

реализации товаров и будет способствовать формированию лояльности покупателей к электронной продаже товаров.

Среди факторов, побуждающих покупать товары в электронных магазинах, выделились три доминирующих:

- 1) возможность совершения покупки, не выходя из дома
- 2) предлагаемый уровень цен
- 3) ассортимент товаров

Эти факторы необходимо принимать во внимание, открывая электронный магазин. Они являются так называемыми «факторами успеха» электронных магазинов, формируя аудиторию их постоянных покупателей.

Источники

1. Об утверждении Правил осуществления розничной торговли по образцам: постановление Совета Министров Республики Беларусь от 15 января 2009 г. № 31 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.pravobyl.net/laws/text_122.

2. Розничная и оптовая торговля Республики Беларусь: Стат. сб. — Минск: Нац. стат. ком. Респ. Беларусь, 2011.-158с

О.Л. Ковалева, кандидат экономических наук, доцент, БГЭУ (Минск)

ИССЛЕДОВАНИЯ В ЛОГИСТИКЕ

Высоко конкурентная рыночная среда обуславливает постоянный рост цены управленческих ошибок, избежать которых можно лишь при наличии высококачественной информации, что требует проведения рыночных исследований. Эффективные управленческие решения не могут быть основаны на интуиции или рассуждениях менеджеров. Поэтому главная задача исследований состоит в оценке информационной потребности и обеспечении руководства организации точной, надежной, обоснованной и актуальной информацией. В связи с этим исследования выступают неотъемлемой частью информационной системы организации и системы поддержки принятия управленческих решений.

Необходимость проведения исследований в логистике возникает в случае несоответствия текущего состояния желаемому, т. е. когда наблюдается своеобразное расхождение между тем, что организация хотела бы видеть к определенному моменту, и тем, что в действительности происходит. Проблема является препятствием на пути достижения поставленных целей. Организация узнает о наличии проблемы на основании проявления некоторых симптомов, как правило, это связано с ухудшением показателей производственно-хозяйственной деятельности: снижение выручки или прибыли от реализации продукции, рост логистических издержек, сокращение объемов транспортируемой продукции, снижение качества транспортно-экспедиционного обслуживания и др.

Процесс исследования в логистике можно представить в виде алгоритма, который включает последовательные этапы — от определения проблемы до представления результатов исследования и оценки его эффективности по результатам принятых управленческих решений (рис. 1).



Рисунок 1. Процесс исследования в логистике

Идентификация проблемы исследования. При проведении исследования важно правильно определить проблему, стоящую перед организацией. Источниками проблем в логистике могут быть как непредвиденные изменения, так и спланированные, обусловленные деятельностью самой организации.

Основным источником непредвиденных изменений является внешняя среда, в которой функционирует организация. К ним относятся экономические, демографические, конкурентные, политические и правовые изменения, влияющие на деятельность организации. Например, как отреагирует потребитель на внедрение конкурентами нового продукта или снижение транспортного тарифа – эти изменения могут обернуться проблемой или стать новой возможностью.

Изменения могут быть инициированы и самой организацией. Стремясь расширить сферы своей деятельности, большинство организаций планируют различные мероприятия, реакцию на которые со стороны рынка зачастую трудно предугадать.

В качестве приема осмысления проблем, как правило, используется анализ производственно-хозяйственной деятельности. В отдельных случаях, когда требуется быстро оценить проблему, прибегают к опыту и квалификации профессионалов, используя экспертный опрос.

Определение цели и задач. Цели и задачи исследования вытекают из существующей проблемы. Цели исследования могут быть поисковыми, когда требуется собрать предварительную информацию с целью точного определения существующей проблемы, описательными, если необходимо описать ситуацию или рынок, а также экспериментальными, в случае необходимости установления причинно-следственных связей между исследуемыми явлениями или событиями.

Задачи исследования позволяют достичь поставленной цели. Перечень задач целесообразно изображать в виде сетевого графика, что позволит наглядно представить их взаимосвязь и последовательность решения.

Определение объекта исследования. Объект исследования определяется поставленной целью. Например, если цель исследования состоит в нахождении резервов снижения логистических издержек при транспортировке продукции, то объектом исследования является транспортное хозяйство организации.

Составление плана исследования. План исследования включает перечень необходимых работ. За каждым пунктом плана закрепляются конкретные исполнители, все пункты увязаны между собой установленными сроками в соответствии с разработанным планом исследования.

На данном этапе осуществляется разработка выборочного плана и определение объема выборки, а также составляется бюджет исследования. Зачастую формирование бюджета осуществляется путем нахождения компромисса между необходимыми затратами на проведение исследования и ресурсами организации, поэтому на данной стадии производится оценка ее финансовых возможностей.

Большое значение в разработанном плане придается отчетности, полноте аналитической информации, логике рассуждений, выводам и рекомендациям.

Формирование информационной системы. На данном этапе необходимо установить перечень исходных данных, а также выявить источники информации. Информационная система включает совокупность процедур и методов, позволяющих создавать, анализировать и распространять информацию необходимую для принятия опережающих управленческих решений.

При проведении исследований используется информация, полученная на основе первичных и вторичных данных. Первичную информацию получают в результате полевых исследований проводимых для решения конкретной проблемы, стоящей перед организацией. Вторичная информация применяется при проведении так называемых кабинетных исследований, целью которых является анализ имеющихся источников об изучаемой, исследуемой проблеме. Сбор вторичной информации обычно предшествует сбору первичной информации.

При проведении исследований логистам доступны три основные группы источников информации, необходимой для принятия решений: отдел логистики и другие подразделения организации, предоставляющие внутреннюю информацию, сторонние консультанты, а также организации, специализирующиеся на проведении исследований и оказании сопутствующих услуг по сбору и обработке собранных данных.

Определение методов сбора информации. Методы сбора информации можно рассматривать применительно лишь к полевым исследованиям, т.к. в ходе кабинетных исследований собирается и обрабатывается ранее опубликованная информация. При проведении полевых исследований используются такие методы как опрос, наблюдение и эксперимент. В случае если необходимо собрать данные качественного характера, позволяющие больше узнать о тех вещах, которые напрямую измерить или наблюдать не представляется возможным (например, намерения потребителей) для сбора информации целесообразно использовать метод фокус-групп, глубинные интервью, а также проекционные методы.

Анализ полученной информации. Система анализа информации предназначена для обработки собранных данных с целью поиска путей решения поставленной перед исследователем проблемы. Современная система анализа информации представляет собой набор современных логических, экономико-математических и экономико-статистических методик обработки данных, применение которых напрямую зависит от цели исследования и типа собранных данных.

Так, при проведении кабинетных исследований в случае наличия обширного несистематизированного материала, когда непосредственное использование последнего затруднено, прибегают к технике контент-анализа. В случае же проведения опросов с целью рыночной сегментации прибегают к таким статистическим методам анализа информации, как кластерный или факторный анализ.

Представление полученной информации. Результаты проведенного логистического исследования представляются в виде отчета. На форму и содержание отчета влияют как особенности исследователя (личность, опыт и квалификация), так и заказчика, которому и предназначен отчет. Содержание отчета отражает цель исследования, общее описание, размер и характер выборки, время проведения обследования, методы, используемые для сбора и анализа информации, выводы и рекомендации исследователя относительно поставленной проблемы. При подготовке отчета необходимо делать вывод по каждой цели или задаче исследования. Если исследование не предоставляет достаточных данных для получения выводов по проблеме, то в отчете об этом следует заявить открыто. Рекомендации должны следовать за сделанными выводами и фокусировать внимание на ценности собранной информации.

Оценка эффективности проведенного исследования. Все выводы и рекомендации по результатам исследования подлежат проверке на надежность, когда реализуются в практической деятельности организации. На данном этапе перед исследователем стоят две задачи: помочь клиенту понять и применить полученные данные, а также проконтролировать исполнение предложенных им рекомендаций. Исследователю следует учитывать тот факт, что отдельные разделы, особенно касающиеся технических вопросов, могут клиенту быть непонятны, поэтому при необходимости ему следует оказать соответствующую помощь. Часто клиент пользуется услугами исследователя при разработке тарифной политики, сегментации рынка, определении оптимальных критериев выбора поставщиков и каналов распределения, оценке вариантов размещения распределительного центра и других видах деятельности.

*И.К. Козлова, кандидат экономических наук, доцент,
Ю.В. Пацкевич, БГЭУ (Минск)*

УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ ПАССИВНЫХ ОПЕРАЦИЙ БАНКОВ

Риск в банковской практике – это стоимостное выражение вероятного события, ведущего к потерям или получению меньшей суммы дохода по сравнению с предполагаемой. Условно все банковские риски можно разделить на риски пассивных и активных операций. Риски пассивных операций – риски, возникающие в процессе осуществления банком операций по привлечению денежных средств и увеличению собственного капитала.

В процессе совершенствования системы управления банком проблеме управления банковскими рисками уделяется все больше внимания. Методологическое и методическое обеспечение оценки кредитного и рыночного рисков получили значительное развитие и достаточно широко освещены в экономической литературе. Для управления данными рисками разработан ряд показателей, рекомендаций как на международном уровне, так и в нашей стране. Оценка рискованности активов и внебалансовых обязательств – постоянная забота как банков, так и органов банковского надзора.