

ных продуктов, проектов и программ; управление и своевременная корректировка рыночных процессов в сочетании с методами инвестиционного маркетинг-менеджмента. В основу концепции инвестиционного маркетинга могут быть положены: необходимость комплексно и всесторонне изучать состояние, тенденции и динамику инвестиционного рынка; современное состояние инвестиционного рынка требует дифференцированного подхода к оценке его изменений и быстрой адаптации к этим изменениям; активное и целенаправленное воздействие на инвестиционный рынок; уметь определять наиболее прибыльные направления деятельности организации и формировать для них инвестиционные продукты; необходимость маркетингового мышления для всех уровней менеджмента организации. Эти принципы инвестиционного маркетинга предопределяют его основные функции: комплексное изучение инвестиционного рынка, его состояния, тенденций и динамики развития; осуществление сегментирования рынка инвестиционных продуктов; позиционирование инвестиционных проектов и программ; тщательный анализ деятельности конкурентов; разработка и реализация эффективных инвестиционных проектов; долгосрочное планирование инвестиционной деятельности предприятия; маркетинговый контроль. С учетом сказанного инвестиционный маркетинг в повседневной жизни служит для обеспечения менеджеров, принимающих решения, надежной, достоверной, полной и своевременной информацией об инвестиционном рынке. Инвестиционный маркетинг является эффективным инструментом для реализации идей, направленных на привлечение и удержание инвестиций, формирование инвестиционной привлекательности предприятия и благоприятного инвестиционного климата в стране.

Литература

1. *Федько, Ф.П.* Основы маркетинга / В.П. Федько, Н.Г. Федько, О.А. Шапор; под общ. ред. В.П. Федько. — Ростов н/Д: Феникс, 2001.
2. *Томилов, В.В.* Организация маркетинг-менеджмента инвестиций в системе государственного регулирования / В.В. Томилов, Е.В. Песочка // Рос. журн. С.-Петерб. ун-та экономики и финансов [Электронный ресурс]. — 2002. — № 1. — Режим доступа: [IzSPbUEF2002_1_C42_54s.pdf](#)

*Е.В. Демченко, канд. экон. наук
БГЭУ (Минск)*

РИСКОВЫЕ ЗОНЫ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА РЫНКЕ УСЛУГ

Под риском в предпринимательской деятельности понимается процесс принятия решений в условиях неопределенности с учетом как эко-

номических, так и политических, социальных, нравственных, психологических последствий. Риск можно определить как вид ситуации, связанной с преодолением неопределенности в процессе осознанного выбора решения или бездействия, при которой можно качественно и количественно оценить возможность достижения планируемого результата.

Многие положения при выделении рискованных зон применимы как для производственной сферы, так и для сферы услуг, однако необходимо учитывать и специфичность услуг. Поэтому целесообразно выделять риски отраслевого характера, присущие всем предприятиям данной отрасли. Отраслевые риски непосредственно связаны со степенью изменчивости в деятельности отрасли в экономическом и финансовом плане. В связи с этим необходимо учитывать:

- условия и результаты деятельности альтернативных отраслей за анализируемый период;
- деятельность отрасли по сравнению с экономикой в целом;
- динамику отраслевых технико-экономических показателей;
- однородность результатов деятельности предприятий отрасли;
- трудоемкость каждой отрасли, учитывающей количество предприятий в отрасли.

В сфере услуг выделяют следующие виды отраслевых рисков:

- системный риск, показывающий уровень отклонений результатов деятельности отрасли по отношению к результатам деятельности экономики в целом;
- риск внутриотраслевой среды конкуренции, величина которого зависит от высоты барьера «входа» на рынок, ценовой и неценовой конкуренции в отрасли, рыночной силы клиентов, наличия альтернативных услуг, а также от государственного регулирования маркетинговой деятельности в отрасли;
- риск, связанный с этапами жизненного цикла отрасли. Учет и анализ этого вида риска позволяет ранжировать отрасли сферы услуг в зависимости от величины рисков, присущих каждой отрасли;
- риск обслуживания, включающий в себя, прежде всего покупательские риски в сфере услуг. Это финансовые, физические, психологические, социальные риски, риск исполнителя, риск потери времени.

Неопределенность экономической ситуации обуславливается отсутствием полной информации, случайностью, противодействием. Для того чтобы определить величину риска, необходимо знать все возможные последствия действия, а также вероятность самих последствий.

Основной проблемой здесь является разнородность в оценке услуг. Их часто сложно оценить однозначно и они по-разному воспринимаются клиентом. Дополнительные сложности возникают из-за перемены потребностей заказчика. В сфере услуг не всегда можно провести стандартизацию, унификацию качества. Разная оценка услуг — это результат ее субъективного восприятия. Поведение покупателя зависит от того, как сложатся отношения заказчика и продавца. Поэтому при оценке

риска продавец должен определить экономические выгоды услуги. Экономический и маркетинговый анализ позволяет правильно выбрать стратегию и приемы управления риском, а также способы снижения степени риска.

Кроме того, при разработке программы действия по снижению рисков необходимо учитывать психологическое восприятие риска. Поэтому наряду с математической обоснованностью решений следует иметь в виду проявляющиеся при принятии и реализации рискованных решений психологические особенности клиента.

*С.В. Дирко, ассистент
Е.Н. Полешук, ассистент
БГЭУ (Минск)*

ЛОГИСТИКА РЕЦИКЛИНГА

Сферой использования логистики может стать любая деятельность, где реализуется совокупность последовательных процессов или событий, характеризующихся пространственно-временным движением. Эти свойства присущи и рециклингу, под которым понимается часть замкнутого воспроизводственного цикла, обеспечивающая вовлечение отходов в повторный хозяйственный оборот и представляющая собой совокупность взаимосвязанных процессов сбора и переработки отходов для последующего использования в производстве продукции. Отличительные черты рециклинга (замкнутый цикл, процессный характер, потоковая направленность) позволяют сделать вывод о его логистической сущности и целесообразности применения логистического подхода к организации и планированию его потоковых процессов.

Принципиальное отличие логистического подхода к управлению потоковыми процессами рециклинга от традиционного состоит в интеграции отдельных звеньев цепочки рециклинга в единую систему, способную быстро адаптироваться к происходящим изменениям внешней и внутренней среды, а также интеграция всех аспектов организации и планирования потоковыми процессами сбора, заготовки, переработки и распределения вторичных материальных ресурсов.

В соответствии с современными тенденциями расширения функциональных областей реализации логистики процессы рециклинга представляется целесообразным рассматривать в рамках системы так называемой реверсивной логистики, предметом которой являются обратные потоки, т.е. движение материальных ценностей в направлении, противоположном тому, в котором протекает традиционная логистическая деятельность.

Однако к рециклингу можно отнести движение только тех обратных потоков, которые качественно видоизменяются, т.е. подвергаются переработке и трансформируются в сырье, материалы для производства