

Схема хеджирования в технологиях, использующих схемы АСОД

Хеджирование (hedging) — любая финансовая схема, позволяющая ограничить риск финансовых операций, связанных с инвестированием. Пусть прибыль по некоторому варианту инвестирования составит R , пусть из общей инвестированной суммы Y часть в размере X идет на непосредственное инвестирование новой информационной технологической схемы, а $(Y - X)$ часть на уплату страхового полиса). Общая сумма, направляемая на инвестирование и страхование проекта определяется по формуле:

$$Y = \frac{X(R + Q)}{Q - X}.$$

При известной величине процента страхового возмещения (Q) и исходной величине суммы инвестиционных вложений (Y) можно рассмотреть различные варианты вложения средств в схемы АСОД и выбрать такой вариант, при котором фиксированный выплачиваемый размер прибыли при инвестировании (R) будет гарантировать беспроигрышное вложение инвестиционных средств.

Уравнение хеджирования для схем АСОД принимает вид:

$$S_{\text{н}} = \frac{S_{\text{пр}} Q(Y - X) - XY}{X(T - T_0)},$$

где $S_{\text{н}}$ — стоимость обработки информации в национальной валюте, $S_{\text{пр}}$ — стоимость условной денежной единицы, используемой для расчетов эффективности.

Из уравнения следует, что с ростом инфляции (ростом $S_{\text{пр}}$) для сохранения безубыточности инвестирования в схемах с оптической технологией обработки информации необходимо соответственно увеличивать документопоток на входе схемы АСОД ($S_{\text{н}}$). При неизменной общей сумме инвестиций и постоянном страховом проценте зависимость входного документопотока в схеме АСОД от уровня инфляции прямо пропорциональна. Если не удастся изменить входной документопоток, то для сохранения равенства в уравнении хеджирования можно рекомендовать пересмотреть общую сумму инвестиций в сторону увеличения или рассмотреть иной вариант страхования инвестиционного проекта в другой страховой компании с большим значением страхового процента.

Донцова Ю., студентка

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ПРОИЗВОДСТВА ПРОДУКЦИИ И ПРОБЛЕМЫ ПОВЫШЕНИЯ ЕЕ КОНКУРЕНТО- СПОСОБНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Центральная фигура на мировом рынке — товар. Его жизненный цикл состоит из четырех этапов: этапа выведения товара на рынок, этапа роста, этапа зрелости, этапа упадка. В зависимости от стадии, на которой находится товар, предприятие будет сокращать или увеличить объемы производства. Однако прежде всего оно должно выявить товары, вступившие на стадию упадка, путем своевременного анализа показателей их сбыта, доли рынка, уровня издержек и рентабельности. На основании этого анализа руководство принимает решение или о продолжении или уменьшении производства товара, или об исключении его номенклатуры, или о прекращении его выпуска.

Важнейшим условием, которое помогает удержаться товарам как на внутреннем, так и на внешнем рынках, является их конкурентоспособность. В целом, по мнению экспертов, белорусские предприятия имеют большой экспортный потенциал. Однако проводимая политика зачастую снижает конкурентоспособность отечественной продукции (высокие таможенные пошлины на комплектующие для производства, высокий НДС и т.д.), что уже вызвало потерю конкурентоспособности таких предприятий, как ПО "Горизонт", АО "Мастра" и др. Помимо совершенствования налоговой системы, воздействие на конкурентоспособность товаров может оказать и деятельность по их продвижению на внешние рынки (организация выставок, выпуск каталогов, открытие торговых представительств в различных странах и др.). Меры общего стимулирования экономики направлены на повышение конкурентоспособности выпускаемой продукции (развитие стимулов для накопления и инвестиций, право фирм на ускоренную амортизацию, налоговые и кредитные льготы и др.).

Несоответствие объемов выпуска, номенклатуры и технико-экономических показателей новой промышленной и другой продукции реальным потребностям приводит к значительным потерям. Поэтому необходимо прогнозировать спрос и объемы производства промышленной продукции как на отдельных предприятиях, так и на уровне отрасли и экономики в целом.

Хороших результатов в прогнозировании спроса и объемов производства можно добиться с помощью синтеза методов. Целесообразно применять экспертные оценки при комплексном исследовании рынков, методы экстраполяции (метод подбора функций и экспоненциального сглаживания), факторные модели.

Важным является создание отраслевых центров маркетинга по анализу и прогнозированию товарных рынков. Проведение многовариантных прогнозных расчетов требует решения проблемы информационного обеспечения.

Чтобы повысить конкурентоспособность продукции, наряду с улучшением ее качества, необходимо снижать издержки производства. Для этого целесообразно использовать зарубежный опыт по стимулированию снижения затрат.

Балашов Д., студент

ПРОБЛЕМЫ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Проблема прогнозирования инвестиций — это не только определение потребностей экономики в инвестиционных ресурсах, но, прежде всего, — их поиск с учетом всех возможных источников.

В процессе прогнозирования инвестиций необходимо использовать широкий круг методов, разработанных в других странах, совершенствуя и адаптируя их к условиям Беларуси. Это позволяет строить многовариантные прогнозы на перспективу и более точно определять потребности и возможный объем инвестиций в экономику нашей республики.

Сейчас, к сожалению, применяются в основном методы экспертных оценок и методы экстраполяции, но не уделяется достаточного внимания опросам экономических агентов, факторному и эконометрическому инвестиционному моделированию. Использование моделирования усложнено тем, что для получения достаточно точного прогноза необходимы правильный подбор и прогноз независимых переменных-факторов и экзогенных переменных. В то же время, его преимущество состоит в возможности получения более верного средне- и долгосрочного прогноза. В отличие от мо-