

УДК 655.4+331.461

Г. П. Грет

*Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут»*

КОМЕРЦІЙНИЙ РИЗИК У ДІЯЛЬНОСТІ КНИГОТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

В умовах ринку діяльність книготорговельних підприємств неможлива без ризиків. Висвітлюється суть комерційного ризику, подається класифікація комерційних ризиків, причини їх виникнення. Розглядаються методи визначення ступеня ризику. Пропонуються шляхи зменшення ступеня комерційного ризику.

Комерційний ризик, рентабельність, експертна оцінка, аналіз, книготорговельне підприємство

Ризики стали невід'ємною частиною економічних відносин господарського механізму, який побудований згідно з принципами ринку, тобто вони є характерною рисою усіх аспектів діяльності книготорговельного підприємства: збутового, фінансового, організаційно-управлінського.

Планово-централізована економіка не знала поняття «ризик». Лише наприкінці 80–початку 90-х рр. до нього з'явився інтерес у зв'язку з виникненням кооперативів у видавничій галузі, оскільки в умовах переходу до ринку прийняті рішення завжди підпорядковуються дії об'єктивно наявної і непереборної невизначеності. Стосовно книговидання і книгопоширення чинник невизначеності може призвести до затримки настання запланованої дії, змінити її зміст чи кількісну оцінку. Небажаний розвиток подій може бути передбаченим, а може бути і несподіваним. У підсумку запланована мета, заради якої приймаються рішення, навряд чи буде досягнута. Саме відхилення від мети можна розцінювати як розбіжність фактично отриманого результату із запланованим рішенням.

Вивчення причин виникнення ризиків у книготорговельній діяльності і методів попередження можливих негативних наслідків, які, значною мірою, впливають на фінансові результати господарської діяльності підприємства, зумовило потребу у створенні відповідних механізмів управління ними. Отож актуальним є визначення характерних ознак ризику, його видів, розробка методичного забезпечення оцінки ризиків, диференційований підхід до оцінки ситуації, що складається у книготорговельному бізнесі і пов'язана з ризиком.

У світовій економічній літературі найповніше економічне тлумачення поняттю «ризик» дав Дж. Кейнс, він же зробив спробу його класифікації. Надалі інші вчені (Д. Аткинсон, А. Маршалл, А. Пігу, У. Роувед, Н. Фатер) не тільки розвивали ідеї Кейнса, але і розробили комплексний підхід до оцінки ризику [4].

У теорію ризику значний внесок зробили такі зарубіжні та вітчизняні вчені як В. Буянов, П. Верченко, В. Вітлінський, В. Гранатуров, Б. Койлі, В. Кочетков, А. Матвійчук, С. Наконечний, Б. Райзберг, Т. Райс, Л. Севідж, О. Устенко, М. Фрідмен, Й. Шумпетер, О. Ястремський та ін.

Значна частина спеціальних робіт присвячена теоретичним дослідженням та розробкам методів вимірювання рівня ризику у банківській діяльності, у галузі фінансів, страхування та інвестицій. Проте відчувається дефіцит робіт, які присвячені питанням комерційного ризику у книготорговельних підприємствах. Окремі і несистематизовані переклади іноземних авторів мало сприяють виправленню цієї ситуації.

Незважаючи на значну кількість публікацій, які присвячені проблематиці економічних ризиків, у літературі не отримали належного висвітлення особливості управління ними у різних галузях економіки, зокрема у книжковій торгівлі, де рівень ризиків доволі великий.

Виникає об'єктивна потреба дослідження комерційного ризику як економічної категорії, на базі якого може бути розроблена система управління комерційним ризиком у книжковій торгівлі.

Під ризиком розуміється можлива небезпека втрат, що впливає зі специфіки тих або інших явищ природи й видів діяльності людського суспільства. Ризик — це історична й економічна категорія.

Як історична категорія, ризик — це усвідомлена людиною можлива небезпека. Вона свідчить про те, що ризик історично пов'язаний із суспільним розвитком.

Розвиток суспільства відповідно до культурно-історичної періодизації, розробленої Ф. Енгельсом і Л. Морганом, пройшло три епохи: дикість, варварство, цивілізацію, кожна з яких, своєю чергою, складається з трьох етапів: нижчого, середнього, вищого [4].

Ризик як історична категорія виник на нижчому етапі цивілізації з появою в людини почуття страху перед смертю.

З розвитком цивілізації з'являються товарно-грошові відносини й ризик стає економічною категорією.

Як економічна категорія ризик — це подія, що може відбутись або не відбутись. При її здійсненні можливі три економічні результати: негативний (програш, збиток, втрата), нульовий, позитивний (виграш, вигода, прибуток).

Ризиком можна керувати, тобто використовувати різні заходи, що дозволяють певною мірою прогнозувати настання ризикової події і вживати заходів щодо зниження ступеня ризику.

У книготорговельній галузі поняття «ризик» означає ймовірність, а точніше, загрозу втрати книготорговцем чи посередником частини своїх книжкових ресурсів, недоотримання доходів чи здобуття додаткових витрат у результаті вибору торговельного партнера. Втрати розуміються як невизначене зниження прибутку, як узагальнюючий показник дії ризиків (він сполучив у собі всі такі властивості економічних категорій, як корисність і збитки).

Комерційний ризик — це здатність до здійснення господарської діяльності в умовах невизначеності та необхідності вибору, що створює можливість завдяки особливим рисам комерсанта попереджати, запобігати та зменшувати несприятливий вплив невизначеності на результати господарської діяльності і при виборі оптимального рішення з певної кількості альтернативних, отримувати в цих умовах дохід.

Виступаючи на книжковому ринку, книготорговельне підприємство часто має справу з невизначеністю і, як наслідок, випробовує на собі вплив різних видів ризиків. Його діяльність завжди пов'язана з невизначеністю на різних етапах розвитку. Наявність невизначеності, іншими словами, ймовірного характеру подій, пов'язаних з функціонуванням всіх елементів ринку, обумовлює виникнення ризиків, без обліку яких неможливе функціонування книготорговельної фірми.

Наявність ризику є потужним стимулом підвищення відповідальності за прийняття комерційних рішень.

Комерційний ризик виникає під час реалізації закуплених підприємцем товарів і надання послуг.

Комерційний ризик виникає як наслідок :

непередбачених економічних і політичних подій, які призводять до негативних наслідків;

ризикованої угоди;

діяльності конкурентів у галузі виробництва чи реалізації;

знищення, зіпсування товарів при транспортуванні;

нечесності і недобросовісного відношення працівників.

Ефективність організації керування ризиком багато в чому визначається класифікацією ризику.

Під класифікацією ризику слід розуміти розподіл ризику на конкретні групи за певними ознаками для досягнення поставлених цілей. Вона створює можливості для ефективного застосування відповідних методів, прийомів керування ризиком.

За структурною ознакою комерційні ризики поділяться на майнові, виробничі, торговельні, фінансові.

Майнові ризики — це ризики, пов'язані з ймовірністю втрат майна комерсанта через крадіжки, недбалість персоналу, проблеми технічної і технологічної систем тощо.

Торговельні ризики — це ризики, пов'язані зі збитками через затримки платежів, відмови від платежу в період транспортування товару, непостачання товару, збільшення логістичних витрат тощо.

Фінансові ризики пов'язані з ймовірністю втрат фінансових ресурсів. До фінансових ризиків належать: ризики, пов'язані з купівельною спроможністю грошей, і ризики, пов'язані із вкладенням капіталу (інвестиційні ризики).

За ступенем допустимості комерційні ризики поділяються на допустимий ризик, що пов'язаний з ймовірністю втрати частини прибутку, критичний —

ймовірні втрати доходів загалом і катастрофічний ризик — можливість банкрутства.

За тривалістю дії розрізняються — тимчасовий або постійний ризик. За сферою виникнення — зовнішній або внутрішній ризик. За можливістю страхування — страховий або нестраховий ризик. За стадіями прийняття рішень — на стадії прийняття, на стадії реалізації.

За джерелами виникнення збутові ризики поділяються на ризики:

- недостатньо вивченої сегментації книжкового ринку;
- неправильно обраного цільового сегмента книжкового ринку;
- помилкового вибору стратегії продажу книжкового видання;
- неадекватних результатів маркетингових досліджень, отриманих через неправильний методичний підхід;
- помилкового ціноутворення;
- помилкової стратегії збуту і просування книжкових товарів.

У зв'язку з непередбаченою конкуренцією виокремлюються ризики:

- появи на вже освоєному сегменті книжкового ринку продавців-конкурентів;
- зародження нових книготорговельних підприємств, здатних суттєво змінити ринкову кон'юнктуру;
- виходу на ринок нових торговельних структур, що мають диверсифікаційний характер діяльності, через що книжкова продукція характеризується низьким рівнем собівартості;
- конкуренції з боку абсолютних аналогів книжкових видань, що мають високий рівень поліграфічного виконання;
- експансії на український книжковий ринок з боку російських видавців.

Для визначення ступеня ризику використовують статистичний і експертний методи.

В основі статистичного методу лежать прийоми математичної статистики: розрахунок варіації, дисперсія, стандартні відхилення. За основу беруть суму прибутку та інвестицій і обчислюють показники рентабельності.

$$\text{Рентабельність} = \text{сума прибутку} / \text{сума витрат обігу} * 100\% ,$$

$$\text{Рентабельність} = \text{сума прибутку} / \text{сума інвестицій} * 100\% .$$

Статистичний метод є відносно точний, але потребує багато ретроспективної інформації, значних розрахунків і не враховує різних змін в інвестиційній політиці та впливу зовнішніх чинників. Він є найефективнішим в умовах стабільності і потребує математичного апарата.

Математичний апарат для вибору стратегії в конфліктних ситуаціях дає теорія ігор. Теорія ігор дозволяє підприємцеві або менеджеру книготорговельного підприємства краще розуміти конкурентну ситуацію і звести до мінімуму ступінь ризику. Аналіз за допомогою прийомів теорії ігор спонукає коменсанта розглядати всі можливі альтернативи як своїх дій, так і стратегії партнерів, конкурентів [1].

Керівник книгарні «Books» хоче закупити книжкову продукцію аналогічної тематики у видавництва «Фоліо» (захід А) та «Аконіт» (захід Б). Встановлено, що при вкладенні капіталу в захід А одержання прибутку в сумі 25 тис. грн має ймовірність 0,6, а в захід Б одержання прибутку в сумі 30 тис. грн має ймовірність 0,4, тоді очікуване одержання прибутку від вкладення капіталу (тобто математичне очікування) становитиме: по заходу А — 15 тис. грн ($25 \times 0,6$); по заходу Б — 12 тис. грн ($30 \times 0,4$).

З цих розрахунків можна дійти висновку, що захід А більш прийнятний для книгарні «Books».

Ймовірність настання події може бути визначена об'єктивним або суб'єктивним методом [2].

Об'єктивний метод визначення ймовірності заснований на обчисленні частоти, з якою відбувається дана подія. Якщо відомо, що при вкладенні капіталу у захід А прибуток у сумі 25 тис. грн, був отриманий у 120 випадках з 200, то ймовірність отримання такого прибутку становить 0,6 ($120 : 200$); у захід Б — відповідно 0,4 ($80 : 200$).

Суб'єктивний метод визначення ймовірності ґрунтується на використанні суб'єктивних критеріїв, які базуються на різних припущеннях, до яких належать: оцінка експерта, його особистий досвід, думка фінансового консультанта тощо. Якщо ймовірність визначається суб'єктивно, то різні люди можуть встановлювати різне її значення для тієї ж самої події й робити кожен свій вибір. Важливе місце при цьому займає спосіб експертної оцінки, тобто проведення експертизи, обробка й використання його результатів при обґрунтуванні значення ймовірності.

Спосіб експертної оцінки — це комплекс логічних і математико-статистичних методів і процедур, пов'язаних з діяльністю експерта з переробки необхідної для аналізу й прийняття рішень інформації. Прийом експертної оцінки засновано на використанні здатності фахівця (його знань, уміння, досвіду, інтуїції тощо) знаходити потрібне, найефективніше рішення. Величина ризику (ступінь ризику) вимірюється двома критеріями:

- а) середнє очікуване значення;
- б) коливання (мінливість) можливого результату.

Середнє очікуване значення — це те значення величини події, що пов'язане з невизначеною ситуацією. Середнє очікуване значення є середньозваженим для всіх можливих результатів, де ймовірність кожного результату використовується як частота або вага відповідного значення. Середнє очікуване значення вимірює результат, що ми очікуємо в середньому [2]. Якщо відомо, що при вкладенні капіталу книгарні «Books» в захід А з 120 випадків прибуток 25 тис. грн був отриманий у 48 випадках (ймовірність 0,4), прибуток 20 тис. грн — у 36 випадках (ймовірність 0,3) і прибуток 30 тис. грн. — в 36 випадках (ймовірність 0,3), то середнє очікуване значення становитиме 25 тис. грн ($25 \times 0,4 + 20 \times 0,3 + 30 \times 0,3$).

Експертний метод використовується для усунення недоліків, ба-

зується на експертних оцінках ризику. Передбачає наявність експерта або їх групи.

Експерти виокремлюють малоімовірні, ймовірні, випадкові групи чинників ризику.

Аналогічно було знайдено, що при вкладенні капіталу книготорговельного підприємства «Books» в захід Б середній прибуток становив 30 тис. грн ($40 \times 0,3 + 30 \times 0,5 + 15 \times 0,2$). Порівнюючи дві суми очікуваного прибутку при вкладенні капіталу в заходи А і Б, можна дійти висновку, що при вкладенні в захід А величина отриманого прибутку коливається від 20 до 30 тис. грн і середня величина становить 25 тис. грн; при вкладенні капіталу в захід Б величина отриманого прибутку коливається від 15 до 40 тис. грн і середня величина становить 30 тис. грн. Середня величина — узагальнена кількісна характеристика, яка не дозволяє вирішувати на користь якого-небудь варіанта вкладення капіталу.

Для остаточного ухвалення рішення необхідно виміряти коливання показників, тобто визначити міру коливань можливого результату. Коливання можливого результату — це ступінь відхилення очікуваного значення від середньої величини. Для цього на практиці звичайно застосовують два близько пов'язаних критерії: дисперсія й середнє квадратичне відхилення [3]. Дисперсія — це середнє зважене із квадратів відхилень дійсних результатів від середніх очікуваних

$$\sigma^2 = \frac{\sum (x - \bar{x})^2 p}{\sum p}, \quad (1)$$

де σ^2 — дисперсія, x — очікуване значення для кожного випадку спостереження, \bar{x} — середнє очікуване значення, p — число випадків спостереження (частота).

Середнє квадратичне відхилення визначається за формулою:

$$\sigma = \frac{\sqrt{\sum (x - \bar{x})^2 p}}{\sum p}, \quad (2)$$

де \bar{x} — середнє квадратичне відхилення.

Середнє квадратичне відхилення є іменованою величиною і вказується в тих же одиницях, у яких вимірюється ознака, що варіює. Дисперсія й середнє квадратичне відхилення є мірами абсолютного коливання.

Для аналізу звичайно застосовують коефіцієнт варіації, що є відношенням середнього квадратичного відхилення до середньої арифметичної і показує ступінь відхилення отриманих значень [3]

$$V = \frac{\pm \sigma}{\bar{x}} \times 100\%, \quad (3)$$

де V — коефіцієнт варіації, %, σ — середнє квадратичне відхилення, \bar{x} — середнє очікуване значення.

Коефіцієнт варіації — відносна величина. Отож на його розмір не впливають абсолютні значення досліджуваного показника. Коефіцієнтом варіації можна порівнювати навіть коливаність ознак, виражених у різних одиницях виміру. Коефіцієнт варіації може змінюватися від 0 до 100%.

Що більшим є коефіцієнт, то сильнішим буде коливання. Встановлено таку якісну оцінку різних значень коефіцієнта варіації:

до 10% — слабе коливання;

10–25% — помірне коливання;

понад 25% — високе коливання.

Для забезпечення зменшення ступеня комерційного ризику доцільно :

здійснити пошук комерційних партнерів з достатніми фінансовими ресурсами і тими, що мають інформацію про стан ринку;

звернутися за послугами до зовнішніх незалежних консультантів-експертів;

створити спеціальний резервний фонд для самострахування за рахунок чистих прибутків;

передати частину ризику іншим особам, підприємствам, організаціям за рахунок страхування власного бізнесу:

хеджування-створення зустрічних умов та вимог і зобов'язань валютного комерційного або кредитного характеру.

1. Барчук И. Д. Технология торговых процессов: учеб. для вузов / Барчук И. Д. — М : Экономика, 1995. — 295 с.
2. Бревнов А. А. Управление предпринимательскими рисками / А. А. Бревнов, В. М. Руссу // Экономические инновации. — 2000. — № 7. — С. 52–59.
3. Валдайцев С. В. Риски в экономике и методы их страхования: учеб. / С. В. Валдайцев. — СПб. : ДНТП, 2002. — 56 с.
4. Мішин О. Ю. Принципи управління ризиками підприємств / О. Ю. Мішин // Матеріали VIII Міжнар. наук.-практ. конф. «Наука і освіта» (7–12 лют. 2005 р.) — Дніпропетровськ : Наука і освіта, 2005. — Т. 28. — С. 26–27.

КОММЕРЧЕСКИЙ РИСК В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КНИГОТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

В условиях рынка деятельность предприятий книготорговли невозможна без рисков. Отражена сущность коммерческого риска, подана классификация коммерческих рисков, причины их возникновения. Рассмотрены методы определения степени риска. Предложены пути уменьшения степени коммерческого риска.

COMMERCIAL RISK IN THE BOOKTRADE ENTERPRISE ACTIVITY

Under the market conditions the activity of book trade enterprises is impossible without risks. The essence of commercial risk is reflected, classification of commercial risks and their reasons are given in this article. The methods of risk degree determination are considered. The ways of diminishing of the commercial risk degree are offered.

Стаття надійшла 07.12.2010