

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ ПОНЯТИЯ «КОММЕРЧЕСКИЙ РИСК»

Климова Ю.Е.

Могилевский государственный университет продовольствия
г. Могилев, Беларусь

В настоящее время на предприятиях пищевой промышленности возрастает роль коммерческой деятельности по сбыту готовой продукции. Большое количество конкурентов и ограниченные возможности внутреннего рынка по потреблению продуктов питания заставляют предприятия тщательно продумывать сбытовую политику. Сегодня сбытовая деятельность предприятий заключается: в обеспечении реализации населению Республики Беларусь продуктов питания с максимальной скоростью поставок и максимально близко к потребителю; обеспечении 100 % выполнения заданий и обязательств по поставкам продукции и товаров в соответствии с заключенными договорами и заказами-нарядами внешнеторговых организаций; рационализации работы сбытовой службы пищевого предприятия, снижении затрат на реализацию продукции, сбыт продукции.

Сбытовая деятельность тесно связана с коммерческим риском. Сегодня существует много определений в литературе понятию «коммерческий риск»:

Коммерческий риск - это риск, возникающий в процессе реализации товаров и услуг, произведенных или закупленных предпринимателем. Причинами коммерческого риска являются: снижение объема реализации вследствие изменения конъюнктуры или других обстоятельств, повышение закупочной цены товаров, потери товаров в процессе обращения, повышения издержек обращения и др. [1]

Под коммерческим риском понимается риск, связанный с предпринимательской деятельностью, ориентированной на получение максимальной прибыли и возникающий в процессе реализации товаров и услуг, произведенных или закупленных предприятием. [2]

Обычно под коммерческим риском понимается риск экономических потерь, связанных с реализацией коммерческой, производственно-хозяйственной деятельности.

В общей группе коммерческих рисков могут быть выделены две самостоятельные подгруппы:

1 Финансовые риски, связанные с проведением любых финансовых операций и обусловленные возможностью потерь или недополучения каких-либо денежных сумм (по разным причинам)

2 Риски, связанные непосредственно с производственно-хозяйственной деятельностью предприятия.[3]

Некоторые источники дают определение коммерческого риска как риска, связанного с реализацией товаров на рынке; с перевозкой грузов или с транспортом, с приемкой товара покупателем, с платежеспособностью; с нежеланием покупателя осуществлять платежи; с колебаниями валютного курса.

Ряд авторов связывают наступление коммерческого риска с возможностью наступления обстоятельства, приносящий материальный ущерб.

Шапкин А.С. определяет коммерческий риск – как риск потерь в процессе финансово - хозяйственной деятельности; его причинами могут быть снижение объемов реализации, непредвиденное снижение объемов закупок, повышение

закупочной цены товара, повышение издержек обращения, потери товара в процессе обращения и др. [4]

Несмотря на различие в определениях понятия «коммерческий риск», в их основе лежит сбытовая деятельность подразделений предприятия, направленная на получение положительного результата: выручки от реализации продукции, снижения запасов готовой продукции на складах, снижения затрат и т.д. Однако риск связан не только с получением положительного эффекта от коммерческой деятельности по сбыту, но и возможностью отрицательного результата, который связан с нереализацией продукции, ростом дебиторской задолженности, изменением предпочтений потребителей, а как следствие и отказом от покупки предлагаемых продуктов питания и т.д. Все это ведет к незапланированному отрицательному результату в виде убытков, росту складских запасов, снижению оборотных средств.

Для снижения негативных последствий коммерческих рисков в области обеспечения реализации продукции предприятия, лица, принимающие решения должны осуществлять стратегическое планирование показателей и контроль за всеми сторонами сбытовой деятельности: изучать перспективный и текущий спрос на продукцию предприятия и требования к ее качеству, тщательно планировать и анализировать структуру ассортимента выпускаемой предприятием продукции в рамках товарной политики; осуществлять контроль по заключению договоров на сбыт готовой продукции; разрабатывать планы реализации готовой продукции, графики ее отгрузки потребителям в соответствии с заключенными договорами; осуществлять организацию приема, хранения, комплектации, консервации и упаковки готовой продукции; организовывать отгрузку готовой продукции, оформление отгрузочной документации, контроль и учет выполнения планов реализации готовой продукции; предъявлять через юридический отдел (договорно- претензионное бюро) претензий, штрафных санкций к заказчикам продукции предприятия за нарушение условий заключенных договоров, установленного порядка размещения заказов; составлять и анализировать отчеты о количестве поступивших и удовлетворенных претензий с указанием, на какую сумму, по каким причинам и чьей вине поступили претензии; организовывать работу складов готовой продукции и подразделений предприятия, производящих тару, рационализировать и автоматизировать транспортно-складские операции; принимать участие в разработке нормативов запасов готовой продукции, осуществлять контроль за их соблюдением, составлять отчетность по изготовлению и поставкам продукции.

В результате перечисленных мероприятий руководитель коммерческой службы по сбыту готовой продукции будет иметь четкую картину по проблемным местам и направлениям деятельности и своевременно устранять причины, вызывающие коммерческий риск на предприятии, что положительно скажется на конечных результатах хозяйственной деятельности.

Литература

1 Виды и классификация рисков [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.risk24.ru/vidi.htm>. - Дата доступа 22.02.2018

2 Фирсова, О.А. Управление рисками организаций: учебное пособие / О.А. Фирсова. - Изд.: МАБИВ. - 2014. - 100 с.

3 Чернова, Г.В. Практика управления рисками на уровне предприятия / Г.В. Чернова. - СПб: Питер, 2008. – 176 с.

4 Шапкин, А.С. Теория риска и моделирование рискованных ситуаций: учебник. – 2 – е изд. / А.С. Шапкин, В.А. Шапкин. – М.: Издательско – торговая корпорация «Дашков и К°», 2007. – 880 с.