

УДК 339.37
ПРИНЯТИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ РЕШЕНИЙ В УСЛОВИЯХ РИСКА

Н.Н. ДЕМИДОВА
Учреждение образования
«МОГИЛЕВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
им. А.А. Кулешова»
Могилев, Беларусь

Анализ используемых методов снижения риска показывает, что большинство из них являются специфическими, присущими отдельным частным случаям риска, а, в ряде случаев, частными случаями более общих, широко применяемых методов.

Можно выделить четыре основных метода управления риском (risk – management techniques):

- упразднение (избежание) риска;
- предотвращение и контролирование риска;
- принятие риска (поглощение риска);
- перенос риска (страхование риска).

Избежание риска (risk avoidance) – это сознательное решение не подвергаться определенному виду риска. Упразднение риска означает отказ от данного вида деятельности или такую существенную (радикальную) трансформацию деятельности, после которой данный риск элиминируется.

Предотвращение и контролирование риска (loss prevention and control) сводится к действиям, предпринимаемым для уменьшения вероятности потерь и для минимизации их последствий. Предотвращение и контролирование риска – это организация деятельности таким образом, чтобы участники проекта могли максимально влиять на факторы риска и имели возможность снижать вероятность наступления неблагоприятного события; контролирование риска включает комплекс мер, направленных на ограничение потерь, если неблагоприятное событие все таки наступило.

Принятие риска (risk retention) состоит в покрытии убытков за счет собственных ресурсов. Поглощение риска – это такой способ ведения деятельности, при котором ущерб в случае материализации риска, ложится полностью на его участника (участников). Данный метод управления риском обычно применяется, когда вероятность риска невелика или ущербы в случае его наступления не оказывают сильного влияния на участника (участников) деятельности.

Перенос риска (risk transfer) состоит в перенесении риска на других лиц. Продажа рискованных ценных бумаг кому-то другому и приобретение страхового полиса – примеры такой стратегии управления риском. Страхование риска – это метод, позволяющий снизить ущерб, возникающий в ходе деятельности, за счет финансовой компенсации из страховых фондов.

Управление экономическими рисками в самом общем виде базируется на методах управления (управление, предотвращение и контролирование, страхование, поглощение). Каждый метод, в свою очередь, представляет собой совокупность некоторых мер (инструментов) – конкретных организационных, технических, финансовых, правовых и иных действий и мероприятий, осуществляемых участниками проекта с целью управления проектными рисками. Количество таких конкретных мер (инструментов), имеющихся в арсенале участников экономической деятельности, может быть достаточно большим.

Неопределенность рыночной ситуации обуславливается отсутствием полной информации, случайностью, противодействием. Для разработки маркетинговых решений в условиях риска необходимо определить величину риска, то есть знать все возможные последствия действий, а также вероятность самих последствий.

В связи с этим, элементами процесса принятия маркетинговых решений выступают:

- определение целей и постановка проблемы;
- разработка критериев оценки рыночной ситуации;
- анализ и диагностика ситуации;
- исследование и интерпретация предполагаемых действий на рынке;
- анализ возможностей предприятия;
- разработка сценариев развития рыночной ситуации;
- разработка маркетинговых решений и выбор оптимального;
- мониторинг маркетинговой деятельности;
- мониторинг управленческих решений.

При формировании маркетинговых решений и мероприятий по их реализации необходимо учитывать следующие факторы:

- внешние или неуправляемые факторы;
- факторы, формирующие цели предприятия.

Используемая в процессе принятия маркетинговых решений модель должна быть адекватна рыночной ситуации, то есть соответствовать:

- структуре и свойствам рынка;
- особенностям и возможностям методов моделирования;
- целям решаемой задачи.

Разработка модели процесса принятия маркетинговых решений предполагает использование прогнозов качественного и количественного характера.

