

Макаренко А.
СУЩНОСТЬ И ПРИЧИНЫ ВОЗНИКНОВЕНИЯ
КОММЕРЧЕСКОГО РИСКА. ОСНОВНЫЕ ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ
НА КОММЕРЧЕСКИЙ РИСК

Сущность коммерческого риска определяется спецификой коммерческой деятельности, которая характеризуется как целенаправленная деятельность, учитывающая требования рынка и связанная с поиском, выбором, продвижением товаров от производителей к потребителям и их реализацией.

Основные причины коммерческого риска:

- снижение объемов реализации вследствие падения спроса (потребности) на товар, реализуемый предпринимательской фирмой, вытеснение его конкурирующими товарами, введение ограничений на продажу;

- повышение закупочной цены товара в процессе осуществления предпринимательского проекта;

- непредвиденное снижение объемов закупок в сравнении с намеченными, что уменьшает масштаб всей операции и увеличивает расходы на единицу объема реализуемого товара;

- потери товара;

- потери качества товара в процессе обращения (транспортировки, хранения), что приводит к снижению его цены;

- повышение издержек обращения в сравнении с намеченными в результате выплаты штрафов, непредвиденных пошлин и отчислений, что приводит к снижению прибыли предпринимательской фирмы.

К основным факторам, ограничивающим коммерческий риск, можно отнести те из них, которые наиболее существенно позволяют регулировать его значение, поскольку риск предпринимателя в основном касается того, достигнет ли предприятие ожидаемых результатов или понесет финансовые потери в результате своих действий. В зависимости от степени влияния таких факторов измеряется и уровень риска. Следовательно, факторы, элиминирующие риск, в своем противоположном значении оказываются факторами, увеличивающими риск. Они могут быть внутренними и внешними.

Факторы, состоящие из показателей, характеризующих внутреннюю деятельность компании, являются внутренними. Параметры, характеризующие внешнюю среду на рынке, составляют внешние факторы.

Так, к внутренним относятся издержки производства и обращения, объем реализации, норма прибыли, оборачиваемость оборотных средств, качество товаров, работ и услуг; к внешним - рыночное равновесие, спрос, предложение, эластичность отдельных показателей окружающей среды, факторы налогообложения, уровень инфляции. Это основные факторы, под воздействием которых меняется значение риска. В свою очередь, границы отнесения факторных показателей к основным и вспомогательным условны.

В одних случаях один и тот же фактор может быть основным, а в других - оказаться вспомогательным.

Робота виконана під керівництвом ас. кафедри менеджменту Обиденної Т. С.