

Мерчендайзинг – это маркетинговая деятельность в розничной торговой точке, включающая в себя размещение товара, разработку и размещение рекламных материалов, которые содержат информацию о товаре и том месте, где потребитель готов сделать покупку. Кроме того сюда же можно отнести:

- Оптимальный запас продукции в непосредственном месте продажи – торговой точке.
- Имеющуюся продукцию необходимо расположить в точке так, чтобы покупатель легко мог найти нужный ему товар
- В непосредственном месте продажи необходимо ярко представить и разрекламировать товар, чтобы привлечь внимание покупателя, заинтересовать его, проинформировать о товаре и стимулируя процесс покупки.
- Соответствующее поведение продавца-консультанта в торговом зале, так как его отсутствие или сердитое выражение его лица сведут «на нет» все усилия мерчендайзера.
- Атмосфера в торговой точке, которая часто не учитывается: дизайн, освещение, музыкальное сопровождение, поведение сотрудников магазина, наличие/отсутствие запахов. (Например, запахи пирогов и ванили увеличивают объемы продаж в праздничные дни до максимума, в то же время как стойкий запах алкоголя может лишить магазин большей части покупателей – женщин с детьми и без, подростков, людей, равнодушных к алкоголю и т.п.)

Западные страны уже давно разработали и внедрили ряд правил мерчендайзера, которые желательно придерживаться и в нашей стране:

1. Размещайте товары на центральных позициях, используя при этом рекламные материалы;
2. Не размещайте ваши товары на темных и дальних полках;
3. Размещайте изделие лицевой стороной к потребителю;
4. Помещайте свой товар на уровне глаз покупателя, чтобы ему было легче прочитать рекламную информацию касательного вашего товара;
5. Не размещайте рекламные материалы в недоступных для покупателей местах;
6. Не смешивайте различные торговые марки;
7. Не ставьте товар на грязные и пыльные полки.

Последний принцип связан с тем, что покупателя может оттолкнуть неопрятный вид вашего товара, а грязная пыльная полка скажет ему, что товар здесь стоит давно и его никто не берет.

Что касается запрета на рекламу крепких алкогольных напитков на радио и телевидении до 21–22 часов, то и здесь можно найти выход. Так, большинство производителей являются спонсорами различных телевизионных передач и спортивных соревнований. В качестве примера можно привести передачу «Первый миллион», чьим спонсором является Мягков, эта же марка была одним из спонсоров при трансляции матча по футболу Украина-Дания; трансляция бокса осуществляется при поддержке такого производителя как Немиров; спонсор «Скрытой камеры» – водка «5 капель», «Олимп» – спонсор спортивных новостей на канале Интер...

Кроме всего прочего рынок очень быстро откликается на изменение политической ситуации в стране, которая может помочь, как продвигать новые торговые марки, так и полностью вытеснить с рынка уже опытные старые фирмы. После «оранжевой революции на Украине» появилась новая водка «Так» и «Президентская», чей дизайн и расцветка полностью соответствует цвету Революции.

Мерчендайзинг внедряется в сознание производителей и продавцов, как полезная прикладная наука, сочетающая в себе знание о методах торговли и рекламе с основами дизайна и композиции, элементами логистики, социологии и бесспорно психологии. Это новое направление маркетинга, которое начинается с того момента, когда на глаза покупателю попадает очередная витрина магазина, а заканчивается, когда покупатель покидает магазин с полными руками покупок, а производитель получает прибыль.

Примечание.

Мобайлы – плакаты, крепящиеся к потолку.

Специальные ценники – обычные ценники, только увеличенные в размере и с логотипом фирмы-производителя.

Плакаты – обычное украшение торгового помещения.

Воблеры – пластиковые рекламные указатели, обычно крепятся к верхней полке стеллажа.

Диспенсеры – лотки для раздаточного материала.

Шелф-токер – реклама, размещенная на торце полки

Нек-хенгеры – ценники для бутылок, одеваемые на горлышко товара.

При написании статьи были использованы материалы сайтов

www.advertology.ru/print9744.html

www.klubok.net/article800.html

а также личные наблюдения и результаты опроса, проведенного среди мерчендайзеров различных торговых марок крепких алкогольных напитков.

Озель Д.М.

РИЗИКИ У ЗОВНІШНІЙ ТОРГІВЛІ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ОРГАНІЗАЦІЮ ТА ЗДІЙСНЕННЯ МІЖНАРОДНИХ РОЗРАХУНКІВ

У процесі укладання зовнішньоекономічних контрактів та визначені форм, методів та інструментів платежу експортери та імпортери враховують багато чинників і показників, починаючи з фінансового стану ділового партнера, його позиції на ринку і закінчуючи політичними, економічними та законодавчими умовами його країни. При цьому учасники міжнародних розрахунків, оцінюють насамперед ризики, що можуть виникати у ході здійснення таких операцій.

З погляду міжнародної торгівлі, ризик – це небезпека втрат з вини іншої сторони або через зміну політичної, економічної чи іншої ситуації в країні партнера. Можливих втрат у зовнішньоекономічній діяльності може зазнати будь-хто з її учасників – експортер, імпортер або банк. Тому для ефективного управління міжнародними розрахунками та зовнішньоекономічною діяльністю взагалю дуже важливо знати всі типи ризиків, які виникають у процесі міжнародного товарообміну, а також заходи, що дають змогу ці ризики мінімізувати або усувати зовсім. Ще раз зазначу, що наведені нижче ризики впливають на організацію та здійснення міжнародних розрахунків якщо не напряму, то хоча б опосередковано.

У зовнішньоекономічній діяльності експортер та імпортер наражаються на такі ризики: ризик країни; валютний; транспортний; банківський; ризик передоплати; ризик неплатежу; ризик невиконання контракту; суверенний ризик; трансфертний ризик; ризик посиленого регулювання з боку уряду; ризик недостатнього знання законодавства, звичаїв та традицій.

Таким чином, мною наведено основні ризики, з якими може стикнутися як експортер, так і імпортер. Кожен з цих категорій ризику, з одного боку, має свої особливості, а з іншого, спільні риси. Тому доцільним у деяких авторів є групування (об'єднання) подібних за характеристиками ризиків у групи, але єдиного підходу до цього в літературі немає. Тому, на мою думку, доцільним є розгляд широкої класифікації ризиків, як це зазначено вище.

Аналізуючи групи ризиків, логічною, на мою думку, є класифікація ризиків за ознакою приналежності до суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, тобто: ризики для імпортера (наприклад, ризик передоплати, невиконання контрактних зобов'язань, тощо); ризики для експортера (наприклад, ризик неприйняття товару, ризик неплатежу, тощо); ризики як для експортера, так і імпортера (наприклад, транспортний ризик, валютний ризик, тощо).

Зрозуміло, що розглядаючи ризики у зовнішній торгівлі, останні значно відрізняються від ризиків у внутрішній торгівлі в силу ряду причин: як правило, великі відстані; мовні розбіжності; розбіжності у світоглядах; розбіжності у торговельних звичаях; розбіжності у правових відносинах; розбіжності у політичній ситуації; розбіжності у соціальній сфері; географічні особливості.

Ризик країни характеризується політичними та економічними подіями в конкретній країні, які можуть призвести до втрат під час зовнішньоторговельних операцій. Такі події перебувають, до певної межі, під контролем уряду цієї країни.

Валютний ризик виникає, коли іноземний покупець бажає здійснити платіж експортерів, однак завдяки валютному контролю або іншим обмеженням уряду, це заважає йому здійснити платіж зі своєї країни (наприклад, Індія, Бангладеш). Причиною цьому може бути нестача валютних резервів в країні або висока заборгованість держави. Крім того, велике значення відіграє політична стабільність у країнах та регіонах, загальний політичний клімат у світі. Політична нестійкість, несприятливі події (війни, революції, націоналізація, страйки, ембарго тощо) ставлять під сумнів можливість виконання сторонами своїх зобов'язань за контрактом.

Для мінімізації цих ризиків необхідно: досконало вивчити політичну ситуацію в країні партнера і країнах транзиту та постійно проводити спостереження за рейтингом цих країн; використовувати акредитиви, підтверджені першокласними банками або банками стабільної країни; застосовувати форфейтингові та факторингові угоди; здійснювати страхування; застосовувати гарантії банків (або державні гарантії) як інструмент виконання зобов'язань; відкривати філії (представництва) у країнах партнерів і розміщувати там своїх представників для вивчення поточної ситуації на місцях.

Валютний ризик, який є одним з найважливіших чинників міжнародної торгівлі, визначається як загроза втрат у результаті зміни курсів валют під час виконання контракту. Такий ризик виникає при змінах курсу валюти ціни відносно валюти платежу, тобто при зміні курсу в період між підписанням зовнішньоторговельного або кредитного контракту і здійсненням платежу за ним. У разі збігу валюти ціни і валюти платежу валютний ризик спричинюється зміною курсу валюти контракту порівняно з національною валютою контрагентів або з падінням купівельної спроможності валют.

Найчастіше експортерам та імпортерам слід остерігатися валютних ризиків при укладанні контрактів з відстрочкою платежу. При цьому виникає пряма залежність ступеню ризику від періоду відстрочки платежу.

Захиститися від валютних ризиків при підписанні контракту за допомогою таких засобів як валютні застереження. У міжнародній торгівлі розрізняють прямі, непрямі та багатовалютні застереження.

Зміст прямого валютного (одновалютного) застереження полягає у тому, що, за умови співпадіння валюти ціни та валюти платежу, ціна товару та вартість платежу ставляться в залежність від курсу іншої стабільної валюти (валюти застереження).

Різновидом прямого валютного застереження можна вважати багатовалютне застереження, зміст якої полягає у тому, що ціна та сума платежу ставляться у залежність не від однієї валюти, а від декількох валют (від їх середньоарифметичного курсу), так званого, кошика валют. При цьому щодо валютного ризику обидва контрагенти перебувають у рівних умовах.

Багатовалютні застереження мають такі переваги порівняно з одновалютними: зниження вірогідності різкої зміни суми платежу, забезпечення інтересів обох контрагентів угоди з погляду валютного ризику, оскільки включають валюти, що мають різний ступінь стабільності.

Непряме валютне застереження означає встановлення різних валют ціни і платежу і визначення курсу перерахунку валюти ціни в валюту платежу. В якості курсу перерахунку валюти ціни в валюту платежу зазвичай використовується ринковий курс на день платежу або на день, що передує до дня платежу.

Компромісним рішенням у питанні вибору валютних умов буде встановлення ціни у більш стійкій валюті, ніж валюта платежу (вигідно експортеру), із застосуванням курсу, який діє на день, що передує до дня платежу, в країні валюти платежу (вигідно імпортеру).

Крім валютних застережень застосовуються такі запобіжні засоби, як: страхування валютних ризиків за допомогою форвардних валютних угод з комерційними банками, хеджування, страхування валютних ризиків у страхових компаніях.

Засіб страхування валютних ризиків, який називається "випередження і відставання" (leads & lags) полягає в зміні термінів платежів. Його сутність полягає у достроковій оплаті товарів і послуг при очікуваному підвищенні курсу валюти платежу або, навпаки, затримки платежу при прогнозованому падінні її курсу.

Деякі підприємства, які укладають велику кількість міжнародних угод, з метою повного або часткового закриття відкритих валютних позицій одночасно підписують контракти на експорт та імпорт у тій самій валюті з приблизно рівними строками виконання, або укладаються контракти з використанням різних валют, курси яких змінюються в протилежних напрямках.

Враховуючи значну відстань між експортером та імпортером поставка товару займає більше часу, ніж при внутрішній торгівлі. При цьому виникає висока ймовірність виникнення транспортного ризику. Ступінь ризику зростає, коли при транспортуванні товару задіяні декілька транспортних компаній. В цьому випадку між експортером та імпортером постає дилема, оскільки експортер повинен отримати платіж якомога скоріше, але імпортер повинен бути впевнений у тому, що товари юридично належать йому і будуть отримані ним непошкодженими.

Транспортний ризик можна уникнути, підписавши відповідні угоди страхування. При цьому найважливішим видом транспортного страхування залишається морське.

Оскільки на діяльність банку впливає ціла низка таких чинників, як: навколишнє політичне та економічне середовище, конкуренція, акціонери, якість персоналу, технічне обладнання, тощо, виникає такий вид ризику як банківський, який пов'язаний з втратами, які можуть виникати через його недостатню фінансову надійність, неналежну організацію управління. З метою контролю за банківськими ризиками банки встановлюють нормативи та ліміти, які час від часу переглядаються, відстежують інформацію про фінансовий стан банків, постійно підвищують кваліфікацію співробітників.

Ризик передоплати влючає в себе небезпеку того, що імпортер, який заплатив аванс експортеру, не отримає або отримає, але у невідповідності зі встановленим порядком, зафіксований у контракті товар чи послугу. Цього ризику зазнає імпортер, але з метою його мінімізації або усунення йому може бути надана гарантія авансового платежу або резервний акредитив (розмір гарантії або резервного акредитива залежить від суми сплаченого авансу).

Ризик неплатежу виникає для експортера, якщо імпортер неспроможний або не бажає здійснити платіж за контрактом за товар, навіть якщо він прибув без ушкоджень. У випадку якщо експортер може встановити контроль за товаром, це може коштувати йому дуже дорого, щоб повернути товар назад. Альтернативний варіант продажу цього товару іншому покупцю означає продаж цього товару за зниженою ціною.

Ефективними заходами зі страхування ризику неплатежу є: перевірка інформації про ділового партнера: про його репутацію, кредитоспроможність, рівень менеджменту, загальний стан галузі промисловості, конкурентоспроможність товару; наполягання на виставленні на користь себе платіжної гарантії, авансової гарантії, резервного акредитива, перевіряючи при цьому надійність і міжнародний авторитет гаранта; включення до контракту умов, які передбачають застосування до платника штрафів у разі затримання оплати; використовувати такі методи розрахунків як передплата, акредитив, інкасо

Ризик невиконання контракту полягає в невиконанні сторонами умов контракту. При чому таке невиконання контракту може бути як зі сторони імпортера, так і зі сторони експортера. Для страхування ризику невиконання контракту підприємствам необхідно включати до контракту умови, що передбачають фінансову відповідальність сторін за його невиконання, а також активно застосовувати банківські гарантії виконання контрактних зобов'язань або резервні акредитиви.

Суверенний ризик виникає зовнішній торгівлі у випадку: неповернення займу урядової установи; неплатежу за товарами, які продані урядовій установі; дефолту уряду, який видав гарантію.

Засобами запобігання виникненню суверенного ризику є ті ж самі, що і для запобігання виникненню ризику країни.

Трансфертний ризик виникає у ситуації, коли імпортер бажає здійснити платіж, однак у зв'язку з валютними обмеженнями не може здійснити цей платіж в іноземній або твердій валюті.

Ризик посиленого регулювання з боку уряду виражається: у регулюванні валютного курсу Центральним банком країни та здійсненні валютного контролю. Ці методи використовуються урядом для контролю сум в іноземній валюті, що надходять або залишають країну; у застосуванні імпортних квот, тобто обмежень кількості певного товару, що може імпортуватися в країну; у накладенні торгових ембарго або занесення у "чорні списки", тобто імпорт або експорт товарів певних країн може бути заборонений урядом; у стягненні імпортного мита, тобто податків, що можуть встановлюватися урядом по відношенню до імпорту. Ці податки стягуються з експортера або імпортера в залежності від обраної умови постачання згідно Incoterms 2000 (International Commercial Terms, 01.01.2000).

Регулювання з боку уряду не можливо уникнути у міжнародній торгівлі, але контрагенти можуть, у крайньому разі, застрахуватися від цього ризику.

Ризик недостатнього знання законодавства, звичаїв та традицій іншої країни виникає, коли суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності не зовсім розуміють бізнес-традиції та методи своїх іноземних партнерів і не впевнені у тому, чи можуть вони розраховувати на виконання зобов'язань згідно домовленостей з партнерами. Керуючись Уніфікованими правилами і методами торгівлі, які розроблені Міжнародною торговельною палатою (МТП), можна уникнути цих проблем, проте не в усіх країнах прийняті та затверджені ці стандартизовані методи торгівлі.

Таким чином, при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності експортери та імпортери наражаються на численні ризики. Тому основною задачею суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності на стадії підписання контракту або здійснення розрахунків є передбачення та попередження зазначених вище ризиків. Розглянувши основні види ризиків у міжнародній торгівлі, необхідно ще раз підкреслити важливу роль по мінімізації цих ризиків. Як висновок, нижче наведені основні можливості щодо уникнення ризиків у міжнародній торгівлі, які є найбільш використовуваними та "універсальними" для усіх видів ризиків: прогнозування валютних курсів та хеджування валютних ризиків; використання послуг страхових компаній, банків, посередників (тобто страхування операцій, отримання гарантій банків та державних (урядових) гарантій, факторингові та форфейтингові операції тощо); дотримання Міжнародних правил тлумачення торгових термінів Incoterms 2000; дотримання вимог Уніфікованих правил, розроблених МТП; дотримання вимог національного законодавства та звичаїв країни.

Джерела та література

1. Международная торговля: финансовые операции, страхование и другие услуги: Пер. с англ. – К.: Торгово-издательское бюро ВНУ, 1994. – 480 с.
2. Міжнародні розрахунки та валютні операції: Навчальний посібник / О.І. Береславська, О.М. Наконечний, М.Г. Пясецька та ін.; За заг. ред. М.І. Савлука. – К.: КНЕУ, 2002. – 392 с.
3. Руденко Л.В. Міжнародні кредитно-розрахункові і валютні операції: Підручник. – Київ: ЦУЛ, 2003. – 616 с.
4. Якобс Р. Внешнеэкономические операции коммерческих банков. Модуль 1. Введение во внешнюю торговлю: Учебное пособие по специальному курсу. – Киев: Киевский государственный экономический университет. Украинская финансово-банковская школа, б/г. – 40 с.
5. O'Brien Vincent. International Trade and Finance: Advanced Training Programme. – London: European Bank for Reconstruction and Development, Programme Supported by The Government of Ireland and The Government of The United Kingdom, 2003.

Онищенко К.Н.

СОСТОЯНИЕ И НЕОБХОДИМОСТЬ ИНОСТРАННОГО ИНВЕСТИРОВАНИЯ В ПИЩЕВУЮ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ АВТОНОМНОЙ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ

Переходный период к становлению рыночных отношений в Украине болезненно сказался на уровне и эффективности