

УПРАВЛІННЯ КАТЕГОРІЄЮ КОМЕРЦІЙНИХ РИЗИКІВ В КОНТЕКСТІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

С.В. Сіробаба

Національний університет харчових технологій

В умовах розвитку ринкових відносин в Україні загострюється конкурентна боротьба за ринки збуту товарів між торговельними підприємствами, спостерігаються постійні зміни як у зовнішньому, так і у внутрішньому середовищі їх функціонування. Це сприяє підвищенню рівня невизначеності та ризику діяльності підприємств.

Підприємницький ризик є невід'ємним і обов'язковим складовим елементом підприємницької діяльності [3]. Його висока об'єктивна значимість, а також складність, специфіка формування і функціонування вітчизняних підприємств в ринкових умовах спричиняють надзвичайну актуальність проблеми вдосконалення управління саме комерційними ризиками, як одними з найголовніших видів ризику підприємницької діяльності.

Комерційний ризик – це ризик, що виникає внаслідок будь-яких видів діяльності, пов'язаних з виробництвом продукції, товарів, послуг, їх реалізацією, товарно-грошовими і фінансовими операціями, комерцією, здійсненням, соціально-економічних і науково-технічних проектів [1].

Об'єктом ризику називають економічну систему, ефективність та умови функціонування якої наперед точно невідомі.

Суб'єктом ризику розуміють особу, яка зацікавлена в наслідках керування об'єктом ризику і компетентна приймати рішення щодо об'єкта ризику. [1]

Основними причинами виникнення комерційного ризику є [2]:

- зниження обсягів реалізації внаслідок падіння попиту на товар, що виробляється або реалізується, витіснення його з ринку конкуруючими товарами;

- підвищення закупівельної ціни товару в процесі здійснення підприємницького проекту;

- непередбачуване зниження обсягів закупівель порівняно з прогнозованими, що зменшує масштаб усієї операції й збільшує витрати на одиницю об'єму реалізованого товару (за рахунок умовно постійних витрат);

- втрати товару;

- втрати якості товару при його транспортуванні та зберіганні, що призводить до зменшення його ціни;

- підвищення втрат реальної грошової виручки порівняно з прогнозованою її величиною в результаті непередбачених відрахувань, що призводить до зниження прибутку підприємства.

Комерційні ризики характерні для різних етапів товарно-грошових і торгово-обмінних операцій, відповідно до яких виокремлюють такі їх види [3]:

1. Маркетингові ризики виникають на етапі здійснення маркетингових досліджень.

2. Збутові ризики виникають безпосередньо на етапі реалізації виготовленої продукції (надання послуг) підприємством.

3. Ризики взаємодії з контрагентами і партнерами в процесі організації продажу продукції (надання послуг).

4. Ризики непередбаченої конкуренції, основним джерелом походження яких є невизначеність стратегії поведінки на ринку його суб'єктів.

Комерційна діяльність включає виконання великого комплексу взаємозалежних посередницьких та виробничих операцій, спрямованих на здійснення процесу купівлі-продажу товарів і надання послуг з метою одержання прибутку. Комерційна діяльність також є ризиковою, тобто дії учасників підприємництва в умовах ринкових відносин, конкуренції, функціонування всієї системи економічних законів не можуть бути з повною визначеністю розраховані. Обставини, що склалися, неоднозначність тенденцій економічного розвитку і нестабільність механізму ринкового регулювання змушують підприємства здійснювати діяльність, зв'язану з подоланням ризику та невизначеності [3].

Діяльність підприємця в області управління комерційними ризиками направлена на захист свого підприємства від дій цих ризиків, а також спонукає вирішення основної задачі підприємництва – в залежності від ситуації обрати із декількох проектів оптимальний, враховуючи при цьому, що чим прибутковіший є проект, тим вищим буде ступінь ризику. Управління ризиком – це

правильне розуміння ступеня ризику. Для підприємця важливо знати об'єктивну оцінку ризику, який чинить вплив на його діяльність. Тут неабияке значення відіграє перспективний аналіз ризику, який пов'язаний з плануванням діяльності в умовах ринкової економіки. Прогноз в якійсь мірі носить імовірний характер, тому чим точніше буде здійснений аналіз ризику при прогнозуванні, тим точнішою буде оцінка перспектив і правильності прийняття управлінських рішень.

Слід також зазначити, що управління ризиками повинне передбачати системний підхід, який означає охоплення управління ризиком горизонтальних і вертикальних ієрархічних рівнів організації, взаємозв'язок усіх управлінських елементів підприємницького ризику. Найчастіше застосовують методи відхилення від ризику, тобто уникнення ризику, відмови від негативних параметрів, страхування своїх дій чи пошуку гарантій, цілком перекладаючи на них свій ризик [2].

ЛІТЕРАТУРА:

1. Апопій, В.В. Комерційна діяльність : Підручник / Апопій В.В., Бабенко С.Г., Гончарук Я.А. [та ін.] ; За ред. Апопія В.В. – К. : Знання 2008. – 558 с.

2. Жарлінська Р.Г. Комерційний ризик та його наслідки [Електронний ресурс] / Р.Г. Жарлінська, О.В. Лісницька. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/26_OINXXI_2009/Economics/52690.doc.htm.

3. Клочкова, Н.В. Комерційний ризик як важлива складова підприємницького ризику [Електронний ресурс] / Клочкова Н.В. – Режим доступу : <http://intkonf.org/klochkova-nv-komertsyiny-rizik-yak-vazhлива-skladova-pidpriemnitskogo-riziku>.