

## СЕКЦІЯ 4 ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

УДК 658.6:339.1

**Бозуленко О.Ю.**  
*кандидат економічних наук,  
доцент кафедри товарознавства, маркетингу та комерційної логістики  
Чернівецького торговельно-економічного інституту  
Київського національного торговельно-економічного університету*

### СУТНІСТЬ РИЗИКІВ У КОМЕРЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ

#### АНОТАЦІЯ

У статті розглянуто категорії «ризик» та «невизначеність». Визначено, що здійснення комерційної діяльності підприємств торгівлі пов'язане з багаточисельними ризиками. Розглянуто фактори, що впливають на появу ризиків. Досліджено основні групи ризиків у комерційній діяльності підприємств торгівлі. Висвітлено суть управління ризиками на підприємстві.

**Ключові слова:** комерційна діяльність, ризик, невизначеність, підприємство торгівлі, управління ризиками.

#### АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрены категории «риск» и «неопределенность». Определено, что осуществление коммерческой деятельности предприятий торговли связано с многочисленными рисками. Рассмотрены факторы, влияющие на появление рисков. Исследованы основные группы рисков в коммерческой деятельности предприятий торговли. Освещена суть управления рисками на предприятии.

**Ключевые слова:** коммерческая деятельность, риск, неопределенность, предприятие торговли, управление рисками.

#### ANNOTATION

The article considers categories «risk» and «uncertainty». It is determined that conducting a business of trade enterprises is related to numerous risks. Factors influencing risk formation are considered. The main groups of risks in business activity of trade enterprises are studied. The essence of risk management at the enterprise is highlighted.

**Key words:** business activity, risk, uncertainty, trade enterprise, risk management.

**Постановка проблеми** у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Комерційна діяльність у торгівлі визначається не тільки процесом купівлі-продажу товарів, а й чисельними господарськими та оперативно-організаційними діями, як от вивчення попиту споживачів і ринків збуту, виявлення постачальників і покупців товарів, установа з ними господарських зв'язків, транспортування товарів, рекламно-інформаційна робота з продажу товарів, моніторинг договорів поставки, торговельне обслуговування та ін. Здійснюючи різноманітні комерційні операції, діяльність підприємств торгівлі тісно переплітається з тими чи іншими ризиками, які необхідно передбачати під час її планування. Комерції без ризику не існує. Проте сама наявність фактору ризику є ефективним стимулом зростання відповідальності за комерційні рішення, що приймаються; заощадження

засобів і ресурсів. Кожному торговельному підприємству поряд із загальними комерційними ризиками властиві й певні специфічні ризики, тому розроблення теоретичних і практичних підходів до розкриття змісту ризиків та управління ними є важливою й насущною проблемою у торговельній галузі.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій**, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор. Вагомий науковий внесок у розроблення теорії та практики ризиків у комерційній діяльності зробили відомі вітчизняні та зарубіжні вчені: В.А. Абчук, В.В. Апопій, Л.В. Балабанова, Ю.В. Бережна, І.Л. Бланк, В.А. Боровкова, С.М. Ілляшенко, Л.В. Осипова, В.К. Памбухчянц, Ф.Г. Панкратов, Р.А. Фатхутдінов та ін. Але ці дослідження потребують подальшого поглиблення, оскільки сучасні умови споживчих ринків, що активно розвиваються, ставлять перед підприємствами завдання збалансованості та зниження невизначеності під час прийняття комерційних рішень.

**Формулювання цілей статті (постановка завдання).** Мета статті полягає в аналізі видів та процесу управління ризиками під час здійснення комерційної діяльності.

**Виклад основного матеріалу дослідження** з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Найчастіше поняття «ризик» (грец. *risikon* – скеля) трактується як невизначеність, що пов'язана з можливістю відхилення майбутньої ситуації від очікуваної. Отже, ризик можна розглядати як невиразну, невизначену ситуацію, в якій потенційно існує можливість настання несприятливої або сприятливої події. Йти на ризик змушує невизначеність.

Під невизначеністю в економіці розуміється неповне або неточне інформування про умови виконання будь-якого проекту, у тому числі пов'язаних із ним витрат і отриманих результатів (брак інформації, необхідної для прийняття рішень; кваліфікаційні та методичні обмеження осіб, які приймають рішення; нестабільність середовища; обстановка, яка виникає під дією неконтрольованих факторів, неясність ці-

лей або їх багатокритеріальність; дія реальних суб'єктів, які можуть впливати на наслідки прийнятих рішень; зміни у суспільних потребах і споживчому попиті; неочікувана поява новітніх технологій і техніки; зміна кон'юнктури світового ринку; коректування траєкторії руху економіки з політичної необхідності; непередбачуваність тощо) [1, с. 36; 2, с. 8].

Невизначеність ситуації характеризується тим, що вона залежить від багатьох змінних чинників – контрагентів, дії яких неможливо спрогнозувати з прийнятною точністю. Впливає на неї також і відсутність конкретних цілей та критеріїв їх оцінки.

З погляду комерції, ризик розглядається як вартісне вираження ймовірної події, яка викликає втрати в результаті проведення комерційних операцій або змін умов зовнішнього середовища.

Ризики в торгівлі безпосередньо пов'язані з отриманням прибутку: чим більші можливості отримати прибуток, тим вищі ризики. Вони виникають у разі відхилення дійсних показників від оцінки нинішнього стану та подальшого розвитку. Ці відхилення можуть бути як позитивними, так і негативними. У першому випадку – це шанс одержання прибутку, а в другому – йдеться про ризики.

До основних груп ризиків, на думку вчених, належать комерційні, підприємницькі, фінансові, інвестиційні. Під час класифікації ризиків до одного рівня відносять підприємницькі та фінансові ризики, своєю чергою, до останніх належать ризики комерційні та інвестиційні [3].

Зазвичай тлумачення різних груп ризиків схожі між собою та не вирізняються особливими ознаками одне від одного. Зокрема, комерційний ризик визначається як можливість зниження або втрати доходів, пов'язаних із прийняттям рішень або діями в умовах невизначеності, браком достовірної інформації про шляхи розвитку процесу або про стан ринку. Так само можна охарактеризувати і фінансовий, підприємницький та інші види ризиків [4, с. 36].

В.В. Апопій розглядає комерційний ризик як «ризик, що виникає внаслідок будь-яких видів діяльності, пов'язаних із виробництвом продукції, товарів, послуг, їх реалізацією, товарно-грошовими і фінансовими операціями, комерцією, здійсненням соціально-економічних і науково-технічних проектів» [5, с. 539].

Прослідковуючи паралель безпосередньо між торгівлею і комерцією, В.А. Боровкова під комерційним (торговим) ризиком розглядає «ризик, що виникає в процесі реалізації закуплених товарів і послуг» [6, с. 52]. Класифікація комерційних ризиків, на думку авторки, за принципом розділення комерційних операцій охоплює ризики організації закупівлі товарів, товароруку та організації продажу [6, с. 54].

Комерційний ризик як наслідок ризикованої комерційної оборотки пов'язаний з дією конкурентів, зі зміною ціни, з непередбачуваною політичною обстановкою, що несе негативні на-

слідки для бізнесу, та ін. Тобто під комерційним ризиком розуміють лише ту його частину, яка виникає в процесі реалізації товарів і послуг, виготовлених або куплених підприємцем, не враховуючи ризики, що з'являються в процесі виробництва [7]. Це є доцільним, оскільки інакше комерційний ризик був тотожним підприємницькому, який характеризується невизначеністю, що виникає з ймовірністю відхилень результатів ініціативної самостійної діяльності громадян та їх об'єднань, яка спрямована на одержання прибутку від очікуваних результатів [4, с. 37].

З'ясування способів мінімізації ризиків потребує насамперед систематизації основних причин можливих збитків та невдач у комерційній діяльності.

Причини виникнення комерційного ризику можуть бути як об'єктивними (не залежні від підприємства), так і суб'єктивними (безпосередньо залежні від підприємства). До комерційних ризиків, виникнення яких переважно зумовлюється впливом галузевих чинників, доречно віднести такі:

- втрата товару від стихійних лих (пожежа, повінь, землетрус та ін.);
- зміни у зовнішньому середовищі (коливання попиту, ціни, валютного курсу; недосконалість податкової політики; нерівномірність темпів інфляції, динаміки доходів різних верств населення тощо);
- невірне прогнозування ситуації й отримання неправильних вихідних даних (низький рівень управління підприємством, відсутність кваліфікованих менеджерів);
- знищення або псування вантажу під час транспортування;
- активізація маркетингової діяльності конкурентів;
- втрата товару від недбалості робітників підприємства (наприклад, бій);
- нечесність працівників, що призводить до матеріальних збитків;
- невиконання договірних зобов'язань партнерами (кризова ситуація у взаєморозрахунках підприємства, низька правова культура управління, відсутність розвиненої системи страхування господарських і фінансових операцій);
- наявність на ринку фальсифікованої продукції;
- призупинення ділової активності підприємства тощо.

Найбільшого впливу на комерційну діяльність підприємства торгівлі здійснюють ризики, пов'язані з постачанням товарів. Передусім вони визначаються фінансовою нестабільністю товаровиробників або торгових посередників; неспроможністю забезпечити потрібні обсяги, асортимент та якість продукції, що реалізується; недотриманням договірних зобов'язань. Подекуди сам постачальник становить додаткову конкуренцію покупцю, реалізуючи свою продукцію на власних роздрібних підприємствах за

зниженими цінами. Здійснення таких ризиків можуть призвести до незапланованих збитків, утрачених доходів, а ще – погіршення іміджу.

Запобіганню подібних ризиків сприятиме більш пильний відбір постачальників, вивчення їх репутації на ринку; ретельне укладання договорів, в яких прописуються всі можливі проблеми та шляхи їх розв'язання. На випадок недобросовісного постачальника завжди необхідно мати можливі альтернативи та доповнення [8, с. 24].

На комерційні ризики, що виникають під час реалізації товарів підприємствами торгівлі за умов ненадійності учасників ринку, впливають такі фактори:

- відсутність власної ніші на споживчому ринку;
- невміння користуватися наявною інформацією;
- зменшення обсягів реалізації товарів;
- погано організований товарорух;
- відсутність або невдала організація маркетингових досліджень;
- неправильне ціноутворення;
- втрата споживачів;
- незадовільне виконання партнерами умов договору;
- незбалансованість попиту та пропозиції на ринку [2, с. 16].

Для підприємств торгівлі одним із найважливіших ризиків є зміна купівельного попиту. Невизначеність попиту ставить під загрозу існування самого підприємства. Це стосується передусім зниження попиту через нестабільність економічної ситуації в країні, зниження платоспроможності населення, сезонні коливання тощо; перерозподіл попиту через зміни моди або ціни на аналогічні товари; появу непередбачуваного попиту, наприклад на нові товари.

Таким чином, маркетинговий ризик або прорахунки у прогнозуванні попиту можуть принести значні збитки, оскільки [2, с. 19]:

- товар не буде продано, а отже, активи, вкладені у його придбання, або не відшкодуються взагалі, або відшкодуються лише частково. Зі скороченням попиту підприємство нарощує нереалізовану товарну масу, заморожує грошові кошти в матеріальних активах, утрачає платоспроможність і стає збитковим;
- буде втрачений дохід від реалізації товарів, на які існує реальний попит.

Не менш важливими галузевими ризиками є ризики товароруху (часткова втрата якості товару під час транспортування, зберігання, пакування, монтажу). Ризики, що можуть виникнути під час продажу товарів, – це відмова покупця від сплати, відмова від самого товару тощо. Мотивами прояву ризиків персоналу підприємств торгівлі є: невисока оплата праці працівників, недосконалі системи мотивації і навчання, висока плинність кадрів тощо.

Отже, ризики – важливий фактор у комерційній діяльності для кожного з її учасників, об'єктивна реальність, з якою неможливо не рахуватися. Імовірність всіх перерахованих вище ризиків можна істотно знизити, а тому управління ризиками – невід'ємний складник загального менеджменту підприємства.

Здійснення управління ризиками є вимогою часу в будь-якому бізнес-середовищі через посилення конкуренції, зростаючу невизначеність та прискорення всіх комерційних процесів, які вимагають швидкого реагування. Управління ризиками здійснюється через процеси, які регламентують планування управління ризиками, їх ідентифікацію, оцінку та моніторинг.

Головна мета управління ризиками – це зростання можливої появи та впливу сприятливих явищ і зменшення ймовірності та впливу несприятливих для функціонування підприємства явищ. Вчасне виявлення й управління ризиками дає змогу досягнути компромісів між названими небезпеками та сприятливими можливостями [9, с. 24].

Основними методами управління ризиками на підприємствах торгівлі є: відмова від ненадійних партнерів, страхування, диверсифікація діяльності, аутсорсинг, хеджування, стратегічне планування, моніторинг зовнішнього середовища та товарних ринків, гнучке ціноутворення, підвищення кваліфікації та мотивування персоналу та ін.

Незважаючи на універсальність методів управління комерційними ризиками, кожен із них має свої особисті властивості, переваги та обмеження щодо реалізації на конкретному підприємстві торгівлі, тому розроблення управлінських рішень повинне базуватися на науково-методичному підґрунті, щоб забезпечити економічну доцільність здійснення витрат на його впровадження.

**Висновки** з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Отже, необхідно відзначити, що ризики здійснюють значний вплив на ефективність комерційної діяльності підприємств торгівлі. У сучасній економіці існує велика кількість способів мінімізації таких ризиків шляхом налагодження роботи з управління ризиками, що формує ділову репутацію підприємства та ефективність господарської діяльності.

У торгівлі суттєвими є ризики, пов'язані з постачальниками, коливаннями попиту, товарорухом тощо, виникнення яких більшою мірою зумовлюється впливом галузевих чинників.

В умовах нестабільності жоден вибір щодо ризику не може бути абсолютизований, а тому підприємству необхідно мати власне ставлення до ризику, володіти навичками визначати вимір ризику, проводити пошуки шляхів його мінімізації.

**БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:**

1. Трофимова Л.Н. Оценка рисков деятельности торговой организации, определяющих характер ее экономической безопасности. Сибирский торгово-экономический журнал. 2010. № 11. С. 80-85.
2. Писаревський І.М., Стешенко О.Д. Управління ризиками: навч. посіб. Харків: ХНАМГ, 2008. 124 с.
3. Яновский А.М. Риски в деятельности предприятия. Пищевая промышленность. 1999. № 10. С. 57-60.
4. Куценко Е.К. вопросу терминологии рисков. Российское предпринимательство. 2005. № 1. С. 36-40.
5. Комерційна діяльність: підручник / За ред. проф. В.В. Апопія; вид. 2-е, перероб. і доп. К.: Знання, 2008. 558 с.
6. Боровкова В.А. Управление рисками в торговле. СПб: Питер, 2004. 288 с.
7. Архипов А.П., Колесников И.А. О страховании рисков предпринимательской деятельности. Финансы. 2002. № 2. С. 51-55.
8. Спивак Е.А., Никишин А.Ф. Коммерческие риски в современной торговле. Проблемы экономики и менеджмента. 2016. № 10(62). С. 23-26.
9. Войтко С.В., Занора В.О. Класифікація ризиків виробничо-комерційної діяльності промислового підприємства. Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності: збірник наукових праць: у 2-х вип.; ПДТУ. Маріуполь, 2011. Вип. 2. С. 84-89.

**REFERENCES:**

1. Trofimova, L. N. (2010), "Mark of risks of activity of the trade organization, defining character of her economic safety", *Sibirskij trgovo-jekonomicheskij zhurnal*, no. 11, pp. 80-85.
2. Pysarevskiy, I. M. and Steshenko, O. D. (2008), *Upravlinnia ryzykamy [Risks management]*, KhNAMH, Kharkiv, Ukrain.
3. Janovskij, A. M. (1999), "Risks in an enterprise activity", *Pishhevaja promyshlennost'*, no. 10, pp. 57-60.
4. Kucenko, E. (2005), "Terminology of risks", *Russian Journal of Entrepreneurship*, no. 1, pp. 36-40.
5. Apopii, V. V. (2008), *Komertsiiina diialnist [Commercial enterprise]*, Znannia, Kyiv, Ukrain.
6. Borovkova, V. A. (2004), *Upravlenie riskami v trgovle [Risks management in commerce]*, Piter, Saint Petersburg, Russia.
7. Arhipov, A. P. and Kolesnikov, I. A. (2004), "About insurance against risks in commercial activity", *Finance*, no. 2, pp. 51-55.
8. Spivak, E. A. and Nikishin, A. F. (2016), "Commercial risks of modern trade", *Problemy jekonomiki i menedzhmenta*, no. 10(62), pp. 23-26.
9. Voytko, S. V. and Zanora, V. O. (2011), "The typology of risks in production and commercial activity of an industrial enterprise", *Theoretical and Practical Aspects of Economics and Intellectual Property*, vol. 2, pp. 84-89.

**Bozulenko O.Yu.**

*Candidate of Economic Sciences,  
Senior Lecturer at Department of Commodity Studies,  
Marketing and Commercial Logistics  
Chernivtsi Institute of Trade and Economics  
Kyiv National University of Trade and Economics*

## THE ESSENCE OF RISKS IN BUSINESS ACTIVITY OF TRADE ENTERPRISES

Modern conditions of the market, which is in constant development, put for trade enterprises the task of reducing uncertainty when making managerial decisions. At the same time, the role of risk assessment processes in the implementation of these decisions increases.

The main risk groups include commercial, entrepreneurial, financial, and investment. All groups of risks are determined by a possibility of reduction or loss of income related to decision-making or actions in terms of uncertainty, lack of reliable information on the market condition etc. Commercial risk is most often associated with the risk arising from the sale of goods and services.

Business activity of trade enterprises relates to numerous risks that are reflected in its results. A considerable number and different nature of risk situations that arise during the implementation of commercial processes require considering each source of uncertainty and risk inherent in it.

Effective development of trade enterprises depends on their ability to adapt to conditions of uncertainty in conducting a business and to minimize risks caused. Risks are present at all stages of enterprise activity; at the same time, deviations can be only in its degree.

The causes of commercial risk formation can be both objective and subjective.

The essential branch risks include risks related to the delivery of goods, the change in consumer demand, commodity turnover, the sale of goods, the work of the personnel of the trade enterprise, etc.

Risks are a multifactor phenomenon and the complex application of various ways to minimize them will allow the enterprise to achieve the most effective result of its operation. In order to reduce the impact of risks, it is necessary to use different methods for managing them, such as: refusal from unreliable partners, insurance, diversification of activities, outsourcing, hedging, strategic planning, monitoring of the external environment and commodity markets, flexible pricing, training and motivation of personnel, etc.