

производителя всегда есть средства давления на дистрибьютора в качестве участника канала распределения.

Принципиально иной подход к управлению состоит в развитии стратегий, направленных на то, чтобы преодолеть или, по крайней мере, уменьшить остроту несовпадения целей. Специальные меры включают выборочное разделение участников канала, до того как они подпишут формальное соглашение, или целевое объединение участников, чтобы они могли воспринять цели производителя как свои собственные.

Стратегии, направленные на преодоление несовпадения целей участников канала, становятся все дороже и, кроме того, они занимают довольно много времени. Может быть, в долгосрочной перспективе такие стратегии окажутся эффективными, поскольку они снизят затраты на текущий контроль и наблюдение за ходом дела. Тем не менее во многих случаях только одни меры объединения участников канала могут оказаться недостаточными для обеспечения надежности выполнения своих задач, поэтому необходимо использовать и другие методы контроля.

*Дронин А.М.
БГЭУ (Минск)*

ЦЕНОВАЯ ИНФОРМАЦИЯ В КОМПЛЕКСНОМ ИССЛЕДОВАНИИ РЫНКА

Различные виды цен, которые либо публикуются в отдельных источниках, либо получают на базе запросов у фирм-поставщиков или их торговых агентов, лишь при первом недостаточно детальном рассмотрении представляются разрозненными, несвязанными, случайными. На самом деле более глубокий анализ позволяет вскрыть определенные закономерности ценообразования, взаимодополняемость и проверяемость цен и тем самым дает возможность рассматривать информацию по ценам как определенную систему, базирующуюся на своих принципах и связях.

Обычно выделяют следующие виды цен: справочные, прейскурантные, биржевые, аукционные, цены каталогов, проспектов, торгов, предложений, фактических сделок и расчетные цены.

Перечисленные виды цен составляют информационный массив данных по ценам. Оценка этого массива с точки зрения возможностей использования его данных на практике для выявления текущих и долговременных тенденций цен предполагает решение ряда проблем методического характера, в первую очередь выяснение двух следующих моментов: какова возможность получения информации о соответствующем виде цен, насколько она доступна для контрагентов; какой из отмеченных видов цен является наиболее представительным. По возможности получения данные по ценам можно разделить на две категории:

- * публикуемые цены - к ним относятся, прежде всего, справочные, биржевые, аукционные, цены торгов, каталогов, проспектов;

- * цены, получаемые по специальным каналам - путем особых запросов

или подсчетов. Такими ценами являются цены предложений и расчетные цены. В ряде случаев таким образом можно получить и цены прейскурантов.

Особое место занимают цены фактических сделок. В отдельных, относительно редких случаях они публикуются.

Естественно, что способ получения информации по ценам существенно влияет на ее доступность, возможность использования на практике.

С точки зрения доступности получения, перечисленные виды цен можно расположить в следующей последовательности:

- справочные цены, которые публикуются в широко распространяемых источниках и потому в большинстве случаев могут быть получены без особых затруднений;

- биржевые цены, цены аукционов, торгов, каталогов и проспектов, информация о которых содержится в специальных изданиях, публикуемых открыто, но получение которых требует установления контактов с их издателями;

- расчетные цены, определяемые на базе официальной таможенной статистики отдельных стран путем сопоставления стоимостных и физических объемов экспорта или импорта по конкретной товарной группе или отдельному товару. Получение этих цен связано с приобретением таможенной статистики и проведением специальных расчетов;

- цены предложений и прейскурантов, которые могут быть получены преимущественно путем специальных запросов у фирм-производителей или их агентов, для чего требуется наличие налаженных каналов связи на соответствующих товарных рынках и выступление на них в качестве торговых партнеров, что возможно, естественно, не для всех физических и юридических лиц, интересующихся ценами;

- цены фактических сделок. Они редко публикуются, причем в несколько агрегированном (усредненном) виде. В большинстве случаев их можно получить, лишь регулярно выступая на рынке. Такое положение означает, что цены фактических сделок, так же как цены предложений и прейскурантов, не являются общедоступными.

Возможность получения информации по ценам зависит также от масштабов их распространения или товарного охвата каждого вида цен.

Особенности информационного массива данных по ценам с точки зрения возможности их получения состоят в следующем:

- указанные виды цен охватывают практически всю товарную массу, обращающуюся на мировом рынке. Товаров, по которым отсутствовала бы ценовая информация, практически не существует;

- публикуемые цены и цены, получаемые по специальным каналам, дополняют друг друга. В результате, по существу, по всем товарам имеется несколько видов цен: наряду с ценами предложений, фактических сделок и расчетными ценами по рассматриваемому товару можно получить по меньшей мере одну из следующих цен: справочную, биржевую, аукционную цену, цену торгов, прейскурантов, каталогов, проспектов. Данное положение дает возможность осуществлять взаимную проверку ценовой информации, что

повышает надежность и объективность конкурентных материалов по ценам. Кроме того, в практической работе существует возможность использования не одного, а нескольких видов цен; при этом один-два вида, чаще всего цены предложения и фактических сделок, берутся в качестве отправной точки, остальные - справочные цены, цены каталогов, расчетные - как дополнительные критерии. Проблема представительности всех видов цен, т.е. их соответствия реально складывающемуся уровню цен, возникает в связи с тем, что информационному массиву данных по ценам присущи две особенности:

- отклонение практически любого из рассматриваемых видов цен от реального ценового уровня;
- быстрое «старение» информации по большинству видов цен, обусловленное изменением рыночной ситуации, а также позиций покупателя и продавца.

Отмеченные особенности имеют определяющее значение для практического использования ценовой информации, поскольку представительность цены в определенной мере зависит от достоверности информации, об истинном ценовом уровне, действующем на рынке соответствующего товара, т.е. от степени ее приближения к представительному уровню рыночных цен.

*Егоров С.А.
БГЭУ (Минск)*

ФОРМИРОВАНИЕ МЕХАНИЗМА ВЕНЧУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ДЛЯ ФИНАНСИРОВАНИЯ ИННОВАЦИЙ

Современная экономика инновационного типа базируется на постоянном использовании инноваций в производстве. С другой стороны, финансирование инноваций является достаточно высокорискованным делом для предприятий. Традиционные финансовые технологии не способны выполнить задачу инвестирования инноваций. В мировой практике подобная проблема решается посредством создания и функционирования механизма венчурной деятельности. Механизм венчурной деятельности создавался в развитых странах в кризисные периоды и позволил значительно повысить инновационную активность предприятий. Для нашей страны как никогда актуальна проблема недостатка инвестиций. Поэтому развитие сети венчурных фондов является одним из эффективных средств решения проблемы дефицита инвестиционных ресурсов и выхода из экономического кризиса.

Венчурная деятельность - это деятельность по финансированию и реализации венчурных проектов.

Венчурный проект - это проект, направленный на разработку, создание, реализацию новых идей, нового продукта, новой технологии, техники и др.

Венчурная деятельность - это сложный процесс. В состав венчурной деятельности включается деятельность венчурных фондов по аккумулярованию средств индивидуальных инвесторов и по инвестированию этих ресурсов в реализацию венчурных проектов; деятельность предпринимателей и венчурных фирм по реализации венчурных проектов, профинансированных венчурным фондом.