры отдел маркетинга, который будет отвечать за постоянные контакты с клиентами.
5. Необходимо проводить регулярный мониторинг уровня качества обслуживания и уровня лояльности клиентов к банку, а также уровню информационного обеспечения клиентов относительно деятельности банка.
6. Следует повышать уровень лояльности клиентов до банка путем налаживания и поддержания отношений из СМИ, применяя инструменты маркетинговых коммуникаций, включая пропаганду, спонсорство и тому подобное.

Производство теплоизоляции из пенополиуретана: инвестиционная и коммерческая привлекательность

Воробьева Инна Михайловна, менеджер

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Пономарев Александр Михайлович, специалист

АО «Объединенная теплоэнергетическая компания» (ОТЭК) (г. Северск, Томская область)

Данная статья посвящена обзору инвестиционной и коммерческой привлекательности производства теплоизоляции из ППУ.

Ключевые слова: пенополиуретан, теплоизоляция, инвестиционная и коммерческая привлекательность

Одним из примеров удачного заимствования технологических новшеств последнего десятилетия является повсеместное внедрение, прежде всего в системах коммунальных трубопроводов, теплоизоляции из пенополиуретана (ППУ). Технология изоляции трубопроводов тру-

бами из ППУ изоляции активно используется в США, Дании и других европейских странах. Трубы ППУ прошли в своем технологическом развитии несколько этапов — от напыления компонентов ППУ и теплоизоляции трубопроводов скорлупами из пенополиуретана до технически

хорошо оснащенных и крупных производств по изготовлению предизолированной трубы ППУ.

Для нашей страны применение экономичной и надежной системы трубопроводов из трубы ППУ и элементов ППУ изоляции особенно актуально по причине серьезного износа имеющихся тепловых сетей. Аварийность на теплотрассах в стране за последние 20 лет возросла многократно и оптимальным путем по выходу из кризиса признана замена старых теплотрасс на трубы ППУ. Статистика говорит о том, что в настоящее время сверхнормативные потери через изолированную поверхность промышленных сооружений, оборудования, трубопроводов и тепловых сетей достигают 244 млн. Гкал, или 44 млн. т.у.т. в год. Эксплуатационные тепловые потери через существующие теплоизоляционные конструкции значительно превышают расчетные, что требует немедленных мер по внедрению современных энергосберегающих технологий и энергосберегающих материалов для применяемых трубопроводов. Так, например, в промышленной изоляции оборудования и трубопроводов тепловые потери в 1,25–1,3 раза больше нормативных, а в тепловых сетях превышают нормативно допустимые потери тепла в 2 раза. Наиболее эффективным решением обозначенных выше проблем является широкое внедрение в практику строительства тепловых сетей трубопроводов с пенополиуретановой теплоизоляцией.

Растущие потребности в современных теплоизоляционных материалах, применяемых при изоляции трубопроводов, в различных отраслях промышленности являются основанием для развития производства данного продукта. Сфера применения скорлупы ППУ теплоизоляционной — трубы систем теплоснабжения и отопления, горячего и холодного водоснабжения, ремонт поврежденных участков тепловой изоляции теплосетей, а также теплоизоляции нефте-, газопроводов, продуктопроводов, трубопроводов для перекачки хладореагентов, а также для заделки стыков изолированных пенополиуретаном трубопроводов. Во всех данных случаях скорлупы теплоизоляционные являются надежным, долговечным и эффективным способом защиты трубопроводов разного назначения от тепловых потерь.

Скорлупы представляют собой объёмные конструкции определённой толщины, которые укладываются на трубопроводы и образуют эффективное теплоизоляционное покрытие. Толщина скорлуп определяется необходимой толщиной слоя тепловой изоляции. В зависимости от диаметра трубопровода предусмотрено изготовление скорлуп различными сегментами. Соответственно геометрические размеры скорлуп, для устройства тепловой изоляции трубопроводов различного диаметра, различаются.

Рассмотрим коммерческую привлекательность данного проекта.

В последние десятилетия одним из широко распространенных теплоизоляционных материалов в Европе, США, а теперь и России является пенополиуретан (ППУ). Пенополиуретан отличается низким показателем теплопрово-

дности, высокой степенью устойчивости к внешним механическим и химическим воздействиям, а также длительным сохранением высоких эксплуатационных характеристик. К основным способам нанесения тепловой изоляции из пенополиуретана являются изготовление предизолированных труб ППУ, изготовление скорлуп теплоизоляционных и плит из пенополиуретана, а также напыление ППУ.

Скорлупу ППУ используют в качестве тепловой изоляции трубопроводов отопления, труб горячего и холодного водоснабжения, нефте- и газопроводов, продуктопроводов и трубопроводных систем, перекачивающих хладоносители. Скорлупа ППУ является удобным теплоизолятором и существенно отличается от труб в ППУ изоляции. Основные отличия таковы:

- скорлупа ППУ может изготавливаться в гораздо большем диапазоне толщин теплоизоляционного слоя, нежели трубы в ППУ изоляции;
- скорлупа ППУ имеет меньшую плотность пенополиуретана;
- скорлупа ППУ может не иметь наружного гидроизоляционного покрытия;
- скорлупа ППУ может быть легко демонтирована и переставлена для дальнейшего использования на другой трубопровод.

Скорлупы ППУ изготавливаются из двухкомпонентного теплоизоляционного материала — пенополиуретана, плотность которого в готовом изделии составляет от 45 до 60 кг/м³. Пенополиуретан является широко распространенным теплоизоляционным материалом, который иногда называют полимером номер один. Причиной тому широкий спектр применения полиуретанов, в том числе пенополиуретанов.

Технология производства полиуретановых конструкций методом формования позволяет получить продукцию различного назначения с широким спектром технических характеристик.

Теплоизоляционный материал из полиуретана обладает существенными преимуществами в сравнении с материалами, представленными на рынке (минеральная вата, армопенобетон, вспененный полиэтилен), а именно:

- наибольший срок службы, 25 лет;
- наименьший коэффициент теплопроводности, 0,03Вт/м°С;
- низкое водопоглощение, 10% за 24-часа.

Использование теплоизоляции из полиуретана экономически эффективно, так как сокращаются теплопотери, увеличивается срок службы и снижаются затраты на монтаж теплоизоляции.

Потребители полиуретановых полуцилиндров-скорлуп для теплоизоляции трубопроводов присутствуют в сегменте рынка, который с точки зрения финансового благополучия и развития отрасли, показывает положительную динамику роста и увеличение финансирования из Федерального центра. А именно: предприятия нефтегазового комплекса, промышленные предприятия, жилищно-коммунальные хозяйства.

В свете тенденции удорожания энергоносителей и решения вопросов энергосбережения, применение современных теплоизоляционных материалов для трубопроводов на основе пенополиуретана, позволит:

- существенно снизить тепловые потери,
- уменьшить стоимость работ,
- увеличить темпы выполнения монтажных работ,
- повысить экономическую эффективность эксплуатации теплосетей.

Доля вспененных пластиков в общей структуре потребления теплоизоляционных материалов составляет около 30%. И специалисты прогнозируют, что рост потребления вспененных пластиков в общем объеме вырастет за ближайшие пять лет с 31% до 48%.

Высокая инвестиционная привлекательность производства теплоизоляционных материалов из пенополиуретана, основанная на тенденции рынка к замещению теплоизоляции из различных материалов на ППУ-изоляцию, определяет низкую степень коммерческого риска.

Ассортиментный перечень конечной продукции и успех деятельности предприятия, которое будет производить теплоизоляционные изделия из полиуретана, целиком зависят от количества; качества; номенклатуры; назначения; а также возможности быстро вводить в производственный процесс новые виды пресс-форм.

Ценообразование на предприятии будет формироваться с учетом затрат.

Основными компонентами для производства скорлуп являются:

- компонент А — полиол;
- компонент Б — изоцианат;
- смазка для пресс-форм;
- материалы покровного слоя (используются разные материалы — металл, краска, пластик и т.п., — в расчете принят материал «оцинкованное железо»).

На рынке представлена широкая сеть продавцов и производителей компонентов А и Б. В целом на рынке сырья, дефицита нет, все закупаемые материалы и комплектующие предлагаются различными организациями.

Условием финансовой реализуемости инвестиционного проекта является неразрывность денежного потока или не отрицательность на каждом шаге m накопленного сальдо денежного потока. Если на некотором шаге накопленное сальдо денежного потока становится отрицательным, это означает, что проект в данном виде не может быть осуществлен независимо от значений интегральных показателей эффективности. В этом случае необходимо привлечение дополнительных собственных или заемных средств или изменение других параметров проекта.

Литература:

1. О ходе реализации Городской целевой программы «Энергосбережение в городе Москве на 2009–2011 гг. и на перспективу до 2020 года»: Постановление Правительства Москвы от 29 декабря 2009 г. № 1499-ПП.
2. «Об инвестиционной деятельности в РФ, осуществляемой в форме капитальных вложений»: Федеральный закон от 25.02.1999 г. № 39-ФЗ // Консультант Плюс

Общая стоимость инвестиционного проекта достаточно велика, а период окупаемости инвестиций, рассчитанный на основе средне-оптимистического прогноза продаж, превышает 3-года.

Риск в рыночной экономике сопутствует любому управленческому решению. Особенно это относится к инвестиционным решениям, последствия, принятия которых, сказываются на деятельности предприятия в течение длительного периода времени.

Выявление рисков и их учет составляют часть общей системы обеспечения экономической надежности хозяйствующего субъекта.

Потенциал рынка теплоизоляционных материалов из пенополиуретана высок и продолжает расти. Не смотря на то, что рынок на подъеме, каждое создаваемое изделие должно начинаться с детального исследования ситуации на рынке. Инициатор должен ориентировать на рынок и выпускать скорлупы необходимого диаметра. На рынке теплоизоляционных материалов существуют конкуренты, производящие аналогичные продукты. Поэтому компании необходимо продвигать на рынок свой бренд, что потребует затрат на продвижение. При этом, так как технология производства достаточно проста, нельзя исключать возможности появления на рынке новых конкурентов. Необходимо разработать эффективную стратегию дистрибуции и в дальнейшем придерживаться ее.

Деятельность по производству теплоизоляционных изделий из полиуретана не лицензируется. Сертификация продукция стандартная и не требует значительных затрат времени и средств.

Таким образом, наиболее вероятными потенциальными рисками, которые могут оказать негативное воздействие на достижение запланированных результатов, являются:

- сложность входа на рынок;
- недостижение запланированных объемов производства;
- увеличение себестоимости продукции.

Однако, наличие постоянного потребителя планируемой к производству продукции, а также благоприятная ситуация на рынке теплоизоляционных материалов, позволят минимизировать возможные последствия наступления рисков.

Факт принятия законодательных инициатив в ряде субъектов федерации, регламентирующих приоритетное применение пенополиуретановой изоляции трубопроводов при модернизации и строительстве, позволяют рассчитывать на дальнейшее расширение рынков сбыта.

3. Методические рекомендации по оценке эффективности инвестиционных проектов и их отбору для финансирования. Официальное издание — М.: 2002.
4. Непомнящий, Е. Г. Инвестиционное проектирование // Aup.ru: Административно-управленческий портал [Электронный ресурс]. — Электронные данные. — 2003. — Режим доступа: <http://www.aup.ru/books/m79>, свободный
5. Наше светлое будущее // Expert.ru: Эксперт Online [Электронный ресурс]. — Электронные данные. — «Эксперт Сибирь» № 1–3 (263), 25 января 2010. — Режим доступа: <http://www.expert.ru/printissues/siberia/2010/03/indikatory>, свободный
6. Зайцева Наталия Как оценить инвестиционную привлекательность // Cfn.ru: Корпоративный менеджмент [Электронный ресурс]. — Электронные данные. — 2007 — Режим доступа: http://www.cfn.ru/finanalysis/invest/investment_appeal.shtml, свободный

Оценка эффективности инвестиционных проектов

Воробьева Инна Михайловна, менеджер

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Пономарев Александр Михайлович, специалист

АО «Объединенная теплоэнергетическая компания» (ОТЭК) (г. Северск, Томская область)

Данная статья посвящена вопросам оценки эффективности инвестиционных проектов. Авторы рассматривают основные аспекты оценки эффективности инвестиционных проектов и критерии их коммерческой привлекательности.

Ключевые слова: инвестиции, конкурентоспособность, инвестиционный проект, инвестиционный рынок

В условиях современной экономики для сохранения конкурентоспособности и динамичного развития бизнеса распространенной практикой стало привлечение инвестиций. С другой стороны существует и потребность размещения средств в инвестиционные проекты, что дает возможность сохранить и преумножить капитал. На рынке инвестиций существуют спрос и предложение, существуют свои правила и законы, знание которых является необходимыми для успешной инвестиционной деятельности. Профессиональная оценка привлекательности инвестиционных проектов, включающая всевозможные виды экономического анализа, является залогом принятия правильного инвестиционного решения.

В самом общем смысле инвестиционным проектом называется план или программа капитальных вложений с целью последующего получения прибыли. Формы и содержание инвестиционных проектов могут быть самыми разнообразными, но в любом случае присутствует временной лаг между моментом начала инвестирования и моментом, когда проект начнет приносить прибыль. В связи с этим у предприятия возникает дополнительная потребность в денежных средствах на осуществление инвестиционного проекта. Источником информации об инвестиционном проекте выступает бизнес-план, который по определению является прогнозом реализации проекта при определенных условиях. Оценка инвестиционного проекта должна быть построена на приведении бу-

дущих результатов проекта к текущему моменту времени. Данный метод позволит определить степень влияния проекта на деятельность предприятия и принять решение о целесообразности его реализации.

Каковы же общие критерии коммерческой привлекательности инвестиционного проекта? Этих критериев два. Кратко их можно обозначить как «финансовая состоятельность» (финансовая оценка) и «эффективность инвестиций» (экономическая оценка). Оба указанных подхода взаимно дополняют друг друга. В первом случае анализируется ликвидность (платежеспособность) проекта в ходе его реализации. Во втором — акцент ставится на потенциальной способности проекта сохранить покупательную ценность вложенных средств и обеспечить достаточный темп их прироста.

Основная задача, решаемая при определении финансовой состоятельности проекта, — оценка его ликвидности. Под ликвидностью понимается способность проекта своевременно и в полном объеме отвечать по имеющимся финансовым обязательствам.

Оценка ликвидности инвестиционного проекта должна основываться на «бюджетном подходе», т.е. планировании движения денежных средств. С позиции бюджетного подхода ликвидность означает неотрицательное сальдо баланса поступлений и платежей в течение всего срока жизни проекта. Оценка денежных потоков проекта является одним из важнейших методов определения графика инвестиционного кредитования.