

торговля не должна быть собственником, она должна быть лишь посредником, деятельность которого настоящий собственник – товаропроизводитель – должен ресурсообеспечивать до тех пор, пока товар не перейдет в руки конечного потребителя. Считаем, что именно по этому исходному принципу должны конструироваться договорные отношения торговли и промышленности.

Шкутько О.Н.
Минск

АНАЛИЗ РЫНКА МАРКЕТИНГОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Большинству маркетинговых исследований предшествует детальный анализ рынка маркетинговой информации для поиска источников информации определенной достоверности и полноты отражения рыночных процессов.

Рынок информационных услуг представляет собой совокупность экономических, правовых и организационных отношений по продаже и покупке информационных услуг, складывающихся между поставщиками и потребителями информации.

Рынок маркетинговой информации можно условно подразделить на следующие основные секторы: экономической информации; биржевой и финансовой информации; профессиональной и научно-технической информации; коммерческой информации; статистической информации; массовой и потребительской информации; заказных маркетинговых исследований.

Основными участниками рынка профессионально-ориентированных баз данных являются: производители информации – организации, собирающие и публикующие информацию (информационные агентства, СМИ, издатели, патентные бюро), а также специальные организации, занимающиеся обработкой информации (отбор информации, загрузка в базы данных в виде полных текстов, кратких рефератов и т.д.); продавцы информации – организации, предоставляющие платный доступ к БД как посредством глобальных компьютерных сетей (например, Internet), так и посредством собственных онлайн-овых служб; потребители информации (подписчики).

Шумских И.С.
БГЭУ (Минск)

РИСК В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Предпринимательство в рыночной экономике невозможно без риска. Рискующий предприниматель зачастую получает больше прибыли, а не идущий на риск нередко терпит банкротство. Наличие фактора риска является существенным стимулом для экономии средств и ресурсов предпринимателями, что вынуждает их тщательно анализировать рентабельность проектов, разрабатывать инвестиционные сметы, нанимать соответствующие кадры. Каждое действие предпринимателя несет в себе возможность неудачи, потерь.

Риск — это вероятность убытков или недополучения доходов по сравнению с вариантом, предусмотренным прогнозом, планом, проектом, программой. Риски можно классифицировать по различным признакам. Так, по источнику возникновения принято различать риск: хозяйственный, связанный с личностью человека, обусловленный природными факторами; по причине возникновения целесообразно определить риск как следствие неопределенности будущего, непредсказуемости поведения партнеров, недостатка информации. Обратной стороной предпринимательства является усиление риска. По мере развития рыночных отношений в нашей стране будет усиливаться конкуренция. Чтобы в ней выжить, нужно идти на инновации, что неизбежно усилит риск. Нужно не избегать риска, а уметь прогнозировать события, оценивать его и не переходить за допустимые пределы.

Наиболее важные виды риска в предпринимательстве – производственный, коммерческий, финансовый и кредитный.

Под производственным понимается риск, связанный с производством и реализацией продукции, товаров, услуг, с осуществлением любых видов производственной деятельности. Наиболее важные причины производственного риска – это возможное снижение предполагаемых объемов производства и реализации, рост материальных или других затрат, уплата повышенных отчислений и налогов и т.д. Коммерческий риск – это риск, возникающий в процессе реализации товаров и услуг, закупленных предпринимателем. В настоящее время наиболее распространенными причинами коммерческого риска могут быть повышение закупочной цены товара, непредвиденное снижение объема закупки, потери товара в процессе обращения, повышенные издержек обращения, снижение объема реализации. Финансовый риск в предпринимательстве зависит от отношения заемных средств ко всем финансовым средствам предприятия. Чем выше отношение заемных средств к собственным, тем больше финансовый риск. Процентный риск связан с возможностью падения цены ценной бумаги из-за роста нормы процента. Кредитный риск обусловлен тем, что заемщик не уплатит по ссуде.

Анализ риска начинается с выявления его источников и причин. При этом важно определить, какие источники являются преобладающими. Необходимо также сопоставить возможные потери и выгоды. Риск по сути, не подкрепленный расчетом, всегда чреват поражением и издержками, которых при разумном отношении к делу можно избежать. Вместе с тем при оценке риска не обойтись и без интуиции. Особенно она необходима в случае недостатка информации для расчета риска. Интуиция основывается на прошлом опыте человека и на проницательности. Интуиция и расчеты взаимодополняют друг друга. Каждый предприниматель устанавливает для себя допустимый уровень риска. Таким образом, успешная предпринимательская деятельность не представляется возможным без анализа и учета всех видов рисков при принятии управленческих решений.