

НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ КОМЕРЦІЙНИМ РИЗИКОМ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Проаналізовано та обґрунтовано концептуальні засади формування інформаційно-аналітичного забезпечення управління комерційним ризиком торговельного підприємства.

Ключові слова: комерційний ризик, управління, аналітичне забезпечення.

Udud I.

INFORMATIVELY - ANALYTICAL PROVIDING OF ENTERPRISE COMMERCIAL RISK MANAGEMENT IMPROVEMENT

Conceptual principles of informational and analitic methodology forming of commercial risk in trade enterprise management are analysed.

Keywords: commercial risk, management, analytical providing.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими і практичними завданнями. Ризики реалізації продукції та збільшення витрат комерційної діяльності посилюються в умовах інтеграції держави у глобальний та європейський економічний простір, інтенсивного розвитку і посилення відкритості внутрішнього ринку, міжнародної конкуренції, застосування єдиних для всіх суб'єктів конкурентної боротьби принципів, правил і норм, що може спричинити істотні негативні наслідки для тих суб'єктів господарювання, які не виробили власної стратегії і політики управління комерційним ризиком. Це вимагає поглиблення теоретичних і практичних доробок щодо управління комерційним ризиком торговельного підприємства.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Процес інформаційно-аналітичного забезпечення управління комерційним ризиком вивчали такі вітчизняні та зарубіжні науковці, як В. В. Вітлінський, В. М. Гранатурова, О. І. Ястремський, А. Д. Штефаніч, О. Л. Устенко, В. В. Глущенко, Л. А. Гришко,

А. Т. Альгіна, Г. Б. Клейнер, І. Т. Балабанова, Є. А. Уткіна, В. В. Черкасова, Г. В. Чернова, Дж. Мілль, А. Маршалл, Дж. М. Кейнс, Й. Шумпетер, Ф. Найт, Дж. фон Нейман, Г. Марковіц, Д. Тобіна, М. Фрідмен, У. Шарп, К. Ерроу та ін.

Мета статті. Виявити та обґрунтувати особливості напрямів удосконалення інформаційно-аналітичного забезпечення управління комерційним ризиком торговельного підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Невід'ємною ознакою підприємницької діяльності є ризик, оскільки прийняття рішень відбувається в умовах невизначеності та неможливості точного передбачення їх кінцевих економічних результатів. Серед економічних ризиків на результати діяльності торговельного підприємства істотно впливає комерційний ризик, настання якого призводить до ускладнення та фінансових втрат при проходженні етапів торговельного процесу і посередництва загалом. Торгівля як посередницька ланка між сферами виробництва і споживання в умовах нестабільності чи не найбільш гостро

піддається негативному впливу комерційних ризиків втрати фінансових ресурсів, товарних запасів та інших матеріальних і нематеріальних активів, несутимності комерційних партнерів, їх неплатоспроможності.

Проте, нестабільність соціально-економічного розвитку України, його залежність від глобальної фінансово-економічної стійкості, низький рівень фінансово-економічної безпеки підприємницького сектора в торгівлі та невисоки значення показників фінансово-економічного стану підприємств торгівлі, зменшення кількості об'єктів роздрібно-торговельної мережі, малі обсяги внутрішнього виробництва непродовольчих товарів, значна частка тінювого та необлікованого секторі ринку актуалізують проблему передбачення та мінімізації негативного впливу комерційного ризику, обгрун-

вах, вивчення їх особливостей та джерел виникнення.

Існуючі, певною мірою класичні, підходи та методики щодо розв'язання окремих проблемних аспектів ризик-менеджменту не дають змоги науково узагальнити та практично вирішити зазначені завдання. Все це вимагає удосконалення механізму управління економічними ризиками торговельного підприємства.

Критичний огляд концептуальних засад методології оцінки ризику, наявних в економічній літературі [2;4;7;8] та узагальнення теоретико-прикладних засад комерційного ризику підприємств торгівлі в сучасних умовах розвитку внутрішнього ринку дозволяють сформулювати певну сукупність методів оцінки рівня комерційного ризику та особливостей їх застосування (таблиця 1).

Таблиця 1

Структуризація методів оцінки комерційного ризику торговельного підприємства за складовими комерційного ризику

Складові комерційного ризику	Методи, які доцільно застосовувати	Особливості застосування методів оцінки
Ризик не реалізації продукції	Аналіз чутливості	Для визначення рівня впливу кожного з ймовірних зовнішніх і внутрішніх факторів на обсяги реалізації товарів
	Поєднання методу аналізу сценаріїв та аналізу індикативних обмежень обсягів діяльності	З метою побудови декількох сценаріїв ймовірних обсягів доходу підприємства (з використанням аналізу сценаріїв) та оцінки міри відхилення оптимістичного, ймовірного (планового), песимістичного та інших варіантів доходу у плановому періоді від доходу у точках беззбитковості, мінімальної рентабельності, ресурсозабезпеченого доходу
	Теорії та моделі корисності	Врахування функції корисності, яку одержує суб'єкт від споживання продукції та процесу її придбання
Ризик втрат при транспортуванні товарів та прийманні продукції покупцем	Методи оцінки ризику у відносному вираженні (коефіцієнт сподіваних збитків)	За базу визначення величини ризику приймається відношення втрат активів і товарів до вартості основних фондів, оборотних активів та витрат торговельного підприємства на транспортування і приймання продукції покупцем
Ризик неплатоспроможності покупців	Методи оцінки ризику у відносному вираженні (коефіцієнти сподіваних збитків, чутливості бета)	Основою оцінки ризику є сумарне співвідношення можливих збитків підприємства внаслідок погіршення фінансового стану (банкрутства) його дебіторів та очікуваних доходів (прибутків) від співпраці з ними
Ризик форсмажорних обставин в комерційній діяльності	Класичні спрощені підходи до кількісної оцінки ризику	Ризик визначається як добуток ймовірності настання форсмажорних наслідків та величини цих наслідків
Ризик збільшення витрат комерційної діяльності	Метод побудови «дерева сценаріїв»	Для моделювання ризику при прийнятті управлінських рішень у комерційній діяльності, які залежать від рішень прийнятих раніше та водночас визначають сценарії подальшого розвитку подій
	Аналіз чутливості	Для визначення рівня впливу кожного з ймовірних зовнішніх і внутрішніх факторів на витрати комерційної діяльності

тування більш сучасних та адекватних методологічних основ оцінки і управління економічними ризиками торговельного підприємства в таких умо-

Зрозуміло, що кожен суб'єкт господарської діяльності в торгівлі залежно від організаційно-фінансових можливостей може приймати особисті

рішення щодо обрання того, чи іншого об'єктивного або суб'єктивного методу кількісної чи якісної оцінки рівня комерційного ризику та його видів. Проте, диференціація методів аналізу дозволяє оптимізувати фінансові витрати та підвищити ефективність процедури оцінки ризику. Тому, на нашу думку, найбільш прийнятним для комерційного ризик-аналізу є власне комплексний підхід, який передбачає врахування широкого спектру методів оцінки ризику, проте на вибірковій цільовій основі структуровано за структурними складовими комерційного ризику.

Потрібно зазначити, що аналіз чутливості є одним з найбільш простих способів оцінки рівня ризику, який найбільш часто застосовується на практиці. Його мета полягає у визначенні впливу кожного з факторів на результат діяльності суб'єкта господарювання. Цей метод найчастіше й використовують при оцінці рівня впливу ймовірних зовнішніх і внутрішніх факторів на обсяги реалізації підприємством продукції, а також на витрати підприємства.

Враховуючи, що при оцінці ризиків втрат при транспортуванні, а також приймання продукції покупцем більш прикладний характер для дослідника має встановлення ймовірних фінансових втрат для підприємства, аніж визначення частоти, з якою можуть реалізуватися вказані комерційні ризики, найбільш прийнятним при їх оцінюванні визначимо методи оцінки ризику у відносному вираженні, зокрема з використанням коефіцієнта сподіваних збитків. При цьому за базу визначення величини ризику пропонуємо приймати відношення втрат активів і товарів до вартості основних фондів, оборотних активів та витрат торговельного підприємства на транспортування та приймання продукції покупцем.

Оскільки ризик форс-мажорних обставин в комерційній діяльності важко охарактеризувати суб'єктивно, а ймовірність його настання корелює з дуже малою кількістю чинників, вважаємо, що при оцінюванні цього виду комерційного ризику найбільш доцільно використовувати класичні спрощені підходи до кількісної оцінки ризику. Рівень ризику може бути розрахований як добуток ймовірності настання форс-мажорних наслідків та величини цих наслідків.

З метою конкретизації виникнення комерційного ризику, який пов'язаний з ймовірною втратою ресурсів підприємства, можна надати класифікацію ризику з урахуванням причин виникнення та рівня необхідності приймати певне управлінське рішення. В залежності від причин виникнення ризику виділимо ризик нерациональної витрати ресурсів; ризик, пов'язаний з негативним впливом ризикової ситуації на наявні ресурси; ризик недостатності ресурсів для одержання ефективних результатів фінансово-господарської діяльності торговельного підприємства. Відповідно до рівня необхідності прийняття рішення з управління ресурсами комерційний ризик поділимо на ризик, який необхідно прийняти підприємству з метою продовження успішної господарської діяльності, ризик припустимий та неприпустимий.

Окремим важливим завданням щодо недопущення втрат ресурсів торговельного підприємства в умовах дії комерційних ризиків є виявлення оптимального забезпечення та розподілу ресурсів. Для цього може використовувати модель оптимального розподілу ресурсів (R), що дає можливість враховувати найменшу середню втрату ресурсів, пов'язану з їх нерациональним розподілом та втраченою в умовах ризику:

$$R = \sum_{j=1}^m P_j - \sum_{i=1}^n q_i x_i \rightarrow \max_{\{x_i\}} \quad (1)$$

$$\sum_{j=1}^r q_j x_j \leq D_i \quad (i = \overline{1, I}); \quad (2)$$

$$\underline{b}_j < P_j < \bar{b}_j \quad (j = \overline{1, r}); \quad (3)$$

де: P_j - обсяг доходу підприємства від j -ї складової комерційної діяльності (або функціонального підрозділу), грн; x_i - витрати i -го виду ресурсу, грн; D_i - бюджет підприємства з i -го виду ресурсу, грн; m - кількість складових комерційної діяльності (або функціональних підрозділів); n - кількість ресурсів, які використовує підприємство; \bar{b}_j і \underline{b}_j - межі області припущених значень ресурсів.

Вибір оптимальної функції розподілу ресурсів може визначатися синтетичним показником:

$$J = \sum_{i=1}^r \alpha_i x_i, \quad 0 < \alpha_i < 1 \quad \text{і} \quad \sum_{i=1}^r \alpha_i = 1, \quad \text{який залежить від комбінації поєднання використовуваних ресурсів.}$$

Так, найбільш істотними тенденціями (з огляду на зміни ринкового конкурентного середовища та через це - вплив на результати діяльності вітчизняних підприємств торгівлі) є зміни в структурі роздрібного товарообороту (зокрема, збільшення електронної комерції та обсягів реалізації продукції через супер- і гіпермаркети, зменшення продаж у традиційних крамницях, суттєве зменшення збуту товарів на ринках), посилення рівня монополізації сектору крупноформатних об'єктів торгівлі внаслідок об'єднання та поглинання підприємств, а також зміни в асортиментній структурі товарообороту.

Разом з тим головною тенденцією (чим, власне, вказані зміни й супроводжуються) є зменшення кількості об'єктів торгівлі, що є характерним на сьогодні для внутрішнього ринку України. Це є проявом посилення конкуренції, а також появою нових великих об'єктів торгівлі і дає підстави стверджувати про поступове наближення базових параметрів розвитку торгівлі в Україні до характеристик розвинених країн світу, у т. ч. країн ЄС. Так, кількість підприємств роздрібною торгівлі в Україні за період 2000 - 2008 рр. зменшилася майже на 30 %, об'єктів торгівлі - на 33 % (у т. ч. магазинів - на понад 35 %). Водночас кількість універсамів, супер- та гіпермаркетів щороку збільшується (на понад 10 %).

Зауважимо, що закономірність, а також істотні внаслідок описаних тенденцій зміни обумовлюють доволі радикальні дії з боку суб'єктів торгівлі. Йдеться здебільшого про внесення коригувань в конкурентну стратегію підприємств (агресивний поступальний розвиток або звуження та спеціалізація, або диверсифікація діяльності); посилення їх кооперації з виробниками чи постачальниками продукції, навіть конкурентами; активне інвестування фінансових ресурсів у розвиток мережі і т. ін.

Щодо ринків, то в умовах збільшення обсягів реалізації продукції в мережі супер- і гіпермаркетів, цим суб'єктам торгівлі необхідно активізувати співпрацю та створювати спільні з виробниками продукції логістично-зберігальні центри, залучити інвестиційні ресурси та спрямувати їх на модернізацію техніко-технологічної бази системи заготівель продукції.

Ще однією тенденцією недостатньо контрольованого процесу розвитку внутрішнього ринку України є ймовірне посилення монополізації мережі супермаркетів внаслідок об'єднання підприємств. Для інших підприємств торгівлі такі зміни можуть призвести до збільшення ймовірності реалізації таких комерційних ризиків, як монополізація сфери виробництва і розподілу товарів, погіршення конкурентних позицій та збільшення ризиків не реалізації продукції, збільшення витрат комерційної діяльності тощо. В таких умовах превентивним заходом для супер- та гіпермаркетів варто визначити підвищення конкурентоспроможності та забезпечення вищої економічної ефективності їх діяльності за рахунок оптимізації комерційних витрат, а також створення єдиних логістичних центрів для придбання продукції безпосередньо у виробників та імпортерів. Підприємствам роздрібно торгівлі доцільно забезпечити структурний розвиток мережі невеликих спеціалізованих об'єктів, а підприємствам оптової торгівлі – збільшити обсяги інвестування у створення та розвиток власних крупноформатних об'єктів торгівлі.

Як засвідчує досвід розвитку внутрішнього ринку багатьох країн ЄС по мірі покращення платоспроможності населення, збільшення обсягів внутрішнього попиту, а також підвищення рівня відкритості економіки активізується діяльність провідних закордонних підприємств торгівлі, що планують вийти на нові для себе перспективні ринки. Частіше це відбувається не за рахунок будівництва нових об'єктів, а через придбання активів або діючих підприємств. Характер виходу на ринок крупних фінансово спроможних суб'єктів торгівлі, як правило, агресивний, з належною маркетинговою підтримкою, що дозволяє їм у відносно невеликий проміжок часу витіснити з ринку (або його окремого сегменту) менш конкурентоспроможні підприємства та, захопивши значні ринкові позиції, істотно зменшити обсяги діяльності інших конкурентів. Вказане посилює ризики не реалізації продукції та можливого збільшення витрат комерційної діяльності.

Протягом останніх років об'єктивною тенденцією розвитку торгівлі, причому характерною для більшості розвинених країн світу, є збільшення обсягів реалізації продукції через мережу електронної комерції, що є закономірним, оскільки дозволяє істотно зменшити як витрати комерційної діяльності підприємств торгівлі, так і втрати часу споживача на пошук товару, його вибір та здійснення процесу придбання. Незважаючи на ці переваги, в Україні електронна комерція розвивається поступово, в силу особливостей ментальності населення не такими темпами, як в багатьох країнах світу.

Важливим аспектом аналізованої проблеми є також те, що європейська економічна інтеграція надає нові можливості для України та її підприємств. Проте інтеграція держави у глобальний та європейський економічний простір може спричинити істотні негативні наслідки для тих суб'єктів господарювання, які не виробили власної стратегії розвитку та захисту від зовнішніх викликів. Особливо важливим це завдання є в умовах відкритої міжнародної конкуренції, впливу наддержавних систем багатостороннього регулювання, зокрема СОТ, застосування єдиних для всіх суб'єктів конкурентної боротьби принципів, правил і норм.

Висновки. Процес управління комерційним ризиком торговельного підприємства доцільно розглядати у вигляді розгорнутої системи, яка включає об'єкти і суб'єкти (апарат управління підприємством та зовнішні інституції), механізм (правові норми, методи, заходи, засоби, спонукальні мотиви та стимули) і політику управління ризиком (з визначеними цілями, функціями та напрямками політики) та відповідає вимогам комплексності, безперервності, законності, плановості, економічності, взаємодії, конфіденційності, компетентності.

Обґрунтування інформаційно-аналітичного забезпечення системи комерційного ризик-менеджменту торговельного підприємства стосується визначення методів кількісної та якісної оцінки рівня ризику, встановлення методичного забезпечення об'єктного підходу впливу комерційного ризику, моніторингу і врахування сучасних тенденцій розвитку внутрішнього ринку та торгівлі, у т. ч. із урахуванням підвищення рівня відкритості економіки.

Подальші наукові дослідження в аналізованій сфері мають стосуватися визначення стратегії і тактичних засобів нейтралізації комерційного ризику.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Вербицька Г. Л. Методичні основи оцінки економічного ризику в діяльності підприємств: автореф. дис... канд. екон. наук: 08.06.01 [Електронний ресурс] / Г. Л. Вербицька; Нац. трансп. ун-т. — К., 2005. — 19 с.
2. Вітлінський В. Ризик у менеджменті / В. Вітлінський, С. Наконечний. — К., 1996.
3. Грабчук О. М. Фінансово-економічний механізм ризик-менеджменту підприємства: автореф. дис... канд. екон. наук: 08.04.01 [Електронний

ресурс] / О.М. Грабчук; Н.-д. фінанс. ін-т при М-ві фінансів України. — К., 2006. — 20 с.

4. Донець Л. І. Економічні ризики та методи їх вимірювання: навч. посібник / Л. І. Донець. — К.: Центр навчальної літератури, 2006.

5. Коваленко Ю. О. Механізм адаптації підприємств до ризику : автореф. дис... канд. екон. наук: 08.06.01 [Електронний ресурс] / Ю. О. Коваленко; Східноукр. нац. ун-т ім. В. Даля. — Луганськ, 2003. — 18 с.

6. Комлев Н. Г. Словарь иностранных слов / Н. Г. Комлев.- М.: Яксмо-прес, 1999. — 672 с.

7. Маловичко А. С. Економічний ризик: його сутність, властивості та причини виникнення / А. С. Маловичко; Торгівля і ринок України. Зб. наук. пр. — Донецьк: ДонДУЕТ, 2004. — Вип. 16, т. II. — С. 458-466.

8. Чернова Г. В. Практика управління ризиками на рівні підприємства / Г. В. Чернова. — СПб: ПИТЕР, 2000.