

Основные недостатки внебиржевых инструментов заключаются в затруднениях, возникающих при проявлении необходимости закрыть позицию. Кроме того, биржевые инструменты в силу своей большей стандартизованности в лучшей степени защищены от некоторых видов риска, в особенности кредитного. На бирже у любого участника, как правило, существует возможность закрыть свою позицию путем заключения противоположной сделки. К тому же, вводимые на бирже лимиты на изменение цен ограничивают риски участников.

Конкуренция биржевого и внебиржевого секторов послужила дополнительным стимулом к развитию рынка производных инструментов. Создание наряду со стандартными биржевыми контрактами рынка внебиржевых контрактов с индивидуальными условиями существенно расширило возможности участников рынка и финансовых менеджеров по управлению рисками.

<http://edoc.bseu.by>

*Кандратович М.И.
ООО «Подевюс» (Минск)*

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ И ЦЕНОВЫЕ СТРАТЕГИИ В ТУРИЗМЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Экономика Республики Беларусь активно развивается. Наблюдается переход от стадии относительной стабильности к постепенному экономическому росту во всех отраслях народного хозяйства. В связи с этим в стране сложились благоприятные условия для совершенствования и расширения рынка услуг. Туризм является одной из перспективных отраслей национальной экономики и призван обеспечить не только народное благосостояние Республики, но и повышение престижа Беларуси на международной арене.

Важным решением для белорусских предприятий туризма, имеющим ключевое значение для успеха избранной стратегии поведения на рынке, является установление цены с учетом реализации маркетинга. Ценовая политика должна учитывать множество факторов, напрямую или косвенно влияющих на конечный финансовый результат.

Необходимо отметить ряд факторов, обосновывающих важность решений, связанных с ценовой политикой в туристическом бизнесе: цена непосредственно определяет уровень спроса и объем продаж; цена продаж определяет рентабельность всей финансово-хозяйственной деятельности туристической организации; цена влияет на общее восприятие туристического продукта (услуги); цена неразрывно связана с понятием качества и является одной из составляющих имиджа, а также является удобной базой для сравнения конкурирующих товаров или услуг.

*Кантс К.К.
RISEBA (Рига)*

РЫНОК ЗНАНИЙ И КАЧЕСТВО БИЗНЕС- ОБРАЗОВАНИЯ В ЛАТВИИ

Рынок знаний играет все более и более значимую роль, что обуславливает актуальность вопросов, связанных с повышением качества образования, поскольку в экономике знаний наметился переход к рынку динамических возможностей, где основной становится способность человека или группы людей стать продуцентом нового знания.