



Экономическое обоснование включает:

1) экономическую оценку, характеризующую экономический потенциал проекта, т.е. возможность сохранения и прироста капитала;

2) финансовую оценку, характеризующую возможность получения прибыли участниками проекта.

В первом случае расчет проводится без учета налогов и прочих перечислений в бюджет.

В мировой практике для экономической оценки инвестиционных проектов используются рекомендации Всемирного банка и методика ЮНИДО. Для российских условий на основе международного опыта разработаны Методические рекомендации по оценке эффективности проектов и их отбору для финансирования.

Методологической основой разработки этих рекомендаций является моделирование денежных по-

токов, генерируемых проектом. Денежный поток включает притоки и оттоки денежных средств за определенный период времени, которые рассматриваются в порядке их поступления или выплаты. Денежный поток, или поток платежей, характеризует процессы инвестирования и получения дохода в виде одной совмещенной последовательности. Результирующий поток платежей формируется как разность между доходами от реализации проекта и расходами в единицу времени

#### Список литературы

1. Новикова И.В., Топсохалова Ф. М.-Г., Узденов Х.С. Стратегия экономической безопасности как фактор консолидации регионов Северного Кавказа. – М.: изд-во «ПЕРО», 2013.
2. Топсохалова Ф.М.-Г., Ниров М.Ч. Современные инновационные тенденции развития экономики региона. – М.: изд-во «ПЕРО», 2013.

### Секция «Инновации, финансы, денежное обращение и кредит», научный руководитель – Никонова Я.И., канд. экон. наук, доцент

#### МОДЕЛЬ ОПТИМИЗАЦИИ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ РАСХОДОВ НА РЕКЛАМУ

Бродникова Ю.М., Савиных В.Н.

Филиал НОУ ВПО «Московский институт  
предпринимательства и права», Новосибирск,  
e-mail: ya\_shka@ngs.ru

Для формирования модели оптимизации распределения расходов на рекламу в следующем году используется по возможности адекватно подобранная формула, отражающая зависимость среднеквартальных продаж от инвестиций в рекламу данной продукции предприятия, которую обозначим  $S(r)$ , где  $S(r)$  – число среднеквартальных продаж продукции, а  $r$  – объем инвестиций в рекламу этой продукции.

Подбор аналитической формулы  $S(r)$  происходит на основе статистических данных, полученных предприятием, путем ежеквартального сопоставления ранее сделанных расходов на рекламу с объемом реализации своей продукции. Процесс такого подбора называется аналитической аппроксимацией или сглаживанием. Это делается для интерполяции, т.е. для возможности аналитического вычисления значений показателя в промежуточных точках между наблюдаемыми точками. Полученная в итоге формула будет давать ожидаемую величину спроса на продукцию предприятия без учета фактора сезонности. Для поквартальной корректировки этой величины применяются коэффициенты сезонности, которые вычисляются на основе тех же статистических данных.

Для отражения адекватной зависимости между двумя переменными предлагается использовать аппроксимацию экспериментальных данных с помощью графического инструментария Excel. К построенному на основе табличных данных графику визуально подбирается линия тренда, имеющая по методу наименьших квадратов формулу  $S(r)$ , кото-

рая оптимально аппроксимирует график данной табличной зависимости.

Полученная таким образом, как правило, нелинейная функция  $S(r)$  с учетом коэффициентов сезонности дает возможность получить поквартальные функции продаж товара  $D(r_1)$ ,  $D(r_2)$ ,  $D(r_3)$ ,  $D(r_4)$  в зависимости от расходов на рекламу.

Например, если предприятие в будущем году желает ограничить годовые затраты на рекламу суммой расходов прошлого года  $R = 60000$  р., тогда расчет оптимального распределения бюджета расходов на рекламу в будущем году можно осуществить на основе решения следующей экономико-математической модели:

Найти  $(r_1, r_2, r_3, r_4)$ ;

$$R = r_1 + r_2 + r_3 + r_4 \leq 60000;$$

$$r_1 \geq 0, r_2 \geq 0, r_3 \geq 0, r_4 \geq 0;$$

$$D = D_1(r_1) + D_2(r_2) + D_3(r_3) + D_4(r_4) \rightarrow \max.$$

#### Список литературы

1. Гришанова А.В., Савиных В.Н. Определение ценовых ориентиров для депозитных и кредитных услуг // Интерэкспо Гео-Сибирь: материалы конференции. – Т.2. – № 2. – 2008. – С. 188 – 193.
2. Ивасенко А.Г., Никонова Я.И. Финансы организаций (предприятий) // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2010. № 11. С. 102.

#### СИСТЕМА НОРМАТИВНОГО ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В РОССИИ

Власов В.В., Никонова Я.И.

Филиал НОУ ВПО «Московский институт  
предпринимательства и права», Новосибирск,  
e-mail: ya\_shka@ngs.ru

В настоящее время можно констатировать, что благосостояние общества определяется не массой