

image not found or type unknown



Любая коммерческая деятельность (предпринимательская деятельность) всегда связана с рисками. Почти все решения в коммерческой деятельности предприниматели принимают в условиях неопределенности, при которой из нескольких вероятных вариантов выбирается один оптимальный вариант.

Риск является неизбежным, но достаточно важным элементом любой коммерческой деятельности, которая осуществляется под воздействием большого числа факторов.

Коммерческая деятельность всегда ориентируется на достижение соответствующих результатов и требует для достижения этих результатов принятия управленческих решений.

В коммерческой сфере риск можно понимать в качестве экономической категории, отражающей возможность появления неблагоприятной ситуации или неудачного исхода деятельности.

В общем смысле слова понятие риск включает в себя возможность (опасность) потери, вытекающей из специфики определенных явлений природы или неправильных человеческих действий.

Термин коммерческого риска имеет отношение к хозяйственной деятельности компании и связан с ней конечным финансовым результатом. Можно сказать, что коммерческие риски представляют собой угрозу того, что предприниматели могут понести ущерб или убытки в форме дополнительного расхода или получить доходы ниже тех, на которые рассчитывали.

Для того чтобы устойчиво работать, компании необходимо заниматься выявлением и анализом факторов, оказывающих воздействие на уровень риска. Риски обладают субъективной основой, поэтому в результате принятия управленческих решений самим коммерсантам необходимо рассмотреть объективную сторону, которая заключается в воздействии внешней среды.

Успехи и неудачи коммерческой деятельности рассматриваются с учетом классификации рисков на внутренние и внешние.

Внешние факторы риска включают те условия, которые предприниматель не может изменять, но должен учесть. Внешние факторы риска влияют на состояние коммерческого предприятия.

Внешние факторы воздействия коммерческого риска можно подразделить на факторы прямого и косвенного воздействия.

Факторы прямого воздействия непосредственно влияют на результаты коммерческой деятельности. Сюда можно отнести законы, которые регулируют коммерческую деятельность, налоговую систему, взаимоотношения с партнерами, непредвиденные действия служб государства и учреждений, действия конкурентов, коррупцию и рэкет.

Факторы, которые не могут оказать прямого воздействия, но способствуют изменениям, представляют собой факторы косвенного воздействия. К ним относятся экономическая и политическая обстановка в государстве, экономическое положение на рынках, форс-мажорные обстоятельства и международные события.

Внутренние факторы риска включают в себя:

- Стратегию предприятия, риски здесь могут возникать при ошибочном выборе цели коммерческого предприятия, ошибочного прогноза развития внешней среды, неверной оценке потенциала коммерческого предприятия.
- Управление коммерческим предприятием и принятие управленческих решений. Здесь риски возникают при низком качестве управления трудовыми, финансовыми и материальными ресурсами, при несогласованном действии персонала, недостатке их опыта, финансовых просчетах, плохой организации труда.
- Организация процессов купли-продажи, риски возникают при несоблюдении договорной дисциплины, нерациональном выборе поставщиков, использовании нерационального товародвижения, выборе необъективной сервисной политики.
- Наличие денежных средств, к рискам здесь можно отнести трудность получения кредита, высокий процент, создание требуемых запасов материальных ресурсов.
- Потеря продукции по причине небрежности работников предприятия (возможность нечестного поведения работников, способных нанести материальный ущерб торговому предприятию).

- Низкая квалификация коммерческого персонала, от результата деятельности которого зависит работа предприятия.
- Приостановка деловой активности торговых компаний.

Помимо перечисленных факторов к внутренним факторам также можно отнести защиту коммерческой тайны, компетентность участников коммерческой деятельности в сфере экономики, рекламы и коммерции, маркетинга и менеджмента.

К внутренним факторам относятся личностные качества, проведение маркетинговых исследований состояния рынка, конкурентов, права потребителей и поставщиков, строгое соблюдение законов в области коммерческой деятельности, качество и ассортимент реализуемой продукции, сотрудники компании, используемое оборудование, величина расходов компании, желаемая норма прибыли и др.

В соответствии со степенью влияния на величину риска можно выделить основные факторы и вспомогательные.

Основные факторы значительно влияют на степень риска. Неосновные (вспомогательные) факторы оказывают незначительное (косвенное) влияние на риск. Такая классификация достаточно условна, она не зависит от вида риска.

К примеру, если рассматривать риск случайной гибели имущества, то основной фактор представляет собой условия хранения товара, соблюдение правил пожарной безопасности, функционирование охранной сигнализации. Одновременно с этим данные факторы не имеют существенного значения, если анализировать инфляционный или валютный риск.

В процессе своей деятельности предприниматели сталкиваются с различными видами риска. Для того чтобы более эффективно использовать знания о рисках, их принято классифицировать.

В соответствии с факторами возникновения риски классифицируются на три большие группы:

- Политические
- Природно-климатические
- Хозяйственные

Природно-климатические риски имеют отношение к проявлению стихийных сил природы, включая наводнения, бури, эпидемии, землетрясения и др.

Политические риски имеют отношение к государству и его деятельности.

Хозяйственные риски могут быть связаны с деятельностью отдельных компаний. Сюда можно отнести риск случайной гибели имущества, невыполнение договорных обязательств, а также риск, который может возникнуть в ходе нарушения процесса экономической деятельности предприятия. Также к хозяйственным рискам относятся ценовой и маркетинговый риск.