

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ РЕКЛАМЫ

Реклама относится к массовым средствам воздействия на людей. В математике существует отдельная дисциплина теория вероятностей и математическая статистика, которая исследует массовые явления. При всей кажущейся хаотичности поступков отдельных людей в массе или в больших группах, эти действия могут быть описаны строгими математическими закономерностями. Эффективность от реализации рекламы может быть математически рассчитана.

Если чрезмерно завышено число рекламных объявлений, то возникают неоправданные финансовые потери. Необходимо ответить на вопрос - как провести рекламную кампанию, чтобы с гарантированной вероятностью не менее m человек из оповещенных откликнулись на рекламу.

Нами разработан алгоритм позволяющий установить это. В результате проведенных расчетов полученные результаты дают основу для принятия обоснованного решения при выборе наиболее эффективного варианта проведения рекламной кампании.

<http://edoc.bseu.by>

А.А. Быков

БГЭУ (Минск)

АНТИКРИЗИСНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Эмпирические исследования показывают, что одной из основных целей предприятия в условиях современной экономики является выживание, которое можно обеспечить путем предотвращения угроз и обеспечения устойчивого развития предприятия. Для обеспечения выживания субъекта хозяйствования необходимо поддерживать его экономическую безопасность, что является условием наиболее эффективного использования корпоративных ресурсов для предотвращения угроз и поддержания устойчивого функционирования сейчас и в будущем.

Для того чтобы распознавать угрозы, возникающие перед предприятием, по степени их опасности для его выживания, выделяют стадии кризиса, перечисленные в порядке возрастания степени опасности возможных угроз:

- стратегический кризис, который характеризуется появлением угроз со стороны внешнего окружения в совокупности с отдельными негативными тенденциями внутри предприятия (например, снижение доли рынка, ухудшение качества продукции, увеличение текучести кадров и т.д.);
- кризис результата, который проявляется в увеличении сроков оборачиваемости текущих активов, сокращении выручки, увеличении затрат, появлении убытков; однако предприятие все еще остается ликвидным и имеет возможность привлекать финансовые ресурсы со стороны для продолжения своей деятельности в прежних объемах;
- кризис ликвидности характеризуется отсутствием резервных фондов для покрытия убытков; привлечение заемных финансовых ресурсов маловероятно вследствие низкой ликвидности, поэтому предприятие вынуждено вести сокращенное производство;
- неплатежеспособность характеризуется тем, что для выплаты долгов и продолжения производства не хватает денежных средств, следствием чего является остановка производственной деятельности или начало процедуры банкротства.
- Различные стадии кризиса характеризуются различными признаками, а также предполагают использование различных по продолжительности и направленности управленческих решений, т.е. антикризисных мероприятий. Представляется целесообразным классифицировать возможные антикризисные мероприятия по трем категориям:
- предупредительные меры - оперативные и тактические управленческие решения, позволяющие снизить риск возможной неплатежеспособности;
- экстренные меры - оперативные меры, направленные на быструю ликвидацию уже возникшей кризисной ситуации;
- последующие меры - стратегические и тактические управленческие решения по преодолению глубокого структурного кризиса, когда использование других мер уже малоэффективно.

Мероприятия по раннему предупреждению кризиса, а также последующие меры, направленные на преодоление глубокого структурного кризиса, являются стратегическими решениями и затрагивают вопросы инновационной и инвестиционной политики предприятия.

Основным параметром, характеризующим экономическую безопасность предприятия в краткосрочной перспективе, является его платежеспособность, поскольку

неплатежеспособность является главным и единственным условием для возбуждения дела о банкротстве в суде, согласно белорусскому законодательству. Платежеспособность характеризует оперативную деятельность предприятия, связанную с использованием оборотного капитала. Следовательно, главной задачей предприятия для обеспечения экономической безопасности является избежание неплатежеспособности и банкротства в настоящий момент и в обозримом будущем. Исходя из данной предпосылки, все остальные характеристики предприятия, как прибыльность, конкурентная позиция, научно-технический потенциал и т.д. должны рассматриваться с точки зрения их влияния на платежеспособность предприятия.

Р.Н.Валевич
БГЭУ (Минск)

УПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЕМ РОЗНИЧНОГО ТОВАРООБОРОТА: ДОСТИЖЕНИЯ, ПРОБЛЕМЫ, НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ

Современное состояние экономики страны, несмотря на десятилетний опыт рыночных реформ, нельзя охарактеризовать как благоприятное. На складах промышленных и торговых предприятий скопилось значительное количество нереализованной продукции, что свидетельствует о несовершенстве системы управления развитием товарооборота. Следует отметить определенные достижения в области торговли. К ним относятся высокие темпы роста розничного товарооборота, приближающиеся к значениям 1990 г. Однако их нельзя назвать достаточными, поскольку вся торговля работает на грани убыточности. Удельный вес убыточных предприятий в общем их числе, увеличился с 10,3 % в 1999 году до 24 % в 2000 году. Существенно возрос удельный вес продуктов питания в общем объеме розничного товарооборота. Около одной трети потребностей в непродовольственных товарах покупатель удовлетворяет приобретая их в неорганизованной сети.

Проведенные исследования показали, что пока субъекты хозяйствования не приобрели навыков рыночного хозяйствования и не сумели оценить сложившуюся ситуацию с рыночных позиций.

Зарегулированность отношений, хотя и оправдывается спецификой переходной экономики, свидетельствует об упущенных возможностях совершенствования управления товарооборотом с рыночных позиций.