

выросли на 12 % по сравнению с 2020 г. Также был проведен онлайн-опрос среди целевой аудитории — любителей фастфуда, который определил, что с применением провокационной рекламы интерес к данным компаниям вырос по сравнению с интересом к другим ресторанам быстрого питания.

На наш взгляд, компания «Бургер Книг» не ставила целью убрать своего конкурента с рынка, так как это невозможно из-за популярности «МакДональдс» среди определенной целевой аудитории. Компания «Бургер Книг» выбрала стратегию увеличения своей популярности за счет сильного конкурента. Результат исследования показал, что данный способ продвижения бренда и компании может быть эффективным, если правильно выбрать инструменты провокационного маркетинга и объект, на который будет направлено сравнение.

Н. С. Лагун

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Т. А. Осипович, канд. экон. наук, доцент

МЕТОДИКА ВЫБОРА ВНЕШНЕТОРГОВОГО ПОСТАВЩИКА С УЧЕТОМ ВАЛЮТНОГО РИСКА И ОТСРОЧКИ ПЛАТЕЖА

Величина прибыли от реализации внешнеторговой сделки во многом зависит от выбора контрагентов и колебания курсов валют, указанных в контракте. Также она зависит от способности экспортеров и импортеров Беларуси минимизировать валютные риски (ВР) на научной основе.

В связи с этим на базе элементов теоретико-игрового моделирования с применением вероятностных оценок автором была разработана методика выбора внешнеторгового поставщика с учетом ВР, а также отсрочки платежа (ОП), которая позволяет упростить и минимизировать ВР при выборе контрагентов. Методика применима в случае необходимости выбора внешнеторгового контрагента из определенного множества, когда каждый из них дифференцирует цену в зависимости от валюты платежа. Рекомендуется к применению на заключительной стадии выбора поставщика уже после учета основных критериев.

Пусть есть три поставщика, каждый из них может предложить цену в долларах США, евро и российских рублях (USD, EUR, RUB), ОП может быть от 1 до 3 месяцев (M_1, M_2, M_3), известна вероятность роста курса (как число случаев увеличения месячного курса к белорусскому рублю за определенный период, например 2010–2021 гг.) p , соответственно, увеличения цены в зависимости от периода ОП ($P_{USD}M_1, P_{RUB}M_1, P_{EUR}M_1$ — вероятность удорожания, соответственно,

USD, RUB, EUR за месяц и т.д.). Данное условие сформирует платежную матрицу 1 (ПМ 1), в которой каждому из трех поставщиков соответствуют три цены, которые они готовы предложить в зависимости от валюты платежа (C_{ij}). Данную матрицу необходимо перевести в белорусские рубли по текущему курсу. Далее необходимо сформировать ПМ 2, в которой каждой цене соответствует определенная ОП, которую поставщик может предложить. В ней единицей измерения являются дни. Конечная ПМ будет получена умножением значений матрицы 1 на корректирующий коэффициент, соответствующий каждой ячейке. Коэффициент рассчитывается как среднее между вероятностью роста курса к белорусскому рублю за период, соответствующий ОП, и вычитенного от единицы показателя относительного преимущества отсрочки каждой конкретной ОП перед остальными (частное от деления каждой отсрочки из матрицы 2 на максимальное значение в ней).

Чем выше итоговый корректирующий коэффициент, тем выше будет расчетная цена в конечной ПМ 3 (см. таблицу). В итоге будут получены цены за закупки в белорусских рублях, скорректированные с учетом ВР и величины ОП. Выбор поставщика и валюты платежа следует осуществлять на основе наименьшей скорректированной цены из конечной платежной матрицы.

Конечная платежная матрица 3

	Поставщик 1	Поставщик 2	Поставщик 3
USD	$C_{ij} \cdot \frac{\left(1 - \left(\frac{Mn_{ij}}{\max M}\right)\right) + P_{USD}M_{ij}}{2}$	$C_{ij} \cdot \frac{\left(1 - \left(\frac{Mn_{ij}}{\max M}\right)\right) + P_{USD}M_{ij}}{2}$	$C_{ij} \cdot \frac{\left(1 - \left(\frac{Mn_{ij}}{\max M}\right)\right) + P_{USD}M_{ij}}{2}$
EUR	$C_{ij} \cdot \frac{\left(1 - \left(\frac{Mn_{ij}}{\max M}\right)\right) + P_{EUR}M_{ij}}{2}$	$C_{ij} \cdot \frac{\left(1 - \left(\frac{Mn_{ij}}{\max M}\right)\right) + P_{EUR}M_{ij}}{2}$	$C_{ij} \cdot \frac{\left(1 - \left(\frac{Mn_{ij}}{\max M}\right)\right) + P_{EUR}M_{ij}}{2}$
RUB	$C_{ij} \cdot \frac{\left(1 - \left(\frac{Mn_{ij}}{\max M}\right)\right) + P_{RUB}M_{ij}}{2}$	$C_{ij} \cdot \frac{\left(1 - \left(\frac{Mn_{ij}}{\max M}\right)\right) + P_{RUB}M_{ij}}{2}$	$C_{ij} \cdot \frac{\left(1 - \left(\frac{Mn_{ij}}{\max M}\right)\right) + P_{RUB}M_{ij}}{2}$

Источник: собственная разработка.

Таким образом, методика имеет два условия применения: денежные средства для осуществления закупки будут авансированы из белорусских рублей и будут обмениваться по курсу на дату платежа; увеличением ВР за счет расширения интервала ОП здесь пренебрегается, но он учитывается при расчете коэффициента вероятности.