

отражает процесс финансирования выбранного предприятием направления развития и обеспечения его эффективности.

Финансовое планирование должно выполнять роль стержня системы управления производственно-хозяйственной деятельностью, обеспечивать финансовыми ресурсами намечаемые мероприятия по совершенствованию производства, целенаправленно накапливать средства для их наиболее эффективного использования.

При планировании прибыли необходимо полностью использовать преимущества перехода на Международные стандарты финансовой отчетности, в частности, возможности управления операционной прибылью, компенсируя возможные потери от основной деятельности.

Основой финансового планирования является анализ результатов предшествующего развития того или иного направления бизнеса. В этой сфере также имеется ряд нерешенных вопросов:

- не во всех случаях при проведении финансового анализа финансового состояния предприятий и организаций принимаются во внимание особенности их производственно-хозяйственной деятельности. Подходы, приемлемые для промышленности оказываются неэффективными для организаций транспорта;

- результаты анализа себестоимости, прибыли, эффективности использования основных фондов, оборотных средств, платежеспособности не во всех случаях используются для разработки плановых заданий и мероприятий по их реализации;

- не во всех случаях в ходе анализа финансового состояния организаций удается учесть и разделить внешние (не зависящие) и внутренние (зависящие от результатов производственно-хозяйственной деятельности) факторы изменения финансовых показателей.

Анохина Н.Н.

УО БГЭУ (Минск)

<http://edoc.bseu.by>

МАТЕМАТИЧЕСКИЕ МОДЕЛИ МАРКЕТИНГА

Математические модели в маркетинге должны служить основой для принятия научно обоснованных решений по планированию объема продаж, расположению различного типа торговых точек (оптовых баз, магазинов), организации рекламы, определению тенденций изменения спроса и других.

Существующие модели, можно разбить на три класса в соответствии с целями, для достижения которых они разработаны:

- модели поведения потребителей;
- модели отклика;
- модели для выработки политики.

Цель разработки моделей поведения потребителей заключается в изучении механизма процесса покупки. В частности, проблема определения доли рынка и изменения предпочтений потребителей в выборе товара может быть решена с помощью дискретного марковского процесса.

В моделях отклика исследуются, как рынок реагирует на маркетинговые усилия производителей. Мерой отклика могут служить увеличение объемов продаж, доли рынка, размеров потенциальной прибыли и т.д. Для рекламы существует такая мера отклика, как «открытость», которая характеризует степень контакта, на которую воздействует реклама.

Модели для выработки политики можно классифицировать по двум признакам:

- в зависимости от метода оптимизации целевой функции;
- в зависимости от того, явно или неявно используется модель поведения потребителей.

Для повышения качества и эффективности решений необходимо располагать результатами использования математических моделей, которые позволяют установить зависимость между управляющими переменными выявить конъюнктуру рынка, выработать стратегию и тактику завоевания целевого рынка.

*Антюпенко Н. А.
УОММУ (Минск)*

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ

Главной целью деятельности организации любого типа должна быть максимизация ее выгод по отношению к затратам. Достижение этой цели неразрывно связано с инвестиционными процессами, происходящими в экономике любой страны. В связи с этим возникает проблема оценки эффективности инвестиционных проектов.

Широко используемыми показателями эффективности инвестиционных проектов являются чистый дисконтированный доход, внутренняя норма доходности, индекс доходности и срок окупаемости без учета дисконтирования и с учетом дисконтирования. Однако расчет данных показателей наиболее эффективно применим для стационарного типа экономики, под которой понимается хозяйственная система, имманентная благополучным промышленно развитым странам, макроэкономические показатели деятельности которой относительно плавно меняются либо монотонно, либо в рамках нормальных рыночных циклов, и динамика значений которых достаточно хорошо предсказуема, по крайней мере, в краткосрочной, а нередко и среднесрочной перспективе, хотя данное определение стационарной экономики не совсем совпадает с классическим.

Следует рассматривать возможный сценарий использования средств проекта при оценке его эффективности. При расчете интегральных показателей эффективности ключевые параметры не остаются постоянными, а меняются во времени, следовательно, по шагам. Ставки же реинвестирования средств проекта меняются еще и по определенным сценариям. В связи с этим расчетная формула определения чистого дисконтированного дохода (NPV_h) при сценарии h может быть скорректирована следующим образом:

$$NPV_h = -I_0 + \frac{\sum_{t=1}^n (F(t) - I(t)) \prod_{s=1}^t (1 + d_{sh})}{(1+r)^t}, \text{ где}$$

I_0 – первоначальные инвестиции; $F(t)$ – приток денег в году t ; $I(t)$ – отток денег в году t ; n – продолжительность жизненного цикла проекта; r – норма дисконта; d_s – рассматриваемая доходность использования прибыли (положительное сальдо) проекта на шаге s при сценарии h .