

Предлагается, на основании анализа затратных методов ценообразования, усовершенствовать методику установления трансфертных цен, ориентированную на логистическую концепцию управления предприятием, следующим образом:

$$C_{СК} = \frac{P_{П}^{ПР}}{N_{П}} + \frac{P_{П}^{ПС}}{N_{Ф}}, \quad (5)$$

$$Ц_{СК} = \left(1 + \frac{C_{СК} - C_{П}}{C_{СК}}\right) \cdot Ц_{П}, \quad (6)$$

где $C_{СК}$ – скорректированная себестоимость единицы продукции, руб./ед.прод.;

$N_{Ф}$ – фактический объем потребляемой продукции при более экономном ее использовании, ед.прод.;

$Ц_{СК}$ – скорректированная трансфертная цена единицы продукции, руб./ед.прод.

На основе предлагаемой усовершенствованной методики появляется возможность выявить экономическую выгоду, которую получает продавец и покупатель продукции при рациональном ее потреблении:

$$\mathcal{E}_{ПОК} = Ц_{П} \cdot N_{П} - Ц_{СК} \cdot N_{Ф}, \quad (7)$$

$$\mathcal{E}_{ПРОД} = N_{Ф} \cdot (Ц_{СК} - Ц_{П}), \quad (8)$$

где $\mathcal{E}_{ПОК}$, $\mathcal{E}_{ПРОД}$ – эффекты покупателя и продавца, получаемые вследствие повышения эффективности потребления продукции, руб.

Внедрение данной усовершенствованной методики в хозяйственную практику способствует повышению эффективности работы предприятия, поскольку ориентирует его структурные подразделения на рациональное потребление применяемых ресурсов, обеспечивая согласование противоречивых экономических интересов между ними.

ЛИТЕРАТУРА

1. Алексеева, М.М. Планирование деятельности фирмы: Учебно-методическое пособие. - М.: Финансы и статистика, 1997. – 248 с.
2. Баканов, М.М., Шеремет, А.Д. Теория экономического анализа. М.: Финансы и статистика, 1994. – 288с.
3. Глухов В.В. Основы менеджмента Учебно-справочное пособие. – СПб.: Специальная литература, 1995. – 327с.
4. Неруш Ю.М. Логистика: учеб. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2008. – 520 с.
5. Организация и оперативное управление машиностроительным производством: учебник Н.С. Сачко. – Мн.: Новое знание, 2005. – 636с.: ил. – (Техническое образование)
6. Хан Д. Планирование и контроль: концепция контроллинга: Пер. с нем. / Под ред. И с предисл. А.А. Турчака, Л.Г. Головача, М.Л. Лукашевича. – М.: Финансы и статистика, 1997. – 800 с.

УДК 001.895

Костюкевич Е.Н.

ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ РИСКОВ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ

*Белорусский национальный технический университет
Минск, Беларусь*

Развитие рыночных отношений в Республике Беларусь определило инновационную деятельность как единственный способ выживания белорусских предприятий независимо от

формы собственности и сферы их деятельности по всем стадиям жизненных циклов организаций, технологий и продуктов труда. Однако, имея ограниченные производственные и особенно финансовые ресурсы, предприятия, не всегда могут осуществлять крупномасштабные нововведения. Поэтому в инновационной политике предприятий преобладают менее рискованные и недорогие нововведения (улучшающие), снижающие степень эффективности производственных и технологических преобразований. Предприятия предпочитают осуществлять быстрокупаемые и мелкие мероприятия, а не те, которые дали бы более значительный, но отдаленный по времени эффект. При этом результативность инновационной деятельности прямо зависит от того, насколько точно произведена оценка и экспертиза риска возникновения потерь при вложении средств в инновации, а также от того, насколько адекватно определены методы управления им.

В настоящее время наиболее адекватным инструментом учета риска является *концепция приемлемого риска*. Современная концепция приемлемого риска трактует понятие риска как характеристику целенаправленной деятельности. Главной особенностью целенаправленной деятельности является то, что она осуществляется в соответствии с заранее сформулированным замыслом. *Концепция приемлемого риска применительно к анализу инновационной деятельности должна исходить из признания того факта, что риск не реализовать намеченный план всегда существует, ибо всегда остаются неустранимые полностью потенциальные причины, которые могут привести к нежелательному развитию событий и, в результате, к отклонению от выбранной цели.*

Следовательно, есть необходимость в определении ожидаемых убытков от инновационной деятельности, которые можно предусмотреть заранее. Сами потери от риска имеют определенную степень вероятности, что связано с факторами неопределенности. *В качестве количественной оценки неопределенности используется категория риска, т.е. измеримая вероятность потери части доходов.* При оценке экономического риска, автор [6] предлагает рассчитывать не только заранее предусмотренные убытки, но и неожиданно возникающие вероятные потери.

Зависимость этих факторов можно представить в виде *коэффициента риска*, который определится как:

$$P_r = \frac{P}{Q - L},$$

где P_r – коэффициент риска инноваций;

P – вероятные потери;

Q – полезный результат;

L – предусмотренные убытки.

Коэффициент риска определяет величину вероятных потерь в составе ожидаемых доходов от инноваций и своим повышением предупреждает об опасности намечаемых инвестиций.

Концепция приемлемого риска включает в себя два компонента: "оценку риска" и "управление риском". Оценка риска – это выявление и анализ источников происхождения риска, его генезис и определение масштабов риска в конкретной ситуации. Управление риском – это анализ ситуации, выработка и реализация рекомендаций или мероприятий, направленных на снижение риска до приемлемого (оптимального) уровня.

Оценка риска инновационной деятельности должна строиться на научном, техническом, технологическом, маркетинговом и социологическом изучении объекта как источника риска (рискового потенциала источника), анализе внешних и внутренних факторов риска, определении показателей оценки уровня риска, а также в установлении механизмов или моделей взаимосвязи показателей и факторов риска. Управление риском опирается на технико-технологический и экономический анализ, экономико-математические методы, нормативные регламенты, изучение рынка и другие исследования.

Основные проблемы изучения риска в инновациях заключаются в необходимости: выработки представления о риске конкретных нововведений, выявления пределов допустимого риска, разработки методов оценки, анализа и управления риском.

Рассмотрению рисков посвящено большое количество работ [1-7], в них даются различные подходы к классификации факторов, влияющих на формирование инновационных рисков (чистые, спекулятивные, внешние, внутренние и пр. риски). Эти классификации в силу особенностей отдельных проектов не могут претендовать на стабильность и могут изменяться и дополняться.

В работе [3] авторы выделяют следующие факторы риска, существенные для большинства промышленных предприятий Республики Беларусь: уровень инфляции, ставки налогов, объем инвестиций, объем сбыта, цена продажи, задержки платежей, потери от продаж, прямые издержки, отсрочка оплаты прямых издержек, общие издержки, заработная плата персонала, ставки по депозитам, ставки по кредитам, ставки дисконтирования.

В работе [4], например, предлагается классификация рисков по признакам объективности (рис. 1):

➤ *объективные* риски связаны с размером предприятия и обусловлены отраслевой принадлежностью, особенностями экономики и правового регулирования инноваций;

➤ *субъективные* связаны с неэффективностью внутреннего контроля, с недостатками учета технологических, финансовых и инвестиционных факторов.

При разработке инновационных проектов рекомендуется под инновационными рисками понимать следующие общие факторы, которые должны быть конкретизированы с учетом особенностей определенных проектов:

- опасность, что реализация инновационного проекта приведет к убыткам;
- опасность, что цель проекта не будет достигнута в намеченном объеме;
- вероятность угрозы потери организацией части своих ресурсов и дополнительных расходов в результате текущей операционной производственной и финансовой деятельности, которая осуществляется независимо от инноваций, но которая способствует их осуществлению;
- случайности, неопределенность и невозможность предугадать то, как будут осуществляться инновации;
- противодействия в обеспечении предприятия ресурсами, нарушения договорных обязательств, несовершенство государственного регулирования в области инноваций;
- неполнота, неточность знания законов деятельности в области инновационного бизнеса.

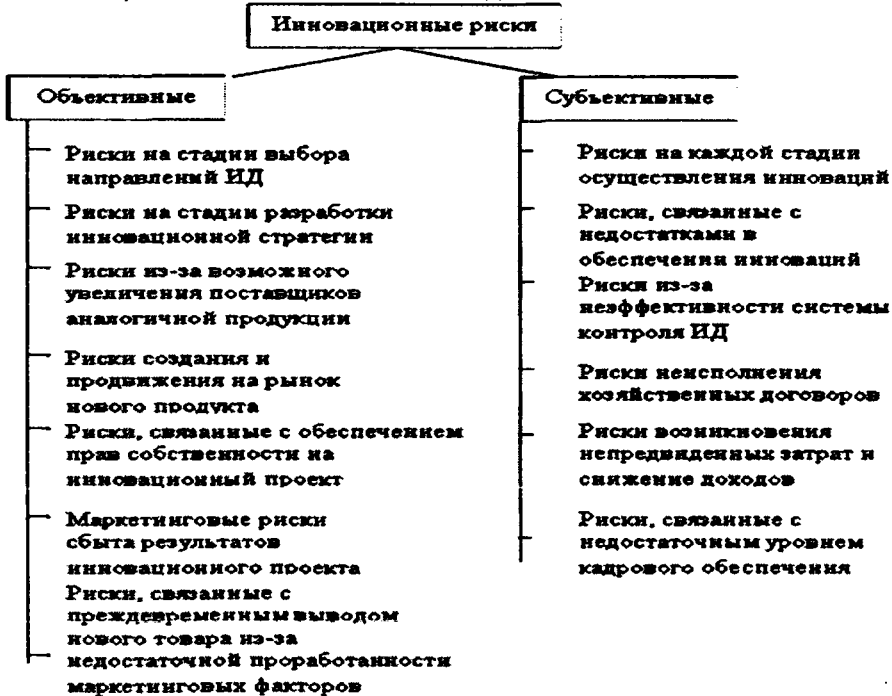


Рис. 1. Виды инновационных рисков по признакам объективности

С целью более полной оценки рисков инновационных проектов возникает необходимость совершенствования классификации факторов риска с учетом специфики экономической среды.

В целях нейтрализации отрицательного воздействия рисков на эффективность производства при планировании инновационной деятельности проводят их качественный и количественный анализ. *Качественный* анализ состоит в определении факторов риска, при которых он возникает. *Количественно* размер риска можно установить с помощью статистических (Z-статистика), аналитических и других методов. Вероятность наступления рискового события может быть определена субъективным или объективным методами. *Объективным* методом вероятность события устанавливается путем вычисления частоты, с которой оно происходит. *Субъективным* методом определения вероятности основан на субъективных оценках экспертов, консультантов или личном опыте лица, принимающего решение.

Величину риска измеряют двумя показателями: - *среднее ожидаемое значение* – средневзвешенная величина всех возможных результатов, когда вероятность каждого результата считается весовой характеристикой соответствующего значения:

$$r_e = \sum_{i=1}^n p_i r_i,$$

где n – число возможных результатов;

p_i – вероятность i -го результата;

r_i – i -й возможный результат инноваций.

- *колеблемость ожидаемого значения* – степень отклонения ожидаемой величины от среднего значения, которое определяется путем расчета дисперсии и среднего квадратичного отклонения.

Количественной оценкой риска инновации принято считать вариацию (var) – разброс возможных результатов инновационного решения относительно ожидаемого значения (математического ожидания). Этот показатель может быть представлен как среднее квадратичное отклонение от ожидаемого результата:

$$\text{var} = \sum_{i=1}^n p_i (r_i - r_e)^2$$

Среднее линейное отклонение (дисперсия): $\sigma = \sqrt{\text{var}}$.

Относительное линейное отклонение оценивается с помощью показателя стандартного отклонения, или колеблемости (γ):

$$\gamma = \sigma / r_e$$

Чем он выше, тем более рискованной считается данная инновация.

Для уменьшения риска и повышения надежности проекта проводят анализ его чувствительности, т.е. определяют степень влияния на эффективность (срок окупаемости вложений, уровень рентабельности и пр.) случайных факторов нестабильности условий рынка и производства. Для повышения устойчивости инновационной деятельности рекомендуется подвергать анализу совокупность инновационных проектов, составляющих инновационный портфель предприятия. С этой целью создается матрица рисков, присущих выбранной совокупности проектов. В матрицу, например, могут войти такие риски как:

- платежеспособность предприятия;
- производственно-технологический риск;
- риск создания новой продукции;
- риск, связанный с игрой конкурентов;
- риск недополучения внешних инвестиций и пр.

На основе анализа безубыточности можно определить вероятность снижения прибыли до определенного уровня и чувствительность к какому-либо отдельному виду риска. Данная методика может использоваться к любой совокупности проектов и видов рисков как инструмент многофакторного анализа эффективности инновационных проектов.

Результативность инновационной деятельности напрямую зависит от того, насколько точно была проведена оценка и экспертиза риска, а также от адекватности определения методов управления им. Особое значение управление рисками приобретает на стадии инвестирования при принятии решения о начале исследований и разработки, поскольку этот этап жизненного цикла инновационного проекта имеет максимальную неопределенность, а, следовательно, характеризуется высокими рисками.

ЛИТЕРАТУРА

1. Романова, М.В. Управление рисками инновационной деятельности // Финансы и кредит. – М., 2001. – № 1.
2. Мазур Е.П., Смирнова Г.А., Титова М.Н. Инновационные риски в деятельности предприятия // Инновации. – Мн., 2001. – №5.
3. Давыденко Л.Н., Смирнов М.Н. Инновационное проектирование как инструмент выбора оптимальной стратегии // Предпринимательство в Белоруссии. – Мн., 2001. – № 5.
4. Харин А.А., Коленский И.Л., Пущенко Н.Н. Управление финансами в инновационных процессах: учебное пособие – М.: Высшая школа, 2003. – 295 с.
5. Шапкин А.С. Экономические и финансовые риски: оценка, управление, портфель инвестиций – М.: Издательство-торговая корпорация “Дашков и К^о”, 2004. – 544 с.
6. Шахкулян Р., Джугурян А. особенности оценки риска инновационных процессов в промышленности Армении // Проблемы теории и практики управления. – М., 1997. – № 5.
7. Успенский В.А. Бизнес-проблема: управление риском // Финансы и кредит. – М., 2004. – № 7.

УДК 681.3.01:339.138

Лавренова О.А., Бачанцева Е.А.

ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМЫ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

*Белорусский национальный технический университет
Минск, Беларусь*

В современных экономических условиях успешная работа предприятий и организаций практически невозможна без хорошо организованной комплексной маркетинговой деятельности. Реклама продукции, услуг и деятельности предприятия - это важнейшая составная часть маркетинговых мероприятий, непосредственный информационный выход на потребителя. В маркетинге реклама определяется как «...любая оплаченная форма не личного представления и продвижения идей, товаров и услуг». Реклама является, пожалуй, самым действенным способом вывода на рынок продукции компании. Как говорят, реклама - это двигатель торговли. Именно реклама воздействует на сбыт товара. Эффективная реклама знакомит целевую аудиторию с информацией о производителе и его продукции или услугах, формирует положительный имидж компании и ее товаров. Реклама для современных компаний - это не прихоть и не дань моде. Это естественный инструмент экономики и важный регулятор рыночной системы.

Интересным представляется исследовать рекламу как сложную продукцию особого назначения. С точки зрения основных целей и задач выделяют следующие типы рекламы:

1. **Реклама торговой марки** - преобладающий тип визуальной и визуально-текстовой рекламы, направленной, прежде всего, на формирование высокой степени узнавания потребителем конкретных торговых марок.

2. **Торгово-розничная реклама** - реклама подобного типа сосредоточена на конкретном объекте производства или реализации продукции. Главная задача торгово-розничной рекламы -