

Inna Aleksieienko
*Candidate of Economic Sciences, Docent,
Associate Professor at the Department of Finance and Credit
Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics*

Алексєєнко І.І.
*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансів і кредиту
Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця*

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-530-3-2>

MODERN FINANCIAL MODELING TOOLS

СУЧАСНІ ІНСТРУМЕНТИ ФІНАНСОВОГО МОДЕЛЮВАННЯ

Навички фінансового моделювання необхідні будь-кому, хто робить кар'єру в галузі фінансів. Моделі синтезують величезну кількість інформації, щоб допомогти користувачам приймати кращі інвестиційні та бізнес-рішення. Технічна кмітливість модельєра, навички проєктування, а також розуміння основного бізнесу визначають ефективність моделі. Фінансові моделі використовуються для оцінки вартості бізнесу або для порівняння підприємств з аналогами в галузі. Вони також використовуються в стратегічному плануванні для перевірки різних сценаріїв, розрахунку вартості нових проєктів, прийняття рішення щодо бюджетів і розподілу корпоративних ресурсів.

Із розвитком цифрових технологій, фінансове моделювання вже більше не лише про фінанси. Сучасні фінансові моделі стають дедалі важливішими для прийняття рішень не лише у сфері фінансів, але й у маркетингу, технологіях та інших галузях [1]. Це пов'язано з тим, що дані та аналітика відіграють ключову роль у формуванні стратегій та оцінці ризиків. Через це розширюється перелік ключових індикаторів, метрик за допомогою яких доводиться ефективність рішень та інструментів їх моделювання, що потребує узагальнення.

Фінансове моделювання є однією з найбільш цінних, але мало зрозумілих навичок фінансового аналізу. Мета фінансового моделювання полягає в тому, щоб поєднати облікові, фінансові та бізнес-метрики для створення прогнозу майбутніх результатів компанії. Фінансова модель дозволяє візуалізувати фінансові потоки підприємства та зробити їх більш зрозумілими для керівництва та інших зацікавлених сторін. Фінансові моделі можуть допомогти в оцінці рентабельності рекламних кампаній, визначенні цільової аудиторії та оптимізації цінової політики. Впровадження нових технологій часто потребує значних фінансових витрат. Використання фінансових моделей дозволяє оцінити потенційні вигоди від технологічних інновацій, таких як автоматизація процесів або впровадження нових програмних рішень. У технічній сфері фінансові моделі можуть допомогти у визначенні вартості проєктів, аналізі ризиків та оцінці ефективності використання ресурсів.

Фінансова модель – це математико-економічна модель функціонування бізнесу, яка прогнозує його фінансові показники в майбутньому. Фінансове моделювання забезпечує можливість вибору оптимальної траєкторії розвитку бізнесу, сприяючи досягненню стратегічних цілей.

Клієнтоорієнтовані компанії максимізують використання засобів просування власної продукції, налаштовані під кожную конкретну групу клієнтів, витрачаючи значні бюджети. Результатом очікувань від використання широкого кола носіїв реклами, програмного забезпечення та послуг веб-аналітики бізнесу є зростання

кількості потенційних клієнтів і, відповідно, доходів від їх залучення. Тож окрім традиційних, загальних фінансових показників, які впливають на прибуток компанії [2], фінансові моделі потребують включення показників ефективності бізнесу, які формують його результати від кожного індивідуального клієнта.

У рамках фінансового моделювання, для забезпечення ефективного моніторингу доходів, необхідно здійснювати контроль за низкою ключових показників. Одним з найбільш релевантних є показник щомісячного регулярного доходу (Monthly Recurring Revenue, MRR), який відображає суму регулярних надходжень компанії за місячний період від числа активних клієнтів. Допоміжним для оцінювання та прогнозування показника щомісячного регулярного доходу є коефіцієнт утримання клієнтів (Customer Retention Rate, CRR). Він є ключовим показником, що відображає відсоток клієнтів, які зберігають свою лояльність до компанії протягом заданого періоду часу. Даний показник є критично важливим для бізнесу, який функціонує в сегментах B2B та B2C. Зниження рівня відтоку клієнтів сприяє підвищенню рівня їх задоволеності та лояльності, що, в свою чергу, позитивно впливає на фінансові результати діяльності компанії.

Традиційну залежність «витрати/прибуток» допоможе оцінити показник вартості залучення клієнта (Customer Acquisition Cost, SAC). Цей індикатор являє собою інтегральний показник витрат на маркетингові та торговельні активності, спрямовані на залучення нових клієнтів та конвертацію потенційних покупців у статус реальних. Наскільки прибуткові відносини з користувачами допоможе оцінити показник пожиттєвої цінності клієнта (Customer Lifetime Value, LTV). Відображає сумарну цінність, яку клієнт приносить компанії протягом усього періоду взаємодії з нею. Даний показник є критично важливим для оптимізації стратегій залучення та утримання клієнтів, оскільки дозволяє обґрунтовано визначати обсяги інвестицій у відповідні маркетингові та сервісні програми.

Зростає і кількість допоміжних сучасних інструментів забезпечення ефективного та якісного фінансового моделювання [3]: електронні таблиці – це основний інструмент для аналізу фінансових даних, створення звітів та розрахунків (Microsoft Excel, Google Sheets); аналітичні інструменти використовують для візуалізації даних та створення інтерактивних звітів (Tableau, Power BI); спеціалізовані програми для створення фінансових моделей, які надають більше можливостей, ніж традиційні електронні таблиці (Financial Modeling Software; інтегровані рішення для управління підприємством, що включають модулі для фінансового обліку та звітності (ERP-системи) тощо.

Таким чином, включення перелічених показників до фінансових моделей лише підсилить обґрунтованість фінансових рішень щодо формування фінансових потоків і результатів ведення бізнесу, а також створить підставити для стратегічного розвитку його власника.

Література:

1. Глушенко О., Іващенко М. Зміни економічної поведінки в умовах цифровізації економіки. *Ефективна економіка*. 2023. № 12 (2023). DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.12.5>.
2. Драченко А., Юрчишена Л. Концептуальний підхід до моделювання впливу фінансових показників на прибуток підприємства. *Економіка та суспільство*. 2022. № 44. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-44-44>.
3. Романенков Ю.О., Доліна К.А. Цифрові інструменти для фінансової аналітики. Сучасні стратегії економічного розвитку: наука, інновації та бізнес-освіта : матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції, м. Харків, 1 листопада 2023 р. Харків : ХНУРЕ, 2023. С. 212–214. DOI: <https://doi.org/10.30837/978-966-659-360-6>